



TR62 BÖLGESİ

GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU





TR62 BÖLGESİ

GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU

HAZIRLAYAN: Mesut ÖZCAN (Uzman)

TEMMUZ 2015



03

TABLOLAR

05

ŞEKİLLER

06

KISALTMALAR

07

GİRİŞ

**08** SEKTÖRÜN TANIMI, KAPSAMI VE SINIFLANDIRILMASI

Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması, ISIC REV.3.1 _____ 09

Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması, NACE REV.2 _____ 11

**13** DÜNYADA GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ**18** AB ÜLKELERİNDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ**24** TÜRKİYE'DE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ**33** TR62 BÖLGESİ'NDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ**44** TR62 BÖLGESİ'NDE ÖNE ÇIKAN VE POTANSİYEL TAŞIYAN GIDA - İÇECEK ALT SEKTÖRLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Mezbahacılık, Etin İşlenmesi ve Saklanması	45	Süt Ürünleri İmalatı	57
Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Saklanması	48	Öğütülmüş Tarım Ürünleri İmalatı	61
Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Saklanması	51	Nişasta ve Nişasta Ürünlerinin İmalatı	63
Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağ İmalatı	54	Başka Yerlerde Sınıflandırılmamış Gıda Maddeleri İmalatı	65

**68** TR62 BÖLGESİ GIDA - İÇECEK ALT SEKTÖRLERİ İÇİN STRATEJİK AMAÇ VE TEDBİR ÖNERİLERİ

72

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

75

KAYNAKÇA

77

EKLER

EK 1 - Görüşme Yapılan Kurum, Kuruluş, _____ 77
Firma Listesi

EK 2 - Üç Yıldız Analizi _____ 79

EK 3 - Balassa Endeksi _____ 80

TABLULAR

Tablo 1.1: Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörünün ISIC REV 3.1'e Göre Sınıflandırılması	10
Tablo 1.2: Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörünün Nace Rev 2.'ye Göre Sınıflandırılması	11
Tablo 2.1: Gıda – İçecek Sektöründe Öne Çıkan Üretici Ülkelerin Dünya Genelindeki Üretim Payları, 2005 – 2011 (%)	14
Tablo 2.2: Gıda – İçecek Sektöründe Dünya Genelinde Üretilen Katma Değerin Dağılımı, 2000 - 2011 (%)	15
Tablo 2.3: Gıda – İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İhracat Rakamları, 2012 (Milyar \$)	15
Tablo 2.4: Gıda – İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İthalat Rakamları, 2012 (Milyar \$)	16
Tablo 2.5: Dünya Genelinde Tarım – Gıda Alanında En Çok İhraç Edilen Ürünler, 2011 (Milyar \$)	17
Tablo 2.6: Dünya Genelinde Tarım – Gıda Alanında En Çok İthal Edilen Ürünler, 2011 (Milyar \$)	17
Tablo 3.1: AB Üyesi ve Adayı Ülkelerde Gıda Ürünleri Sektörü ile İlgili Önemli Göstergeler, 2012	19
Tablo 3.2: AB Üyesi ve Adayı Ülkelerde İçecek Ürünleri Sektörü ile İlgili Önemli Göstergeler, 2012	21
Tablo 3.3: Gıda – İçecek Alt Sektörlerinde AB'nin Dış Ticaret Rakamları, 2011 - 2012	22
Tablo 4.1: Gıda - İçecek Sektöründe Türkiye Geneli Firma ve Çalışan Sayıları, 2013	25
Tablo 4.2: Gıda – İçecek Sektöründe Üretim Değeri, Faktör Maliyetiyle Katma Değer ve Ciro, 2012 (Milyar TL)	25
Tablo 4.3: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde Türkiye Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013	28
Tablo 4.4: Türkiye'nin Tarım – Gıda Alanında En Çok İhraç Ettiği Ürünler, 2011	30
Tablo 4.5: Türkiye'nin Tarım – Gıda Alanında En Çok İthal Ettiği Ürünler, 2011	30
Tablo 4.6: Gıda – İçecek Sektöründeki Ar-Ge Harcamaları, 2010-2013 (Milyon TL)	31
Tablo 5.1: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi'nde 3 Yıldız Alan Sektörler	35
Tablo 5.2: TR62 Bölgesi Gıda - İçecek Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma ve Çalışan Sayıları, 2013	36
Tablo 5.3: TR62 Bölgesi Gıda – İçecek Sektöründe Faaliyet Gösterip Türkiye'deki İlk ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesine Giren Şirketler, 2013	36
Tablo 5.4: Gıda - İçecek Sektörü Dış Ticaretinde Öne Çıkan Düzey 2 Bölgeleri (\$), 2003 - 2013	39

TABLULAR

Tablo 5.5: Gıda – İçecek Sektöründe Adana Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013	41
Tablo 5.6: Gıda – İçecek Sektöründe Mersin Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013	42
Tablo 5.7: Gıda – İçecek Alt Sektörlerinde TR62 Bölgesi Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013	43
Tablo 6.1: Mezbahacılık, Etin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	46
Tablo 6.2: Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 – 2013	48
Tablo 6.3: Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	51
Tablo 6.4: Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağ İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	55
Tablo 6.5: Süt Ürünleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 – 2013	58
Tablo 6.6: Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	61
Tablo 6.7: Nişasta ve Nişasta Ürünlerinin İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	63
Tablo 6.8: B.Y.S Gıda Maddeleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013	65
Tablo 7.1: TR62 Bölgesi Gıda – İçecek Alt Sektörleri İçin Stratejik Amaç ve Tedbir Önerileri	69

ŞEKİLLER

Şekil 3.1: Gıda - İçecek Sektöründe AB Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler (%), 2012	23
Şekil 4.1: Türkiye Gıda - İçecek Dış Ticaretinin Yıllar İçindeki Gelişimi, 2003 - 2013 (Milyar \$)	26
Şekil 4.2: Gıda - İçecek Sektöründe Türkiye Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler (%), 2013	27
Şekil 4.3: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde Türkiye'nin Dış Ticaret Rakamları, 2013 (Milyon\$)	28
Şekil 4.4: Gıda - İçecek Sektörü Kapasite Kullanım Oranları, 2010-2014	32
Şekil 5.1: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi Firma Sayılarının Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), 2013	34
Şekil 5.2: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi İstihdamının Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), 2013	35
Şekil 5.3: TR62 Bölgesi İhracatının Sektörel Dağılımı (%), 2013	37
Şekil 5.4: TR62 Bölgesi İthalatının Sektörel Dağılımı (%), 2013	37
Şekil 5.5: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi İhracatında Sektörlerin Uzmanlaşma Seviyeleri (Balassa Endeksi)	38
Şekil 5.6: TR62 Bölgesi Gıda - İçecek Dış Ticaretinin Yıllar İçindeki Gelişimi, 2003 - 2013 (Milyon \$)	39
Şekil 5.7: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde TR62 Bölgesi'nin Dış Ticaret Rakamları, 2013 (Milyon \$)	40

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKİB	Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
AR-GE	Araştırma – Geliştirme
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
B.Y.S	Başka Yerde Sınıflandırılmamış
ÇKA	Çukurova Kalkınma Ajansı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
EUROSTAT	European Community Statistical Office (Avrupa Topluluğu İstatistik Ofisi)
FAO	Food and Agriculture Organization of the UN (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)
FAOSTAT	Food and Agriculture Organization Corporate Statistical Database (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü Kurumsal İstatistiki Veritabanı)
GIDA – İÇECEK	Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörü
ISIC	International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması)
IDF	International Dairy Federation (Uluslararası Sütçülük Federasyonu)
İSO	İstanbul Sanayi Odası
KKO	Kapasite Kullanım Oranı
LQ	Location Quotient (Yoğunlaşma Katsayısı)
NACE	General Industrial Classification of Economic Activities within the European Communities (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması)
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
TCMB	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TEPAV	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UHT	Ultra – High Temperature (Ultra Yüksek Sıcaklık)
UN	United Nations (Birleşmiş Milletler)
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization (Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü)
URGE	Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi

GİRİŞ

2014 – 2023 Çukurova Bölge Planı çalışmaları kapsamında bölgede öne çıkan, rekabet gücü yüksek sektörler analiz edilmiş, bu analizler çerçevesinde gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünün dış ticaret, üretim değeri, katma değer, firma sayısı, ciro gibi birçok değişkende bölge imalat sanayisi içerisinde lider konumda olduğu belirlenmiştir. Bölgenin verimli toprakları, sulama imkânları, coğrafi ve klimatolojik avantajları sayesinde tarım, bölge ekonomisinde her zaman etkin olmuştur. Bölge sanayisi de kuruluş aşamasından itibaren tarımdan doğrudan ya da dolaylı etkilenen imalat sanayi sektörlerine dayalı olarak ilerlemiştir. Bu sektörlerin en önemlilerinden biri de gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörüdür.

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü; etin işlenmesi saklanması, süt ürünleri imalatına, içecek imalatından, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatına kadar birçok farklı alt sektörü bünyesinde barındırmaktadır. Bütün bu alt sektörler gıda – içecek imalatı başlığında sınıflandırılrsa da birçoğunun birbirinden farklı yapısal durumu, beklenti ve talepleri bulunmaktadır. Bu sebeple, bölge ekonomisine en fazla katkı yapan imalat sanayi kolu olan gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörüyle ilgili incelemelerin ve alt sektörlerle ilgili strateji ve tedbir önerilerinin yer aldığı bir analiz raporu hazırlanmıştır. Raporla birlikte sektördeki makro gelişmeler ile küresel ve ulusal trendlerin ne yönde geliştiği incelenmiş, sektörün bölgesel değerlendirilmesi ve tanıtımı yapılmış, bundan sonraki Ajans faaliyetleri için sektörle ilgili bir kaynak metin oluşturulmuştur.

Rapor, 7 temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; sektörün tanımı, kapsamı ve sınıflandırılması sunulmuştur. İkinci bölümde; sektörün dünyadaki genel durumu incelenmiş, sektördeki üretimin ve katma değerinin son yıllarda ne yönde geliştiği belirlenmiştir. Üçüncü bölümde, sektörün AB genelindeki durumu irdelenmiş, AB içerisinde hangi ülkelerin öne çıktığı Türkiye ile karşılaştırmalı olarak ortaya konulmuştur. Dördüncü ve Beşinci bölümlerde, sektörün Türkiye ve TR62 Bölgesi'ndeki mevcut durumu genel olarak değerlendirilmiştir. Altıncı bölümde, ihracat verileri ışığında bölgede öne çıkan ya da potansiyel arz eden 8 alt sektör analiz edilmiştir. Bu kapsamda; EK-1'de yer alan bölgedeki ilgili kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, sivil toplum örgütleri ve alt sektörlerde faaliyet gösteren imalat sanayi kuruluşları ile yüz yüze görüşmeler yapılmış; bu kurum ve kuruluşların sektöre dair ihtiyaç ve beklentileri rapora yansıtılmıştır. Sektörde temsil kabiliyeti ve istihdam rakamları yüksek olan firmalar arasından bir örneklem grup seçilerek her bir alt sektörden en az bir firma ile yüz yüze görüşülmesine özen gösterilmiştir. Son bölümde ise alt sektörlerde yapılan değerlendirmeler sonucunda alt sektörlerle ilgili sektörel amaç ve tedbir önerileri oluşturulmuştur.

Rapor kapsamında ISIC Rev 3. ve Nace Rev 2. istatistiki sınıflandırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Sektörlere yönelik detaylı veriler bu sınıflandırma sistemlerine göre yorumlanmıştır. İlgili bölümlerde sınıflandırma sistemlerinden kaynaklanan farklılıklar dipnotlarda belirtilmiştir. Rapor boyunca genellikle dış ticaret, istihdam, firma sayısı, üretim değeri, katma değer gibi TÜİK ve SGK verileri kullanılmıştır. Bunun dışında, özellikle sektörün Dünya'daki ve AB'deki genel durumu analiz edilirken Faostat, Eurostat gibi uluslararası istatistik kuruluşlarının veri tabanlarından faydalanılmıştır.



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



SEKTÖRÜN TANIMI, KAPSAMI VE SINIFLANDIRILMASI



1. SEKTÖRÜN TANIMI, KAPSAMI VE SINIFLANDIRILMASI:

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektör analiz raporunun tanımı, kapsamı ve sınıflandırılması belirlenirken ISIC Rev 3.1 ve NACE Rev. 2. uluslararası istatistikî sınıflandırma yöntemleri temel alınmış olup, rapor boyunca yapılacak değerlendirme ve analizler bu sınıflandırma yöntemlerinin tasnif ettiği alt sektörlerde yoğunlaşmaktadır.

ISIC Rev 3.1 ve NACE Rev 2. istatistikî sınıflandırma yöntemlerine göre gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayi; tarım, ormancılık ve balıkçılık faaliyetleriyle elde edilen hammaddelerin işlenerek insanlar ve hayvanlar için yiyecek ve içecek haline getirilmelerini ve doğrudan yiyecek mamulü olmayan birçok değişik ara ürünün üretilmesini içermektedir. Sektörün faaliyet gösterdiği alt kollar arasında işlenmiş et, balık, meyve ve sebze, katı yağlar ve sıvı yağlar, süt ürünleri, tahıl (hububat) imalatı ürünleri, unlu ve nişastalı mamuller, diğer gıda ürünleri, hayvan yemleri, alkolsüz içecekler ve maden suları gibi içeceklerin imalatı, şarap, bira, malt ve damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı bulunmaktadır. (TÜİK)

Sektörün kapsamıyla ilgili olarak bazı önemli ayrıntıları hatırlamakta yarar vardır. Unlu mamul satan fırınlar, pastaneler ve hazır et satan dükkânlar perakende ticaret yapmalarına rağmen gıda imalatı sektöründe değerlendirilmektedirler. Ancak, bölgemizde yoğun bir şekilde faaliyet gösteren yaş meyve-sebze firmaları ise ürünlerinde basit işleme süreçleri uyguladıkları ve tam anlamıyla bir dönüşüme neden olmadıkları için gıda imalat sanayi içinde değil, toptan ve perakende ticaret grubunda sınıflandırılmışlardır. Yine restoranlarda ve seyyar yemek hizmeti verilen tesislerde sunulan yemek hizmetleri ile yiyecek ve içeceklerin atıklarının ikincil ham maddeye dönüştürülmesi gibi faaliyetler de gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünün kapsamına girmemektedirler. (TÜİK) Bu yüzden, rapordaki veri ve analizler incelenirken bu ayrıntılar göz önünde bulundurulmalıdır.

TÜM EKONOMİK FAALİYETLERİN ULUSLARARASI STANDART SANAYİ SINIFLAMASI, ISIC REV. 3.1:

ISIC Rev. 3.1 - ISIC (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities - Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması):

“Birleşmiş Milletler tarafından, ekonomik faaliyetlerin daha geniş analizlerini kapsayan istatistikî çalışmalarda merkezi bir sınıflama olarak kullanılması ve uluslararası olarak ilgili verilerin karşılaştırmasının yapılabilmesini sağlayan bir araç olması için hazırlanmıştır. ISIC’in amacı, ulusal sınıflamaların yerini almak, ulusal istatistiklerin uluslararası alanda karşılaştırılabilmesi için bir çerçeve oluşturmaktır. (TÜİK)”

Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörü, ISIC Rev. 3.1. Sınıflamasına göre üçlü düzeyde 5, dördü düzeyde 17 alt sektörden oluşmaktadır. Sektör Analiz Raporu’nda özellikle dış ticaret verilerinin sunulmasında ISIC Rev. 3.1. sınıflama türünden faydalanılmıştır.



Tablo 11: Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörünün ISIC REV 3.1'e Göre Sınıflandırılması

15	GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI
15.1	SIVI VE KATI YAĞLAR, SEBZE, MEYVE, BALIK VE ET ÜRETİMİ, İŞLENMESİ VE SAKLANMASI
15.11	Mezbahacılık; Etin İşlenmesi ve Saklanması
	Et imalatı ve saklanması
	Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve saklanması
	Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı
15.12	Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Saklanması
	Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması
15.13	Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Saklanması
	Patatesin işlenmesi ve saklanması
	Sebze ve meyve suyu imalatı
	Başka yerde sınıflandırılmamış sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması
15.14	Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağ İmalatı
	Ham, sıvı ve katı yağların imalatı
	Rafine sıvı ve katı yağların imalatı
	Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı
15.2	SÜT ÜRÜNLERİ İMALATI
15.20	Süt Ürünleri İmalatı
	Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı
	Dondurma imalatı
15.3	ÖĞÜTÜLMÜŞ TAHIL ÜRÜNLERİ, NIŞASTA, NIŞASTALI ÜRÜNLER VE HAZIR HAYVAN YEMLERİ İMALATI
15.31	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı
	Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı
15.32	Nişasta ve Nişastalı Ürünlerin İmalatı
	Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı
15.33	Hazır Hayvan Yemleri İmalatı
	Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı
	Ev hayvanları için hazır yem imalatı
15.4	DİĞER GIDA MADDELERİ İMALATI
15.41	Fırın Ürünleri İmalatı
	Ekmek imalatı, taze fırın ürünleri ve kek imalatı
	Peksimet ve bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve kek imalatı
15.42	Şeker İmalatı
	Şeker imalatı
15.43	Kakao, Çikolata ve Şekerleme İmalatı
	Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı
15.44	Makarna, Şehriye, Kuskus vb. Unlu Mamullerin İmalatı
	Makarna, şehriye, kuskus vb. unlu mamullerin imalatı
15.49	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Gıda Maddeleri İmalatı



	Kahve ve çayın işlenmesi
	Baharat, sos, sirke vb. çeşni maddelerin imalatı
	Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyeceklerin imalatı
	B.y.s gıda ürünleri imalatı
15.5	İÇECEK İMALATI
15.51	Alkollü İçeceklerin Damıtılması, Arıtılması, Karıştırılması; Mayalı Maddelerden Etil Alkol Üretimi
	Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı
	Mayalı maddelerden etil alkol üretimi
15.52	Şarap İmalatı
	Şarap imalatı
	Elma ve diğer meyve şaraplarının imalatı
	Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı
15.53	Bira Ve Malt İmalatı
	Bira imalatı
	Malt İmalatı
15.54	Alkolsüz İçecek İmalatı, Maden Ve Memba Suları Üretimi
	Maden suyu ve meşrubat üretimi

KAYNAK: (TÜİK, tarih yok)

AVRUPA TOPLULUĞUNDA EKONOMİK FAALİYETLERİN İSTATİSTİKİ SINIFLAMASI, NACE REV.2:

NACE Rev 2. – NACE (General Industrial Classification of Economic Activities within the European Communities - Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması):

“Avrupa Birliği ülkelerinde ekonomik faaliyetlerin sınıflandırılması ve istatistiki çalışmalarda AB ülkeleri içinde bir standart sağlanması adına oluşturulan bir istatistiki sınıflandırma türüdür.¹”

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü, Nace Rev 2 sınıflandırma sistemine göre 2 bölümden oluşmakta olup üçlü düzeyde 10, dördü düzeyde 32 alt sektörü bünyesinde barındırmaktadır. Sektör analiz raporu kapsamında özellikle istihdam, firma sayısı ve AB ülkeleriyle alakalı verilerin sunulmasında Nace Rev 2 sınıflama türünden faydalanılmıştır.

Tablo 1.2: Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörünün Nace Rev 2.'ye Göre Sınıflandırılması

10	GIDA ÜRÜNLERİ İMALATI
10.1	ETİN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI İLE ET ÜRÜNLERİNİN İMALATI
10.11	Etin İşlenmesi Ve Saklanması
10.12	Kümes Hayvanları Etlerinin İmalatı Ve Saklanması
10.13	Et Ve Kümes Hayvanları Etlerinden Üretilen Ürünlerinin İmalatı
10.2	BALIK, KABUKLU DENİZ HAYVANLARI VE YUMUŞAKÇALARIN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI

¹ Nace Rev 2 aslında ISIC Rev 4'e karşılık gelen Avrupa düzeyindeki sınıflandırma sistemidir. Ancak; Türkiye'nin Düzey 2 Bölgelerine göre 4'lü kırılımdaki dış ticaret verileri TÜİK'te ISIC Rev 4, yerine ISIC Rev.31 sınıflandırma sistemine göre verildiği için, rapor kapsamında bütün ihracat verilerinin sunumunda ISIC Rev 31 sınıflandırma sistemi kullanılmıştır. ISIC Rev 4'ün kapsamı ISIC Rev 31'e göre farklılık gösterdiği için dış ticaret rakamları da bu iki sınıflandırma sisteminde farklılaşmaktadır. Türkiye ve TR 62 ihracat verileri incelenirken bu duurm sürekli göz önünde bulundurulmalıdır.



Tablo 1.1: Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektörünün ISIC REV 3.1'e Göre Sınıflandırılması

10.20	Balık, Kabuklu Deniz Hayvanları Ve Yumuşakçaların İşlenmesi Ve Saklanması
10.3	SEBZE VE MEYVELERİN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI
10.31	Patatesin İşlenmesi Ve Saklanması
10.32	Sebze Ve Meyve Suyu İmalatı
10.39	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Sebze Ve Meyvelerin İşlenmesi Ve Saklanması
10.4	BITKİSEL VE HAYVANSAL SIVI VE KATI YAĞ İMALATI
10.41	Sıvı Ve Katı Yağların İmalatı
10.42	Margarin Ve Benzeri Yenilebilir Katı Yağların İmalatı
10.5	SÜT ÜRÜNLERİN İMALATI
10.51	Süthane İşletmeciliği Ve Peynir İmalatı
10.52	Dondurma İmalatı
10.6	ÖĞÜTÜLMÜŞ TAHİL ÜRÜNLERİ, NIŞASTA VE NIŞASTALI İMALATI
10.61	Öğütülmüş Hububat ve Sebze Ürünleri İmalatı
10.62	Nişasta ve Nişastalı Ürünlerin İmalatı
10.7	FIRIN VE UNLU MAMULLER İMALATI
10.71	Ekmek İmalatı, Taze Pastane Ürünleri Ve Taze Kek İmalatı
10.72	Peksimet Ve Bisküvi İmalatı; Dayanıklı Pastane Ürünleri Ve Dayanıklı Kek İmalatı
10.73	Makarna, Şehriye, Kuskus Vb. Unlu Mamullerin İmalatı
10.8	DIĞER GIDA MADDELERİNİN İMALATI
10.81	Şeker İmalatı
10.82	Kakao, Çikolata Ve Şekerleme İmalatı
10.83	Kahve Ve Çayın İşlenmesi
10.84	Baharat, Sos, Sirke Vb. Çeşni Maddelerin İmalatı
10.85	Hazır Yemeklerin İmalatı
10.86	Homojenize Gıda Müstahzarları Ve Diyetetik Gıda İmalatı
10.89	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğere Gıda Maddelerinin İmalatı
10.9	HAZIR HAYVAN YEMLERİ İMALATI
10.91	Çiftlik Hayvanları İçin Hazır Yem İmalatı
10.92	Ev Hayvanları İçin Hazır Gıda İmalatı
11	İÇECEK İMALATI
11.0	İÇECEKLERİN İMALATI
11.01	Alkollü İçeceklerin Damıtılması, Arıtılması Ve Harmanlanması
11.02	Üzümünden Şarap İmalatı
11.03	Elma Şarabı Ve Diğere Meyve Şaraplarının İmalatı
11.04	Diğere Damıtılmamış Mayalı İçeceklerin İmalatı
11.05	Bira İmalatı
11.06	Malt İmalatı
11.07	Alkolsüz İçeceklerin İmalatı, Maden Sularının Ve Diğere Şişelenmiş Suların Üretimi

KAYNAK: (TÜİK)



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



DÜNYADA GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ



2. DÜNYADA GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ

Birleşmiş Milletler (UN)'in hazırlamış olduğu "World Population Prospects: 2012 Revision" raporuna göre 2012 yılında 7.2 milyar olan dünya nüfusunun, 2025 yılında 1 milyar daha artacağı, 2050'ye geldiğinde ise 9.6 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2013). Artan nüfusla birlikte çevre kirliliği, küresel ısınma ve doğal kaynakların azalması gibi tehditler de göz önünde bulundurulduğunda önümüzdeki yıllarda insanoğlunun gıda ve içecek ihtiyacının karşılanmasının daha da zorlaşacağı, dolayısıyla gıda - içecek sektörünün stratejik öneminin ve büyüme oranlarının dünya genelinde daha da artacağı öngörülmektedir.

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayi, sektörün ihtiyacı olan emek-yoğun işgücünden ve yüksek nüfusun gıda ihtiyacından dolayı son yıllarda büyük oranda gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü'nün (UNIDO) yayınladığı rapora göre gıda - içecek imalatı sektörü 2013 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre dünya genelinde %3 oranında büyüme kaydederken, bu oran gelişmekte olan ülkelerde %7,7'ye kadar çıkmaktadır. (UNIDO, 2013, s. 13) Ülkelerin dünya üretimindeki payları incelendiğinde de son yıllarda gelişmekte olan ülkelerin dünya üretimindeki paylarının yükseldiği görülmektedir. Örneğin; Çin 2005 yılında dünya gıda - içecek imalatının %7,1'ini karşılarken, 2011'e geldiğinde bu oran çok büyük bir artışla %17,1'e yükselmiştir. Çin kadar yüksek oranlarda olmasa da Arjantin, Endonezya, Hindistan, Polonya, Vietnam, Romanya ve Suudi Arabistan gibi ülkeler de dünya üretimindeki paylarını son yıllarda önemli oranda artırmışlardır.

Tablo 21: Gıda - İçecek Sektöründe Öne Çıkan Üretici Ülkelerin Dünya Genelindeki Üretim Payları, 2005 - 2011 (%)

	Tüm Dünya İçinde				Gelişmekte Olan Ekonomiler İçinde			
	2005		2011		2005		2011	
	Ülke	Üretim Payları (%)	Ülke	Üretim Payları (%)	Ülke	Üretim Payları (%)	Ülke	Üretim Payları (%)
1	ABD	24.0%	ABD	20.9%	Meksika	19.6%	Meksika	17.2%
2	Japonya	11.3%	Çin	17.1%	Brezilya	12.1%	Brezilya	11.0%
3	Çin	7.1%	Japonya	8.9%	Arjantin	5.7%	Arjantin	7.6%
4	Almanya	4.8%	Almanya	4.2%	Endonezya	5.3%	Endonezya	6.5%
5	Meksika	4.5%	Meksika	4.0%	Türkiye	4.9%	Hindistan	5.1%
6	Birleşik Krallık	4.4%	Birleşik Krallık	3.5%	Hindistan	4.4%	Türkiye	4.6%
7	Fransa	3.9%	Fransa	3.3%	Polonya	4.1%	Polonya	4.4%
8	İtalya	3.0%	Brezilya	2.6%	Tayland	4.1%	Tayland	3.8%
9	Brezilya	2.8%	İtalya	2.5%	Güney Afrika Cum.	3.0%	Suudi Arabistan	2.9%
10	İspanya	2.6%	İspanya	2.2%	Suudi Arabistan	2.8%	Güney Afrika Cum.	2.8%
11	Kanada	2.2%	Rusya	1.9%	Kolombiya	2.6%	Vietnam	2.7%
12	Rusya	1.9%	Kanada	1.8%	Filipinler	2.4%	Kolombiya	2.6%
13	Avustralya	1.6%	Arjantin	1.8%	Yunanistan	2.1%	Romanya	2.1%
14	Güney Kore	1.4%	Endonezya	1.5%	Venezuela	1.9%	Filipinler	1.9%
15	Arjantin	1.3%	Avustralya	1.2%	Şili	1.8%	Yunanistan	1.9%
...								
...	Türkiye	1,12%	Türkiye	%1,02				

KAYNAK: (UNIDO, 2013, s. 66)



Türkiye ise 2005 – 2011 yılları arasında sektördeki üretim miktarını artırmasına rağmen, dünya genelinde sahip olduğu üretim payında bir düşüş yaşamıştır. 2005'te dünya üretiminin %1,12'sini karşılayan Türkiye, 2011'e gelindiğinde %1,02'ye gerilemiştir. Ancak, mevcut veriler Türkiye'nin özellikle gelişmekte olan ülkeler arasında halen önemli bir gıda tedarikçisi olduğunu göstermektedir.

Üretim payları ile beraber 2000'li yıllardan itibaren sektörden elde edilen katma değer gelişmiş ülkelere doğru kaydığı görülmektedir. Dünya genelinde sektörden elde edilen katma değerde AB'nin payı 2000 yılında %26'ken, 2011'de bu oran %20,9'a düşmüştür. Keza aynı yıllar arasında ABD'nin payı da %24'ten, %20,9'a gerilemiştir. (UNIDO, 2013)

Tablo 2.2: Gıda – İçecek Sektöründe Dünya Genelinde Üretilen Katma Değerin Dağılımı, 2000 - 2011 (%)

Yıl	Gelişmiş Ülkeler (%)	Gelişmekte Olan Ülkeler (%)
2000	%74,5	%25,5
2005	%70,0	%30,0
2011	%59,6	%40,4

KAYNAK: (UNIDO, 2013, s. 62)

Sektörün dış ticaretinde ise yine aynı şekilde AB-27, ABD, Kanada gibi gelişmiş ülkelerin hem ihracat hem de ithalatta dünya genelindeki paylarının azaldığı görülmektedir. Bu durum, sektörün dış ticaretinde gelişmekte olan ülkelerin daha fazla rol almaya başladığını teyit etmektedir. Çin, yüksek nüfusundan dolayı üretimdeki gelişimini daha fazla iç tüketimde kullanmakta, gelişme trendini aynı oranda dış ticarete yansıtamamaktadır.

Sektörde yapılan ihracatta Tayland, Malezya, Endonezya, Hindistan gibi Asya ülkeleri ile Brezilya, Arjantin gibi Güney Amerika ülkelerinde önemli bir ilerleme yaşanırken, Avustralya, Kanada, Şili ve Meksika gibi ülkelerin dünya genelindeki ihracat payları azalmaktadır. Türkiye ise son 10 yılda dünya ihracatından aldığı payı artırarak ilk 15 ihracatçı ülke arasına girmiştir.

Tablo 2.3: Gıda – İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İhracat Rakamları, 2012 (Milyar \$)

	Ülkeler	2012 İhracat Değeri (Milyar \$)	Dünya Payı		Trend
			2002	2012	
1	AB-27	98,7	20,5	16,1	↓
2	ABD	73,7	14,4	12	↓
3	Çin	46,4	5,8	7,6	↑
4	Brezilya	45,8	5,4	7,5	↑
5	Tayland	29,9	4,7	4,9	↑
6	Endonezya	28,1	2,3	4,6	↑
7	Hindistan	27,9	2,2	4,5	↑
8	Arjantin	26,8	3,7	4,4	↑
9	Malezya	25,6	2,9	4,2	↑
10	Kanada	24,1	5,8	3,9	↓
11	Yeni Zelanda	18,8	3,1	3,1	
12	Avustralya	17	4,3	2,8	↓
13	Meksika	12	2,2	2	↓
14	Türkiye	9,6	1	1,6	↑
15	Şili	9,6	1,7	1,6	↓

KAYNAK: (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 18)



Sektörde yapılan ithalatta ise Çin ile birlikte Rusya, Hindistan, Malezya, Avustralya, Endonezya, Singapur ve Tayland son yıllarda dünya genelindeki paylarını artırmışlardır. Bunun yanında ABD, AB-27, Japonya ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerin dünya genelindeki ithalat paylarında önemli bir düşüş gözlemlenmekte, yine Güney Kore, Hong Kong, Meksika gibi gelişmekte olan bazı ülkelerin de payları giderek azalmaktadır.

Tablo 2.4: Gıda - İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İthalat Rakamları, 2012 (Milyar \$)

	Ülkeler	2012 İhracat Değeri (Milyar \$)	Dünya Payı		Trend
			2002	2012	
1	ABD	89,7	20	14,6	↓
2	AB-27	85,9	18,1	14	↓
3	Japan	53,6	15,5	8,7	↓
4	Çin	41,4	3,3	6,8	↑
5	Rusya	25,7	3,7	4,2	↑
6	Kanada	25,5	4,6	4,2	↓
7	Güney Kore	16,6	3,3	2,7	↓
8	Hong Kong	15,6	3	2,5	↓
9	Meksika	15,1	3,3	2,5	↓
10	Hindistan	13,2	1	2,2	↑
11	Malezya	11,7	1,2	1,9	↑
12	Avustralya	11,4	1,5	1,9	↑
13	Endonezya	9,6	0,9	1,6	↑
14	Singapur	9,5	1,4	1,5	↑
15	Tayland	9,1	1,3	1,5	↑

KAYNAK: (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 18)

Dünyadaki tarım – gıda dış ticareti ürün bazlı incelendiğinde bazı ürün ve ürün gruplarının önemli oranda öne çıktıkları görülmektedir. Soya, mısır, palmiye yağı, buğday, şeker gibi gıda-içecek sanayinin hemen hemen bütün alt kırılımlarında kullanılan temel ürünler ile et ve süt ürünleri, alkollü içecekler, kahve ve tekstil sanayinin temeli olan pamuk lifi gibi ürünler en çok dış ticareti yapılan ürünlerdir.

Bu ürünlerin birçoğu arasında birbiriyle önemli bağlantılar bulunmaktadır. Örneğin, soya ve mısır bugün dünyayı besleyen en önemli ürünlerin başında gelmektedirler. Soya ve mısırdan sanayide ve nihai tüketim de kullanılmak üzere bitkisel yağ, nişasta gibi ürünler üretilirken, küspeleri yem sanayinin temelini oluşturmaktadır. Yem sanayi ise hayvancılığın en önemli girdisi olması sebebiyle et, tavuk ve süt ürünleri sektörlerini yakından ilgilendirmektedir. Özetle, dünya genelindeki tarım – gıda dış ticaretinde asıl katma değer, hazır gıda ürünleri ile bir çok sektöre girdi olabilecek stratejik tarım ürünlerinden sağlanmaktadır.



Tablo 2.5: Dünya Geneline Tarım – Gıda Alanında En Çok İhrac Edilen Ürünler, 2011 (Milyar \$)

Ürün	2011 İhracat Değeri (Milyar \$)	Sırasıyla En Çok İhracat Yapan 3 Ülke ve Dünya İhracatındaki Payları	
1	Buğday	46,8	ABD (23,7%) – Fransa (14,3) – Kanada (12,2%)
2	Hazır Gıda Ürünleri	46,7	Almanya (8,6%) – Hollanda (7,5%) – Çin (5,5%)
3	Soya	45	ABD (39%) – Brezilya (36,2%) – Arjantin (12,1%)
4	Palmiye Yağı	40,5	Malezya (43%) – Endonezya (42,5%) – Hollanda (4,2%)
5	Doğal Kurutulmuş Kauçuk	33,8	Endonezya (34,6%) – Tayland (31,3%) – Malezya (12,2%)
6	Mısır	33,7	ABD (41,4%) – Arjantin (13,4%) – Brezilya (8%)
7	Şarap	32,1	Fransa (30,9%) – İtalya (18,9%) – İspanya (9,4%)
8	Hafif Alkollü İçkiler	27,3	Birleşik Krallık (30,4%) – Fransa (16,3%) – Singapur (6,2%)
9	Yeşil Kahve	27,1	Brezilya (29,4%) – Vietnam (10,1%) – Kolombiya (9,6%)
10	Kemiksiz Sığır Eti	26,7	Avustralya (15,6%) – Brezilya (15,5%) – ABD (14,8%)
11	İnek Sütünden Peynir	26,4	Almanya (17,7%) – Hollanda (14,1%) – Fransa (12,8%)
12	Soya Küspesi	25,3	Arjantin (39%) – Brezilya (22,4%) – ABD (10,6%)
13	Çikolata Ürünleri	22,9	Almanya (16,6%) – Belçika (11,3%) – Fransa (6,8%)
14	Pastane Ürünleri	22,7	Almanya (14,5%) – Belçika (7,8%) – İtalya (7,2%)
15	Tavuk Eti	22	Brezilya (32%) – ABD (17,9%) – Hollanda (10%)
16	Pamuk Lifi	20,8	ABD (40,4%) – Hindistan (16,2%) – Avustralya (11,8%)
17	Ham Şeker	18,4	Brezilya (62,4%) – Tayland (11,3%) – Guatemala (3,5%)
18	Rafine Şeker	17,3	Brezilya (19,5%) – Fransa (9,6%) – Tayland (8,8%)

KAYNAK: (FAOSTAT) dış ticaret veritabanından hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2.6: Dünya Geneline Tarım – Gıda Alanında En Çok İthal Edilen Ürünler, 2011 (Milyar \$)

Ürün	2011 İthalat Değeri (Milyar \$)	Sırasıyla En Çok İthalat Yapan 3 Ülke ve Dünya İthalatındaki payları	
1	Soya	51,4	Çin (57,8%) – Japonya (3,5%) – Meksika (3,4%)
2	Buğday	51,1	Mısır (6,2%) – Cezayir (5,5%) – Japonya (5,2%)
3	Hazır Gıda Ürünleri	49,8	Birleşik Krallık (6,2%) – Almanya (4,9%) – Fransa (4,3%)
4	Palmiye Yağı	42	Hindistan (16,1%) – Çin (15,7%) – Pakistan (5,6%)
5	Mısır	36,3	Japonya (14,7%) – Meksika (8,2%) – Güney Kore (6,1%)
6	Doğal Kurutulmuş Kauçuk	33,7	Çin (25,3%) – ABD (14,3%) – Japonya (11,2%)
7	Şarap	33	ABD (15,2%) – Birleşik Krallık (14,4%) – Almanya (9,8%)
8	Yeşil Kahve	28,3	ABD (25%) – Almanya (17,3%) – Japonya (6,9%)
9	Hafif Alkollü İçkiler	27,9	ABD (22,9%) – Almanya (6,1%) – Fransa (5,4%)
10	Soya Küspesi	27,4	Hollanda (8,4%) – Almanya (5,3%) – Fransa (5,2%)
11	Kemiksiz Sığır Eti	26,2	ABD (10,2%) – Japonya (10%) – Rusya (6,5%)
12	İnek Sütünden Peynir	24,6	Almanya (16,2%) – İtalya (8,7%) – Birleşik Krallık (6,9%)
13	Pamuk Lifi	23,1	Çin (40,8%) – Türkiye (7,9%) – Endonezya (7,7%)
14	Ham Şeker	22,6	ABD (7,5%) – Rusya (7,5%) – Çin (7,4%)
15	Pastane Ürünleri	22,5	ABD (11,2%) – Fransa (8,1%) – Almanya (7,9%)
16	Çikolata Ürünleri	22,4	ABD (8,9%) – Almanya (8,6%) – Fransa (8,6%)
17	Tavuk Eti	21,7	Çin (8,2%) – Suudi Arabistan (7,9%) – Japonya (7,5%)
18	Rafine Şeker	16,6	ABD (7,1%) – İtalya (6,5%) – BAE (4,8%)

KAYNAK: (FAOSTAT) dış ticaret veritabanından hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



AB ÜLKELERİNDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ



3. AB ÜLKELERİNDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ

Avrupa Birliği'nin gıda ürünleri ve içecek imalatı sektöründe dünya genelindeki üretim ve dış ticaret payı son yıllarda düşüş eğilimi gösterse de, sektördeki üretim değeri, dış ticaret miktarı, katma değer gibi birçok değişkende Avrupa Birliği halen dünya genelinde ilk sırada yer almaktadır. AB içerisinde ise özellikle Almanya, Fransa, İtalya, Birleşik Krallık, İspanya, Polonya ve Hollanda gibi ülkelerin sektörde birçok değişkene göre öne çıktıkları görülmektedir.

Gıda sanayinde firma sayılarına göre Fransa ve İtalya başta olmak üzere Almanya ve İspanya gibi ülkeler öne çıkmaktadır. İstihdam rakamlarında ise firma sayısı Fransa ve İtalya'dan daha az olmasına rağmen, işletme ölçekleri daha büyük olan Almanya ilk sırada yer almaktadır. Almanya'yı sırasıyla Fransa, İtalya, Polonya, Birleşik Krallık ve İspanya izlemektedir. İngiltere ve Polonya'da firma sayıları az, ancak firma ölçekleri büyük olduğu için istihdam rakamları yüksektir. Bu değişkenlere ek olarak ciro ve katma değerde öne çıkan ülkeler ise sırasıyla Almanya, Fransa, İtalya, Birleşik Krallık ve İspanya'dır.

Tablo 3.1: AB Üyesi ve Adayı Ülkelerde Gıda Ürünleri Sektörü ile İlgili Önemli Göstergeler, 2012²

Ülkeler	Firma Sayısı	İstihdam Edilen Kişi Sayısı	Ciro		İşgücü Verimliliği	Ortalama Personel Giderleri
			(Milyar Avro)	(Kişi Başına Bin Avro - Yıllık)		
AB-28	264.699	4.096.033	914.0	170.1	42.0	27.0
Belçika	6.847	85.253	39.2	5.6	66.3	45.0
Bulgaristan	4.840	80.406	3.7	0.6	8.0	4.1
Çek Cumhuriyeti	7.305	100.827	11.8	1.9	18.8	12.9
Danimarka	1.458	59.660	22.6	3.8	64.0	43.2
Almanya	29.106	814.811	166.7	29.6	36.4	27.4
Estonya	405	12.702	1.3	0.2	19.4	11.9
İrlanda	579	35.742	23.2	6.1	171.0	39.6
Yunanistan	13.715	78.424	11.5	2.9	37.0	23.2
İspanya	22.961	313.386	86.4	15.0	48.0	29.3
Fransa	57.475	561.001	151.8	28.6	:	:
Hırvatistan	2.767	56.400	4.5	0.9	16.3	10.6
İtalya	55.100	394.042	106.8	18.6	47.4	34.8
Güney Kıbrıs	787	11.008	1.2	0.2	26.5	18.7
Letonya	834	23.579	1.5	0,2	12.3	7.2
Litvanya	1.368	38.522	3.3	0,5	13.7	7.8
Lüksemburg	132	4.725	0.6	0.2	43.0	33.8
Macaristan	4.436	89.641	9.5	1,4	16.0	9.6
Malta	382	:	:	:	:	:
Hollanda	4.543	119.378	60.2	8.9	75.2	43.9

²Eurostat veri tabanında AB üye ya da aday ülkelere dair kesinleşmiş en son veriler 2012 tarihli'dir. Ancak; Türkiye'nin Eurostat veri tabanına işlediği en son veriler 2009 yılına aittir. Diğer ülkelerle kıyaslama yapabilmek açısından Türkiye verileri de 2009 yılına ait olmasına rağmen okuyucuya sunulmuştur. Tablo incelenirken Türkiye'yle ilgili verilerin 2009 yılına ait olduğu ve genel bir fikir vermek açısından kullanıldığı unutulmamalıdır.



Avusturya	3.421	70.324	15.2	3.5	50.3	35.4
Polonya	13.767	391.358	46.6	7.9	20.2	10.2
Portekiz	9.328	90.247	11.6	1.9	21.3	14.7
Romanya	7.691	164.526	8.5	1.4	8.8	4.7
Slovenya	1.248	14.243	1.8	0.3	25.5	18.6
Slovakya	2.378	34.576	3.7	0.6	17.3	11.3
Finlandiya	1.661	34.812	9.7	2.0	59.8	41.3
İsveç	3.484	57.769	16.8	3.2	57.1	50.0
Birleşik Krallık	6.681	358.671	92.5	23.0	64.3	33.5
Aday ve Potansiyel Aday Ülkeler						
Türkiye (*)	39.579	337.176	31.6	4,8	14.5	8.4
Makedonya	1.430	:	0.6	0.1	:	3.8
Bosna Hersek	685	16.801	1.2	0.2	14.1	6.5

KAYNAK: (EUROSTAT) veritabanından hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

AB ülkeleri ile mukayese edilecek olursa Türkiye firma sayısında Fransa ve İtalya'dan sonra üçüncü sırada yer almaktadır. Yine Fransa ve İtalya ile benzer şekilde firma ölçekleri küçük olduğu için istihdam rakamlarında AB üyesi 5 ülkeden sonra gelmektedir. Gıda sektöründe Türkiye için asıl problemler konu sektörden elde edilen ciro ve katma değerle ilgilidir. Türkiye'nin sektörden elde ettiği katma değer ve ciro rakamları istihdam ve firma sayılarına oranlandığında, bu oranların AB ortalamasına göre çok düşük seviyelerde kaldığı görülmektedir. Bu durum, iş gücü verimliliğinin ve sektörden elde edilen katma değer Türkiye'de düşük olduğunu göstermektedir. Elde edilen katma değer düşük olması aynı zamanda personel ücretlerini de olumsuz anlamda etkilemektedir. İş gücü verimliliği ve ortalama personel giderlerinde Türkiye AB üyesi ve aday ülkeler arasında sondan altıncı sırada yer almaktadır. Bu saptamalardan hareketle Türkiye'nin AB ülkelerine kıyasla firma sayısı fazla, küçük ölçekli işletme yapısına sahip, emek yoğun, katma değeri, cirosu, işgücü verimliliği ve personel ücretleri düşük olan bir sektöre sahip olduğu sonucuna varılabilir.

İçecek imalatı sektöründe ise firma sayılarının İspanya başta olmak üzere Fransa, İtalya, Macaristan ve Almanya gibi ülkelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Gıda sanayi ile benzer bir şekilde firma sayısı daha az, ancak ölçekleri büyük olan Almanya içecek imalatı sektöründe istihdam edilen personel sayısında ilk sırada yer almaktadır. Almanya'yı sırasıyla Fransa, İspanya ve İtalya takip etmektedir. Katma değer ve ciro değerlerinde şarap üretiminde uzmanlaşan Fransa ilk sırada yer alırken, onu hafif alkollü içeceklerin üretiminde uzmanlaşan Birleşik Krallık takip etmektedir. Türkiye ise içecek imalatı alanında AB ülkeleri arasında hemen hemen bütün değişkenlerde ortalama seviyelerdedir.



Tablo 3.2: AB Üyesi ve Aday Ülkelerde İçecek Ürünleri Sektörü ile İlgili Önemli Göstergeler, 2012³

Ülkeler	Firma Sayısı	İstihdam Edilen Kişi Sayısı	Ciro	Katma Değer	İşgücü Verimliliği	Ortalama Personel Giderleri
AB-28	23.956	:	148.0	36.7	:	40.0
Belçika	273	10.125	4.7	1.3	136.6	68.4
Bulgaristan	826	13.749	0.8	0.1	14.3	6.3
Çek Cumhuriyeti	1.222	14.898	2.4	0.8	55.7	20.1
Danimarka	121	4.653	1.4	0.4	91.2	45.8
Almanya	2.002	70.398	20.3	4.8	69.6	47.8
Estonya	34	1.434	0.2	0.06	42.5	18.2
İrlanda	28	3.483	3.1	1.0	287.6	77.5
Yunanistan	795	9.382	1.7	0.5	63.7	35.9
İspanya	4.617	47.051	15.9	4.0	86.3	42.3
Fransa	3.117	51.694	26.6	6.1	:	:
Hırvatistan	491	7.868	0.8	0.2	32.7	17.0
İtalya	2.891	35.768	17.1	3.4	95.5	46.5
Güney Kıbrıs	77	1.522	0.2	0.06	44.8	33.9
Letonya	76	2.380	0.2	0.04	17.4	12.8
Litvanya	98	3.321	0.4	0.09	28.3	12.3
Lüksemburg	30	472	0.1	0.05	111.7	49.1
Macaristan	2.295	13.193	1.8	0.3	23.9	14.3
Malta	20	877	:	:	:	:
Hollanda	208	6.685	4.8	1.2	192.4	62.8
Avusturya	383	9.039	5.3	1.5	175.2	60.5
Polonya	563	25.651	7.4	1.1	44.0	17.7
Portekiz	1.157	13.962	2.9	0.6	46.3	24.3
Romanya	664	20.937	2.1	0.4	23.3	9.3
Slovenya	120	1.656	0.2	0.08	50.6	26.4
Slovakya	421	5.427	0.7	0.1	31.9	16.8
Finlandiya	81	3.690	1.2	0.3	99.3	51.3
İsveç	218	5.534	1.9	0.5	107.6	65.7
Birleşik Krallık	1.128	:	21.9	6.4	:	:
Aday ve Potansiyel Aday Ülkeler						
Türkiye (*)	498	11.959	2.2	0.5	49.7	13.4
Makedonya	106	:	0.2	0.05	:	6.8
Bosna Hersek	90	2.686	0.2	0.08	32.7	10.1

KAYNAK: (EUROSTAT) veritabanından hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

³ Eurostat veri tabanında AB üye ya da aday ülkelerine dair kesinleşmiş en son veriler 2012 tarihli'dir. Ancak; Türkiye'nin Eurostat veri tabanına işlediği en son veriler 2009 yılına aittir. Diğer ülkelerle kıyaslama yapabilmek açısından Türkiye verileri de 2009 yılına ait olmasına rağmen okuyucuya sunulmuştur. Tablo incelenirken Türkiye'yle ilgili verilerin 2009 yılına ait olduğu ve genel bir fikir vermek açısından kullanıldığı unutulmamalıdır.



AB'nin dünya gıda - içecek dış ticaretinde elde ettiği pay oran olarak son 10 yılda azalmış olmasına rağmen, miktar olarak önemli bir artış söz konusudur. 2011 - 2012 yılları arasında AB'nin gıda - içecek ihracatı %11,7 ithalatı ise %3,5 artış göstermiştir. Bununla birlikte sektördeki AB dış ticaretinin özellikle bazı alt sektörlerde yoğunlaştığı, bazı alt sektörlerin ise son yıllarda hızla gelişmekte olduğu anlaşılmaktadır. Avrupa Birliği sektöründe en çok ihracatı içecek imalatı, diğer gıda maddelerinin imalatı, etin işlenmesi ve saklanması ve süt ürünleri imalatı alt sektörlerinde gerçekleştirmektedir. Ürün bazlı incelendiğinde en çok ihracatın alkollü içkiler, şaraplar, peynirler, evcil hayvan yemleri, domuz eti ve konsantre sütte gerçekleştiği görülmektedir. (Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 2013, s. 39) İhracatın bir önceki yıla kıyasla en hızlı geliştiği alt sektörler ise bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı, hazır hayvan yemleri imalatı ve fırın ve unlu mamuller imalatıdır.

İthalatta ise en büyük paya sahip olan alt sektörler bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı ile balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanmasıdır. Ürün bazlı incelendiğinde AB ülkelerinde en çok ithalatın kümes ve hayvan yemleri, balık filetoları, kabuklular, yumuşakçalar ve palmiye yağında gerçekleştiği görülmektedir. (Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 2013, s. 39) İthalatın önceki yıla kıyasla oransal olarak en fazla arttığı alt sektör, bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatıdır.

Tablo 3.3: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde AB'nin Dış Ticaret Rakamları, 2011-2012

Nace Rev 2. Kodları	AB27 İhracat (Milyar Avro)				AB27 İthalat (Milyar Avro)			
	2011	2012	2012/2011 (%)	2012 İhracatındaki Payı	2011	2012	2012/2011 (%)	2012 İthalatındaki Payı
C.11.0 - İçecek imalatı	22,3	25,7	15,1%	29,4%	4,6	4,9	4,5%	7,3%
C.10.8 - Diğer gıda maddelerinin imalatı	16,4	18,6	13,3%	21,3%	9,8	10,0	1,7%	15,1%
C.10.1 - Etin işlenmesi ve saklanması ile et ürünlerinin imalatı	10,3	11,2	8,3%	12,8%	7,1	6,9	- 1,9%	10,5%
C.10.5 - Süt ürünleri imalatı	8,7	9,4	7,9%	10,8%	0,7	0,8	5,7%	1,2%
C.10.3 - Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması	4,3	4,9	13,8%	5,7%	7,5	7,7	2,2%	11,6%
C.10.4 - Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı	3,6	4,5	23,5%	5,2%	15,5	17,3	10,3%	26,1%
C.10.9 - Hazır hayvan yemleri imalatı	2,4	2,8	17,6%	3,3%	0,7	0,6	-7,6%	1,0%
C.10.7 - Fırın ve unlu mamuller imalatı	2,9	3,4	17,2%	4,0%	0,5	0,5	5,2%	0,8%
C.10.2 - Balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanması	2,9	3,4	15,1%	3,9%	15,6	15,7	0,5%	23,7%
C.10.6 - Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	2,6	2,8	8,1%	3,2%	1,5	1,5	-0,1%	2,3%
Toplam:	77,0	87,2	11,7%		64,0	66,3	3,5%	

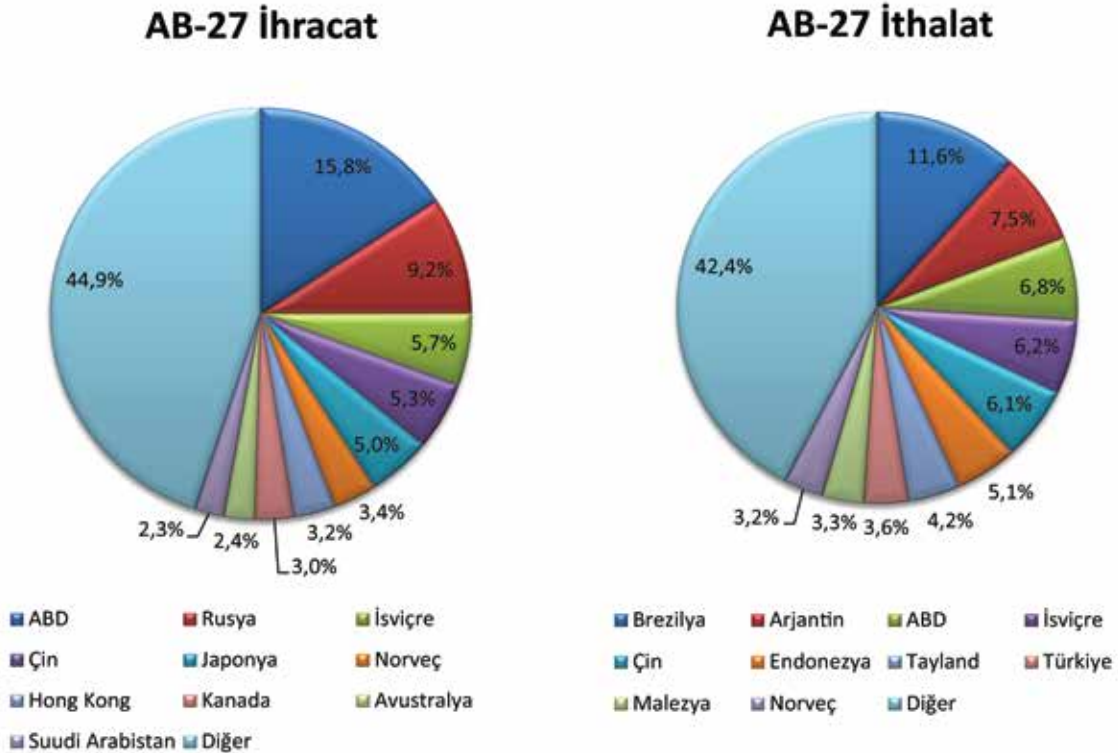
KAYNAK: (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 16)



Avrupa Birliği'nin gıda - içecek dış ticareti bazı ülkelere ve bölgelere doğru yoğunlaşmaktadır. AB'nin 2012 yılı gıda - içecek ihracatının %15,8'i ABD'ye, %9,2'si Rusya'ya gerçekleşmektedir. Bunların dışında AB'nin sektördeki ihracatında önemli paya sahip ülkeler arasında İsviçre, Norveç gibi Avrupa ülkeleri, Çin, Japonya, Hong Kong gibi Uzakdoğu ülkeleri, Kanada, Avustralya ve Suudi Arabistan bulunmaktadır. AB'nin 2012 yılında en çok ithalat yaptığı ülkeler ise sırasıyla Brezilya, Arjantin, ABD ve İsviçre'dir. AB gıda - içecek ithalatı içerisinde Türkiye 2,2 milyar avroluk miktarı ve %3,6'lük oranıyla 8'inci sırada yer almaktadır. (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 15)

Türkiye'nin üretiminde güçlü olduğu ya da büyük potansiyele sahip olduğu et ürünleri, bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar, balık ürünleri gibi sektörlerde ithalat ihtiyacı duyan Avrupa Birliği, Türkiye için önemli ve daha da genişleyebilecek bir pazar konumundadır. Ancak, AB ile ABD arasında güçlü bir ekonomik işbirliği tasarlayan "Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP)" anlaşması ile Dünya dış ticaretinin yapısında önemli değişiklikler yaşanacağı unutulmamalıdır. Bu işbirliği anlaşması ile birlikte AB ile ABD arasında ortak bir pazar oluşacak, iki taraf arasındaki ticari ilişkilerde maliyetler azalacak ve ticaret hacmi artış gösterecektir. Örneğin, ABD'den AB'ye ihraç edilen gıda - içecek ürünlerinin ticari maliyetlerinin %56,8 azalacağı; ABD'den AB'ye ihracatın %74,8, AB'den ABD'ye ihracatın ise %45,5 oranında artacağına dair tahminler yapılmaktadır. (Hasanov & Macit, 2015, s. 18-19) Bu anlaşmanın Türkiye'nin dış ticaretinde daralmaya neden olacağı açıktır, lakin Türkiye'nin bu anlaşmaya dâhil edilmemesi durumunda anlaşmanın ülke ekonomisine etkileri daha da sarsıcı olacaktır. Türkiye'nin AB ile Gümrük Birliği anlaşmasından kaynaklı olarak ABD ürünleri ülke içinde serbest olarak dolaşabilecekken, Türk ürünlerinin ABD pazarına serbest erişimi ayrı bir anlaşma olmadan mümkün olmayacaktır. Bu durum, Türkiye ekonomisindeki bütün sektörler için olduğu gibi Gıda - içecek sektörünün rekabetçiliği açısından da ciddi tehdit oluşturmaktadır.

Şekil 3.1: Gıda - İçecek Sektöründe AB Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler (%), 2012



KAYNAK: (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 15)



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



TÜRKİYE'DE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ



4. TÜRKİYE'DE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ

Türkiye imalat sanayinin mevcut durumu incelendiğinde gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünün birçok değişkende öne çıkan bir sanayi kolu olduğu görülmektedir. Et ve balık ürünlerinden bitkisel ve hayvansal yağlara, işlenmiş meyve ve sebzelerden alkollü içeceklere kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan bu sektör, firma sayısı, istihdam, dış ticaret, katma değer, ciro gibi farklı alanlarda imalat sanayi içinde önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, mevcuttaki düşük teknoloji yapısı göz önünde bulundurulduğunda Ar-Ge, kapasite kullanım oranı gibi çeşitli değişkenlerde ise diğer imalat sanayi sektörlerine göre geride kalmaktadır. Gıda – içecek sektörü mevcuttaki düşük teknoloji yapısı, buna bağlı olarak otomasyon ve makineleşmenin az olması ve sektördeki firma ölçüklerinin küçüklüğü gibi nedenlerden dolayı emek yoğun bir özellik içermektedir. Sektör, firma sayısında imalat sanayi içinde ilk sırada yer alırken, istihdamda ise tekstil ürünleri imalatı (13,7%) ve giyim eşyaları imalatından (%12,7) sonra 3'üncü sırada bulunmaktadır.⁴

Tablo 4.1: Gıda - İçecek Sektöründe Türkiye Geneli Firma ve Çalışan Sayıları, 2013

Nace Kodu	Firma Sayısı (Türkiye)	Yüzde %	Çalışan Sayısı (Türkiye)	Yüzde %
C.10 - Gıda İmalatı	41.611	15,4%	417.671	12%
C.11 - İçecek İmalatı	640	0,2%	13.727	0,4%
İmalat Sanayi Toplam:	270.097		3.476.26	

KAYNAK: (SGK, 2013)

Üretim değeri, faktör maliyetiyle katma değer ve ciro rakamlarına göre gıda – içecek sektörü 2012 yılında ülke ekonomisine en çok katkı sağlayan imalat sanayi alt kolu olmuştur. 117 milyar TL üretim değeriyle bir önceki yıla göre 13,2 milyar TL artış yaşayan sektör, imalat sanayinden elde edilen üretim değerinin %15,5'ini oluşturmaktadır. Yine 2012 yılında sektörden 123,4 milyar TL ciro elde edilmiş, bir önceki yıla göre bu alanda 13,6 milyar TL artış yaşanmıştır. Bu ciro miktarıyla birlikte gıda – içecek sektörü imalat sanayinden elde edilen cironun %15,4'ünü karşılamıştır. Son olarak faktör maliyetiyle katma değer rakamlarına göre sektörün 2012 yılında elde ettiği katma değer bir önceki yıla göre 14,6 milyar TL'den 17 milyar TL'ye yükselmiş, imalat sanayinde sağlanan katma değer içinde sektörün payı %12,9 olarak gerçekleşmiştir. (TÜİK, 2012)⁵

Tablo 4.2: Gıda – İçecek Sektöründe Üretim Değeri, Faktör Mal. Katma Değer ve Ciro, 2012 (Milyar TL)

Nace Kodu	Üretim Değeri (Milyar TL)	İmalat San. İçindeki Yüzdesi %	Faktör Mal. Katma Değer (Milyar TL)	İmalat San. İçindeki Yüzdesi %	Ciro (Milyar TL)	İmalat San. İçindeki Yüzdesi %
C.10 - Gıda İmalatı	110,5	14,7%	15,5	11,8%	116,9	14,6%
C.11 - İçecek İmalatı	6,5	0,8%	1,5	1,1%	6,5	0,8%
İmalat Sanayi Toplam:	703,3		131,3		796,9	

KAYNAK: (TÜİK, 2012)

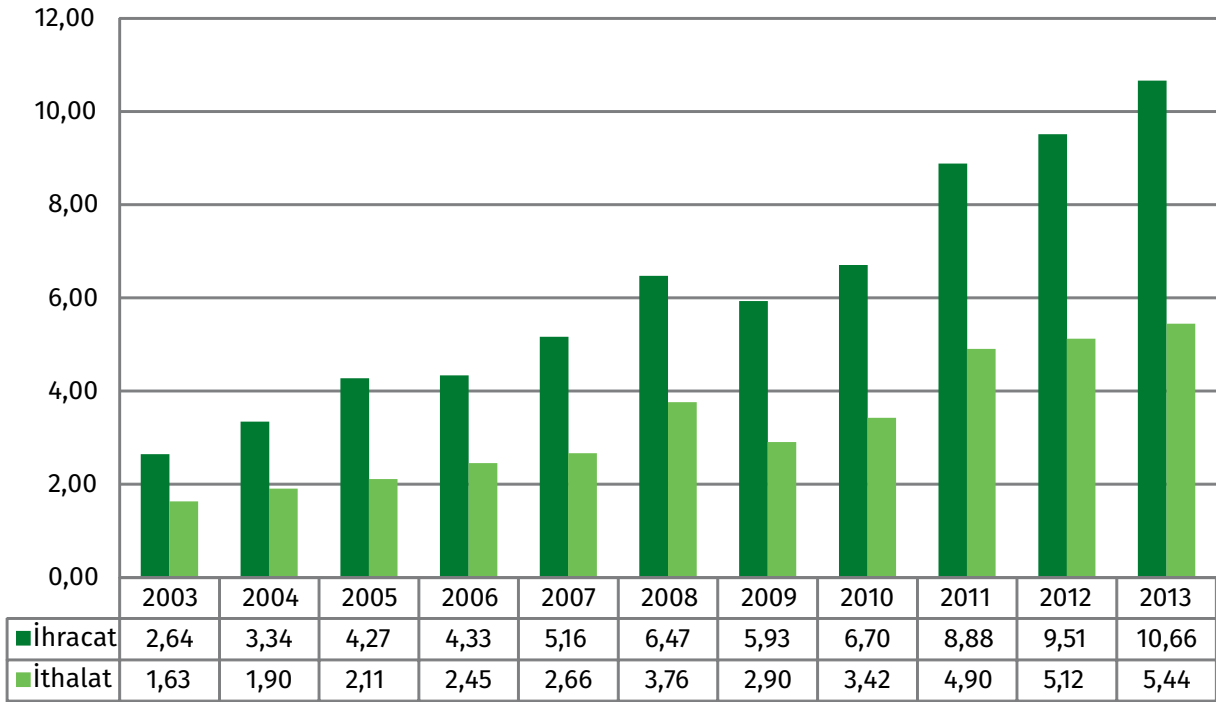
⁴Yüzdelik dilimler, belirtilen imalat sanayi kolunun Türkiye toplam imalat sanayi içindeki istihdam payını göstermektedir.

⁵İmalat Sanayi sektörlerindeki üretim değeri, ciro ve katma değer gibi göstergeler Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri çalışmasıyla yayımlanmaktadır. Bu çalışmanın en güncel versiyonu 2012 yılı için yapıldığı için hali hazırda 2012 verileri kullanılmak durumunda kalmıştır.



Gıda - içecek sektörünün dış ticaretinde de son 10 yılda önemli bir gelişme trendi yakalanmıştır. 2003 yılında 2,6 milyar \$ ihracat, 1,6 milyar \$ ithalat rakamına sahip olan gıda - içecek sektörü; 2013 yılına gelindiğinde 10,6 milyar \$ ihracat, 5,4 milyar \$ ithalat rakamına ulaşmıştır. Özellikle ihracatta kaydedilen bu gelişmeyle birlikte dünya gıda - içecek ihracatında Türkiye 14'üncü sıraya yükselmiştir (FOOD DRINK EUROPE, 2013 - 2014, s. 15). Gıda - içecek sektörü 10,6 milyar \$ ihracat rakamı ile motorlu kara taşıtı ve römorklar, ana metal sanayi, tekstil ürünleri, b.y.s makine ve teçhizat ve giyim eşyası sektörlerinden sonra imalat sanayi sektörleri arasındaki ihracat sıralamasında 6'ncı sırada yer almaktadır (TÜİK, 2013). Türkiye'nin 2013 yılındaki toplam ihracatının 151,8 milyar \$ olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu rakamın %7'sini oluşturan gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünün ülke dış ticaretine katkısı daha iyi anlaşılmaktadır.

Şekil 4.1: Yıllar İçinde Türkiye Gıda - İçecek Sektörü Dış Ticaret Gelişimi, 2003 - 2013 (Milyar \$)



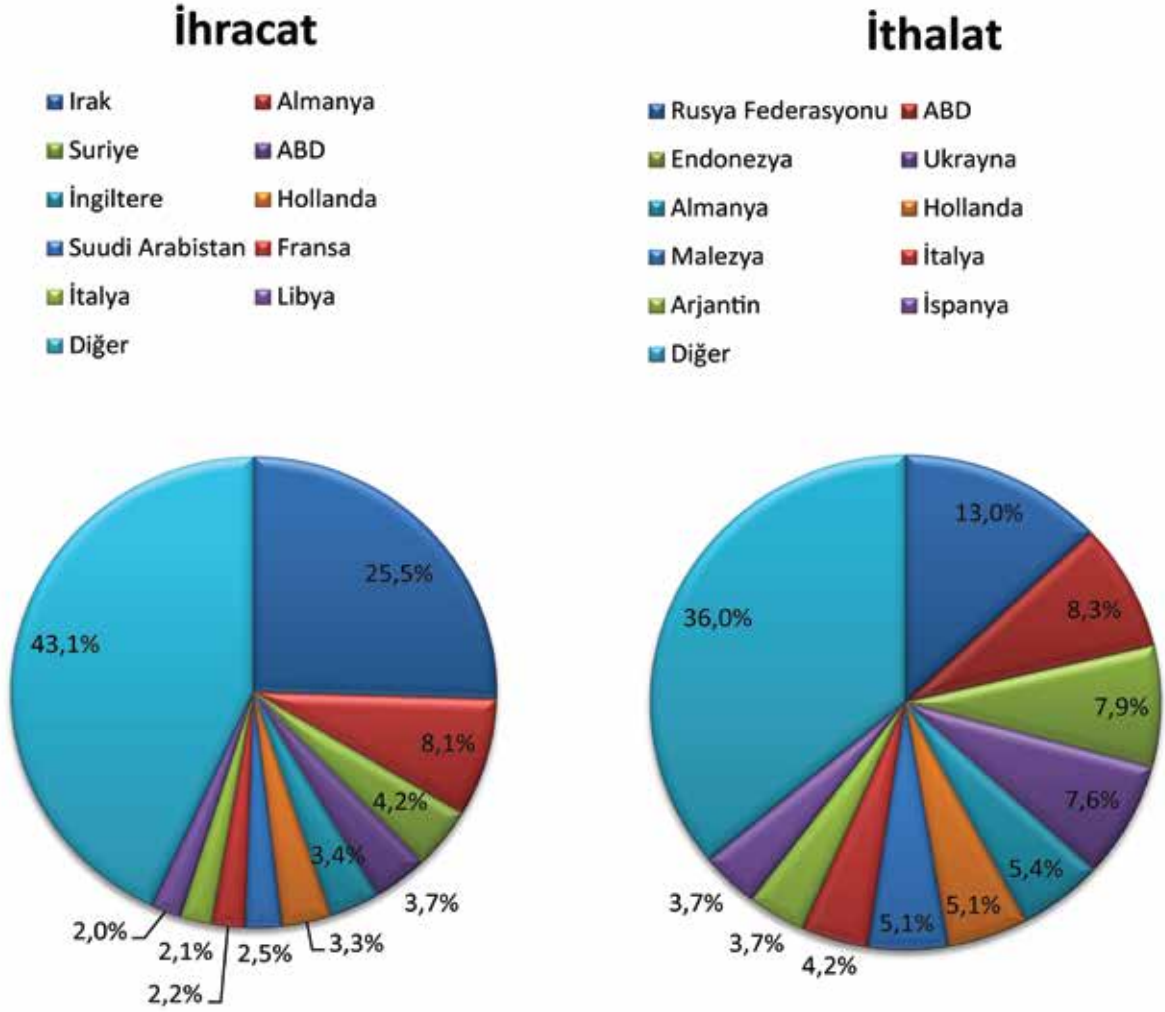
KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

Türkiye'nin gıda - içecek dış ticaretinde bazı ülke ve ülke gruplarının öne çıktığı görülmektedir. Son yıllarda ticari ilişkilerin güçlenmesiyle birlikte Türkiye'nin gıda - içecek ihracatının önemli bir bölümü Irak'a yapılmaktadır. 2,7 milyar \$ ihracat rakamı ve %25,5'lik payıyla Irak, Türkiye'nin sektördeki ihracatında açık farkla ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada yer alan Almanya'nın, Türkiye'nin sektördeki ihracatının %8,1'ini oluşturduğu düşünüldüğünde, Irak'ın sektör için önemi daha net bir biçimde anlaşılmaktadır. Irak ve Almanya'nın yanı sıra Türkiye'nin sektördeki ihracatında İngiltere, Hollanda, Fransa, İtalya gibi AB ülkeleri, Suriye, Libya, Suudi Arabistan gibi Ortadoğu ülkeleri ve ABD öne çıkan diğer ülkelerdir.

Sektördeki ithalatın ise daha dengeli dağıldığı görülmektedir. %13'lük ithalat payıyla ilk sırada yer alan Rusya Federasyonu'nu, %8,3 ile ABD ve %7,9 ile Endonezya izlemektedir. Bunların dışında; Almanya, Hollanda, İtalya, İspanya gibi AB ülkeleri ile Ukrayna, Malezya ve Arjantin Türkiye'nin gıda - içecek ithalatının önemli bir kısmının yoğunlaştığı diğer ülkelerdir.



Şekil 4.2: Gıda – İçecek Sektöründe Türkiye Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler (%), 2013



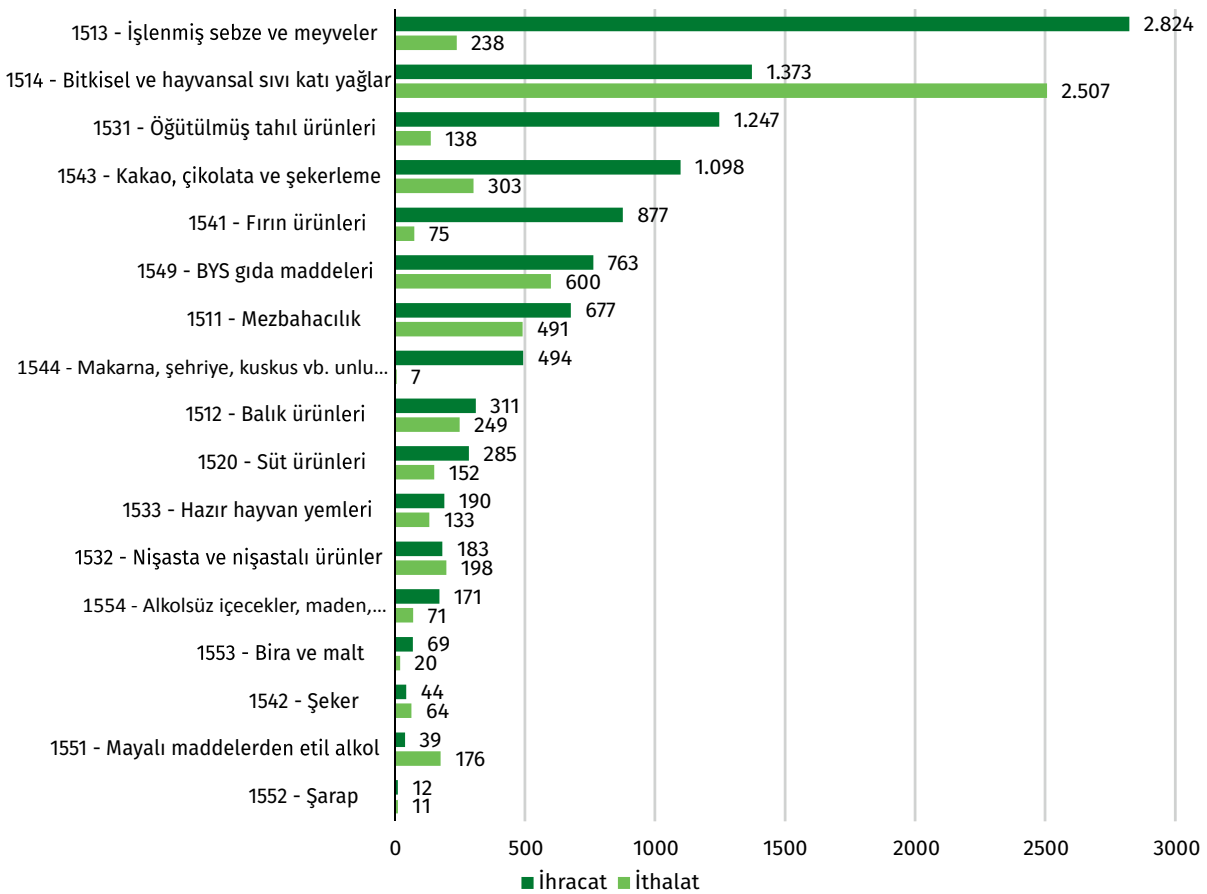
KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye özellikle fındık, kayısı, üzüm, narenciye gibi tarımsal ürünlerin anavatanı konumundadır. Bu ürünlerden sebze ve meyve suyu yapılması, konsantre ya da konserve haline getirilmesi, kurutulması, kırılıp paketlenmesi gibi üretim süreçleri neticesinde, işlenmiş sebze ve meyve sektörü en çok ihracatı yapılan alt sektör durumundadır. Türkiye'nin gıda – içecek ihracatının %26,5'ini oluşturan bu alt sektör, aynı zamanda ülkenin dış ticaret açığının kapatılması noktasında önemli katkılar sunmaktadır. Bu sektörü, son yıllarda hem dünyada, hem ülkemizde hızla gelişmekte olan bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar sektörü %12,8'lik payıyla izlemektedir. 2003 yılında ihracat değeri 359 milyon \$ olan alt sektör, 10 yıllık süre zarfında bu rakamı 1,3 milyar \$ seviyesine çıkarmıştır. (TÜİK, 2003 - 2013) Hammaddesi ülke tarımında yoğun şekilde üretilen öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektörü ise Türkiye'nin gıda – içecek ihracatında üçüncü sırada yer almaktadır. Bu alt sektör içerisinde özellikle hububat ve bakliyat ihracatında Türkiye önemli bir konumda bulunmaktadır. Öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektöründe 2003 yılında 170 milyon \$ olan ihracat miktarı, 2013 yılına gelindiğinde 1,2 milyar \$ dolaylarına ulaşmıştır.



Gıda – içecek sektörünün alt kırımlarında gerçekleştirilen ithalat miktarlarına göre ise bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar alt sektörü açık ara farkla ilk sırada yer almaktadır. 2003 yılında 477 milyon \$ olan ithalat miktarı, 2013 yılında 2,5 milyar \$ seviyesine ulaşarak Türkiye gıda – içecek ithalatının %46’sını oluşturmuştur (TÜİK, 2003 - 2013). Gündelik gıda tüketiminde, gıda imalat sektörünün hemen hemen bütün kollarında, hizmet sektöründe yemek üreten bütün işletmelerde kullanılması nedeniyle bu alt sektörde ihtiyaç her geçen gün artmakta, sektör gelişirken aynı zamanda dış ticareti de iki yönlü olarak artış göstermektedir. Türkiye’nin 2013 yılı ithalatında ikinci sırada başka yerde sınıflandırılmamış maddelerin imalatı alt sektörü yer almıştır. nc sırada ise kırmızı etin ve kümes hayvanlarının etlerinin işlenmesi ve saklanması içeren mezbahacılık alt sektörü bulunmaktadır.

şekil 4.3: Gıda – içecek Alt Sektörlerinde Türkiye’nin Dış Ticaret Rakamları, 2013 (Milyon \$)



KAYNAK: (TÜİK, 2013)

Öğütülmüş tahıl ürünleri, bitkisel ve hayvansal katı ve sıvı yağlar, fırın ürünleri, mezbahacılık - etin işlenmesi ve saklanması, hazır hayvan yemleri, bira – malt ve kakao, okolata ve şekerleme gibi birçok alt sektörün ihracatının önemli bir kısmı Irak’a gerçekleştirilmektedir. Bunun dışında, gıda – içecek ihracatında en çok yer tutan işlenmiş sebze ve meyve ihracatı Almanya başta olmak üzere AB ülkelerine yapılmaktadır. İhracatın yoğunluklu olarak AB ülkelerine yapıldığı bir diğer alt sektör balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanmasıdır. Libya, İsrail, Suudi Arabistan, Suriye, İran ve Cezayir gibi Ortadoğ ve Kuzey Afrika lkeleri ise yine birçok alt sektörde önemli oranda ihracat yapılan ülkelerdir. Makarna, kuskus ve şehriye vb. unlu



mamuller alt sektöründeki ihracat yapılan ilk iki ülke Angola ve Benin, şeker ürünleri ihracatının en çok yapıldığı ikinci ülke ise Somali'dir. Bu durum, Türkiye'nin gıda ürünleri ihracatında son dönemde Afrika pazarına da açıldığını net bir biçimde göstermektedir.

Türkiye gıda - içecek ithalatının yarısına yakınına yakınını oluşturan bitkisel sıvı ve katı yağlar sektöründe ithalatın yoğunlaştığı ülkeler, aslında Türkiye gıda - içecek ithalatının yoğunlaştığı ülkeleri de büyük oranda temsil etmektedir. Bu alanda öne çıkan Rusya, Ukrayna, Endonezya, Malezya gibi ülkeler, Türkiye'nin gıda - içecek dış ticaretindeki en önemli partnerleridir. Ayrıca, AB ülkeleri ve ABD birçok alt sektörde yüksek ithalat paylarına sahiptir. Gana, Peru, Fas, Yeni Zelanda, Pakistan, Mısır ve Hindistan gibi diğer ülkelerinde Türkiye'nin gıda - içecek alt sektörlerinin bazılarında öne çıktıkları görülmektedir.

Tablo 4.3: Gıda - İçecek İmalatı Alt Sektörlerinde Türkiye Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013

ISIC REV 3.1 DIGIT 4 ADI	2013 TR Toplam İhracatı (Milyon\$)	Sırasıyla En Fazla İhracat Yapılan 3 Ülke ve Türkiye İhracatı İçindeki Payları	2013 TR Toplam İthalatı (Milyon\$)	Sırasıyla En Fazla İthalat yapılan 3 Ülke ve Türkiye İthalat İçindeki Payları
1513 - İşlenmiş Sebze ve Meyveler	2.824	Almanya-İngiltere-Hollanda (21,8% - 9,5% - 6,8%)	238	Hindistan -İsviçre - İspanya (14,2% - 9,7% - 8,2%)
1514- Bitk. Hayv. Katı Sıvı Yağlar	1.373	Irak - Suriye - ABD (48,1% - 11,7% - 6,8%)	2.507	Rusya - Endonezya - Ukrayna (25,6% - 16,5% - 15,9%)
1531 - Öğütülmüş Tahıl Ürünleri	1.247	Irak - Suriye - Filipinler (45,0% - 8,1% - 4,8%)	138	İtalya - Bulgaristan - Hindistan (24,8% - 13,9% - 9,6%)
1543 - Kakao, Çikolata ve Şekerleme	1.098	Irak - ABD - Cezayir (17,2% - 5,3% - 4,5%)	303	Hollanda - Gana - Almanya (22,6% - 19,1% - 11,7%)
1541 - Fırın Ürünleri	877	Irak - Libya - Yemen (33,2% - 5,3% - 4,9%)	75	Belçika - Almanya - Hollanda (27,7% - 24,3% - 12,9%)
1549 - B.Y.S Gıda Maddeleri	763	Irak - Suudi Arabistan - Çek C. (8,4% - 5,5% - 5,5%)	600	Almanya - ABD - Hollanda (5,5% - 5,3% - 5,3%)
1511 - Mezbahacılık	677	Irak - Hong Kong - Libya (66,9% - 5,6% - 3,2%)	491	İspanya - İtalya - ABD (19,0% - 13,1% - 12,8%)
1544 - Makarna, Kuskus, Şehriye vb. Unlu Mamuller	494	Benin - Angola - Libya (15,5% - 10,9% - 7,0%)	7	İtalya - Çin - Suudi Arabistan (64,2% - 10,7% - 9,6%)
1512 - Balık Ürünleri	311	Almanya - Hollanda - İtalya (23,8% - 22,2% - 11,1%)	249	Norveç - Peru - Fas (21,2% - 14,2% - 13,9%)
1520 - Süt Ürünleri	285	Irak - Suudi Arabistan - Kuveyt (30,7% - 15,7% - 5,2%)	152	Yeni Zelanda - ABD - KKTC (16,0% - 15,7% - 12,6%)
1533 - Hazır Hayvan Yemler	190	Irak - BAE - Gürcistan (69,5% - 16,4% - 2,4%)	133	Fransa - İtalya - Almanya (17,2% - 13,3% - 11,6%)
1532 - Nişasta ve Nişastalı Ürünler	183	Hollanda - Cezayir - Libya (11,7% - 8,6% - 8,0%)	198	Bulgaristan - Hollanda - ABD (14,8% - 14,0% - 14,5%)
1554 - Alkolsüz İçecekler, Maden ve Mamba Suları	171	Irak - Kuzey Kıbrıs - Almanya (14,7% - 11,3% - 10,7%)	71	Avusturya - Romanya - Hollanda (42,6% - 17,8% - 10,6%)
1553 - Bira ve Malt	69	Irak - Azerbaycan - KKTC (43,4% - 9,8% - 9,1%)	20	Hollanda - İsveç - Belçika (35,4% - 17,0% - 8,8%)
1551 - Mayalı Maddelerden Etıl Alkol	39	KKTC - Almanya - Çorlu Ser.Bö (34,7% - 27,4% - 7,5%)	176	İngiltere - Pakistan - ABD (31,8% - 21,7% - 11,7%)
1542 - Şeker	44	Suriye - Somali - Azerbaycan (46,2% - 15,2% - 10,5%)	64	Rusya - Mısır - İngiltere (47,6% - 26,0% - 7,3%)
1552 - Şarap	12	Belçika - KKTC - Ege Ser. Böl. (18,6% - 16,3% - 15,2%)	11	Fransa - İtalya - Şili (42,2% - 29,8% - 11,2%)

KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.



FAOSTAT verileri doğrultusunda Türkiye'nin tarım – gıda dış ticaretine ürün bazlı bakıldığında en çok ihraç edilen ilk 20 ürün arasında yer alan birçok ürünün ya bitkisel üretiminin yoğunluklu olarak ülkemizde yapıldığı ya da hammaddesi ülke içinden elde edilen ürünlerin gıda sanayinde işlenmesi sonucunda oluştuğu görülmektedir. Fındık, un, üzüm, çikolata, domates, tavuk eti, kuru kayısı, ayçiçek yağı, narenciye ürünleri, yumurta ve makarna gibi ürünler ülke gıda – içecek ihracatında öne çıkmaktadır.

Tablo 4.4: Türkiye'nin Tarım – Gıda Alanında En Çok İhraç Ettiği Ürünler, 2011⁶

	Ürün	İhracat Değeri (Milyar \$)	Türkiye'nin Dünya İhracatındaki Payı (%)	Türkiye'nin Dünya İhracatındaki Sıralaması
1	Kabuklu Fındık	1.041	71,8%	1.
2	Buğday Unu	933	16,3%	1.
3	Hazır Gıda Ürünleri	723	1,5%	18.
4	İşlenmiş Fıstık&Fındık	637	23,3%	1.
5	Pastane Ürünleri	618	2,7%	12.
6	Kuru Üzüm	506	26,8%	1.
7	Çikolata Ürünleri	433	1,8%	14.
8	Domates	432	5,0%	4.
9	Tavuk Eti	380	1,7%	11.
10	İşlenmemiş Tütün	369	3,2%	10.
11	Kuru Kayısı	360	80,1%	1.
12	Limon	354	17,0%	2.
13	Ayçiçek Yağı	338	3,5%	7.
14	Mandalina	338	8,0%	4.
15	Şekerleme	328	3,3%	9.
16	Hazır Meyve Ürünleri	322	2,5%	15.
17	Yumurta	284	8,9%	3.
18	Portakal	262	5,4%	5.
19	Makarna	239	5,6%	2.

KAYNAK: (FAOSTAT) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye'nin tarım – gıda ithalatında öne çıkan ürünler incelendiğinde ise ithal edilen ürünlerden birçoğunun ülke içerisinde üretilen ya da üretilebilecek durumda olan, ancak arzın talebi karşılayamadığı ürünler olduğu görülmektedir. Pamuk, buğday, soya, doğal kurutulmuş kauçuk, ayçiçek yağı ve sığır eti ithalatta ilk sıralarda gelmektedir.

Tablo 4.5: Türkiye'nin Tarım – Gıda Alanında En Çok İthal Ettiği Ürünler, 2011

	Ürün	İthalat Değeri (Milyar \$)	Türkiye'nin Dünya İthalatındaki Payı (%)	Türkiye'nin Dünya İthalatındaki Sıralaması
1	Pamuk	1.849	7,9%	2.
2	Buğday	1.623	3,1%	7.
3	Soya	687	1,3%	11.
4	Doğal Kurutulmuş Kauçuk	671	1,8%	11.
5	Ayçiçek Yağı	629	6,7%	2.

⁶ FAOSTAT dış ticaret veri tabanında tarım – gıda alanında ürün bazlı dünya geneli dış ticaret verileri en son 2011 yılına ait olduğu için, dünya geneliyle kıyas yapabilmek için Tablo 4.4 ve 4.5'te FAOSTAT'ın yayınladığı 2011 tarihli ihracat verileri kullanılmıştır.



6	Ayçiçeği Çekirdeği	589	15,5%	1.
7	Sığır Eti	509	6,2%	5.
8	Palmiye Yağı	453	1%	-
9	Hazır Gıda Ürünleri	372	0,7%	-
10	İşlenmemiş Tütün	297	2,3%	13.
11	Koyun Yünü	283	23,4%	2.
12	Kakao Çekirdeği	275	2,5%	10.
13	Soya Küspesi	243	0,8%	-
14	Mercimek	205	12,4%	1.
15	Palm Çekirdeği Yağı	142	3%	9.
16	Ayçiçeği Küspesi	141	9,8%	1.
17	Susam Tohumu	140	7%	3.
18	Mısır	136	0,3%	-
19	İç Yağı	111	5,3%	5.
20	Muz	110	0,8%	-

KAYNAK: (FAOSTAT) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü, Türkiye imalat sanayi içerisinde firma sayısı, istihdam, dış ticaret, ciro, üretim değeri, katma değer gibi birçok değişkende öncü konumda olmasına rağmen; aynı öncü konumunu Ar-Ge harcamalarına taşıyamamaktadır. Sektör, Türkiye'nin 2013 yılındaki toplam 7 milyar TL tutarındaki Ar-Ge harcamasının yalnızca 121,8 milyon TL'sini, yani %1,7'sini karşılayabilmektedir.

Tablo 4.6: Gıda – İçecek Sektöründeki Ar-Ge Harcamaları, 2010-2013 (Milyon TL)

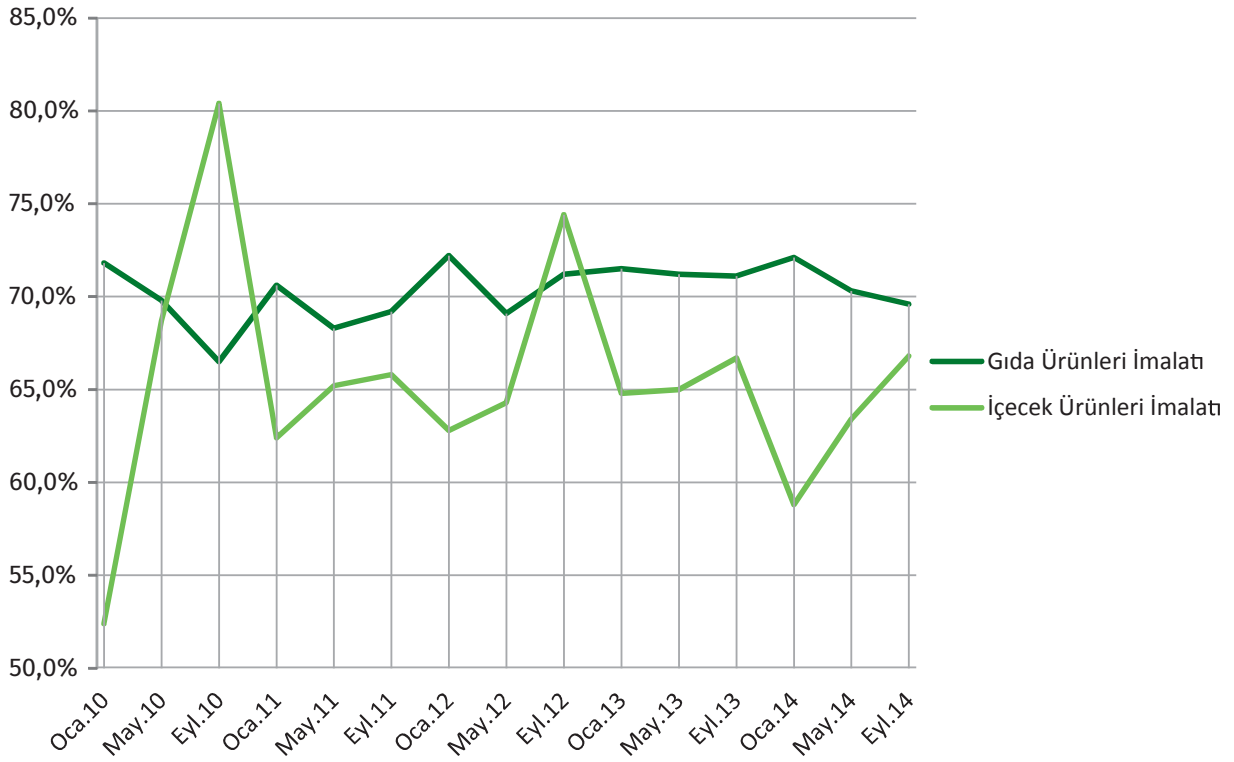
Nace Kodu	2010	2011	2012	2013
C.10 - Gıda İmalatı	59,7	74,3	81,0	121,8
C.11 - İçecek İmalatı	1,1	1,3	1,4	1,8
Türkiye'nin İmalat Sanayi'ndeki Toplam Ar-Ge Harcaması	2.035	2.569	3.124	3.610
Türkiye'nin Tüm Sektörlerdeki Toplam Ar-Ge Harcaması	3.942	4.817	5.891	7.031

KAYNAK: (TUIK, 2010 - 2013)

Sektörün Türkiye'deki genel durumuyla alakalı incelenmesi gereken son unsur kapasite kullanım oranlarıdır. Gıda imalatında kapasite kullanım oranları son 5 yılda %66,5 ile %72,2 bandı arasında değişmiştir. Elde edilen katma değer yüksek olduğu diğer birçok imalat sanayi sektörüyle kıyaslandığında bu aralığın düşük olduğu görülmektedir. İçecek imalatı sektörü ise %52,4 ile %80,4 bandı arasında seyreden kapasite kullanım oranı ile dalgalı bir seyir izlemektedir. Gıda – içecek sektöründen daha fazla katma değer elde edilebilmesi için sektördeki kapasite kullanım oranları artırılmalı, kapasite kullanım oranlarında dönemsel görülen dalgalanmalar azaltılmalıdır.



Şekil 4.4: Gıda - İçecek Sektörü Kapasite Kullanım Oranları, 2010-2014



KAYNAK: (TCMB, 2010 - 2014)



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



TR62 BÖLGESİ'NDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ

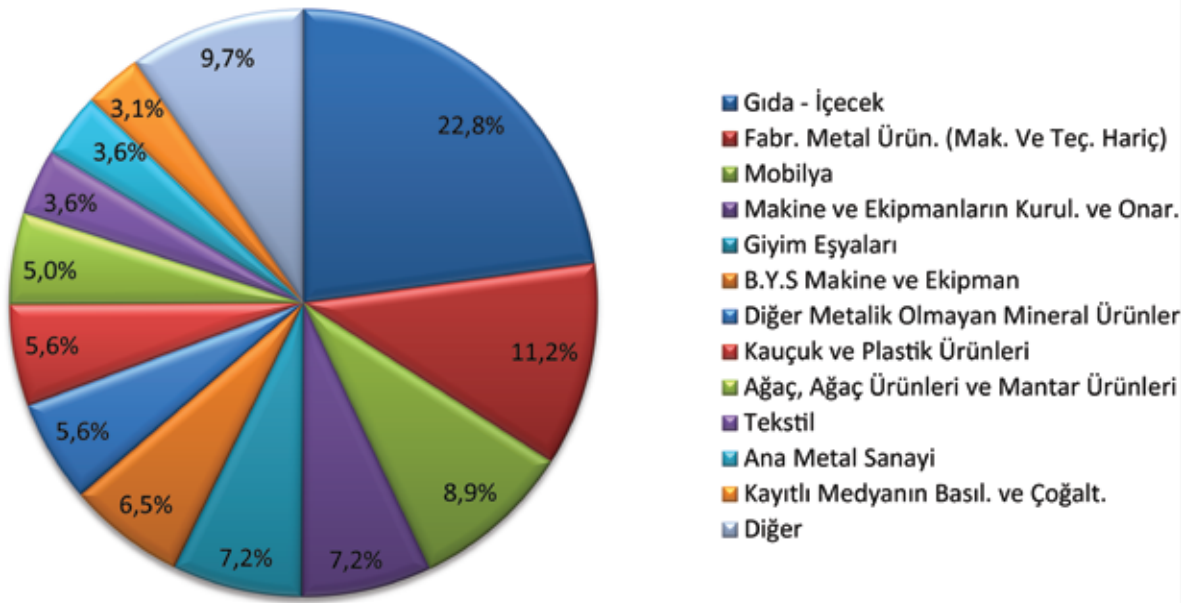


TR62 BÖLGESİ'NDE GIDA VE İÇECEK SEKTÖRÜ:

Tarımsal üretimin gelişmiş olması nedeniyle hammaddeye erişim kolaylığı bulunan TR62 Bölgesi'nin sanayisi, büyük oranda tarımdan doğrudan ve dolaylı olarak etkilenen sektörlerle dayanmaktadır. Tarımdan doğrudan etkilenen gıda - içecek, tekstil gibi sektörlerin yanı sıra, dolaylı olarak etkilenen fabrikasyon metal ürünleri, b.y.s. makine ve ekipman ürünleri gibi sanayi kolları, bölgenin imalat sanayisinin temelini oluşturmaktadır.

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü, bölgenin imalat sanayisi içerisinde birçok değişikende başat konumdur. Örneğin, firma sayılarına göre %22,8'lük payıyla gıda - içecek sektörü bölgenin imalat sanayisi içerisinde ilk sırada yer almaktadır. Gıda - içecek sektörünü makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünlerinin imalatı, mobilya imalatı, makine ve ekipmanları kurulumu ve onarımı, giyim eşyaları, b.y.s. makine ve ekipman imalatı gibi diğer imalat sanayi kolları takip etmektedir.

Şekil 5.1: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi Firma Sayılarının Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), 2013

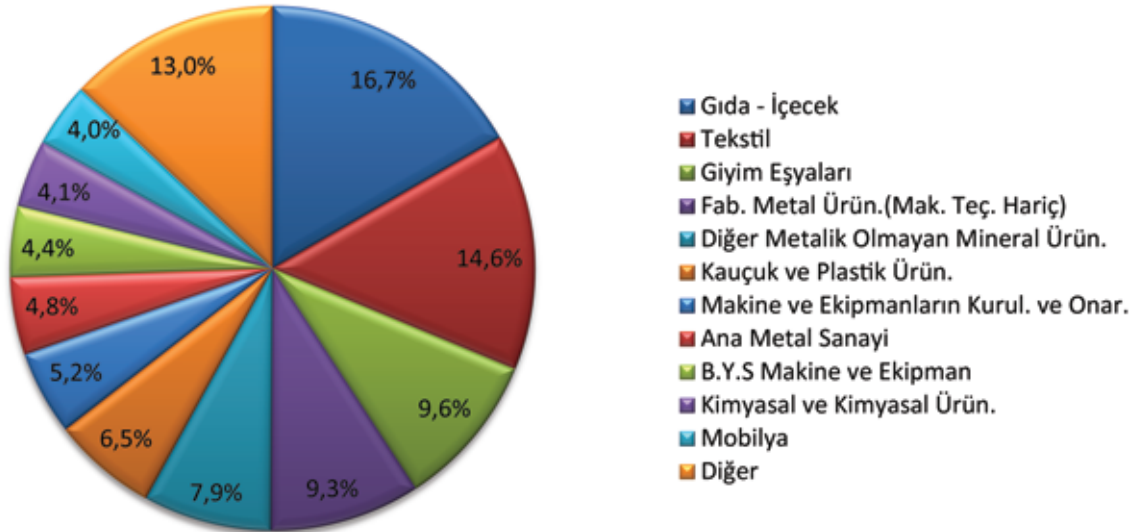


KAYNAK: (SGK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

Yine istihdam rakamları da gıda - içecek sektörünün TR62 Bölgesi için önemini ortaya koymaktadır. Bölge sanayisinde yaratılan istihdamın %16,7'sine sahip olan sektör, bu alanda da ilk sırada yer almaktadır. Ancak firma sayısı oranı %22,8 olan gıda - içecek sektörünün istihdamdan %16,7'lik bir pay alması, sektörde faaliyet gösteren firmaların ölçeklerinin düşük olduğunu işaret etmektedir.



Şekil 5.2: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi İstihdamının Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%), 2013



KAYNAK: (SGK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur

Bölgedeki imalat sanayinde faaliyet gösteren sektörlerin TR62 Bölgesi'ndeki ve Türkiye genelindeki rekabetçilik düzeyini saptamak için istihdam rakamları üzerinden büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma ölçütlerini ortaya koyan 3 yıldız analizi⁷ yapılmıştır. Yapılan bu analizin sonuçlarına göre gıda- içecek sektörünün; büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma alanlarında 3 yıldız olarak bölge içindeki en rekabetçi 4 sektörden biri olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 5.1: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi'nde 3 Yıldız Alan Sektörler⁸

Nace Kodu	Nace Adı
C.10	Gıda Ürünleri İmalatı
C.20	Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı
C.22	Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı
C.23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı

KAYNAK: (SGK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

SGK 2013 yılı verilerine⁹ göre bölgedeki gıda – içecek sektörüyle ilgili önemli ipuçları elde edilmektedir. Bu veriler ışığında Türkiye genelinde gıda – içecek sektöründe faaliyet gösteren 42.251 firmanın 2.093 tanesinin TR62 Bölgesi'nde yer aldığı anlaşılmaktadır. Bu firmaların Adana ve Mersin dağılımı birbirine çok yakındır. Sektörde Türkiye genelinde istihdam edilen 431.398 kişinin 16.781'i TR62 Bölgesi'nde bulunmaktadır. Sektörde sağlanan istihdamın Adana'da Mersin'e göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum Adana'da faaliyet gösteren firmaların ölçek olarak Mersin'deki firmalara oranla daha büyük olduklarını göstermektedir.

⁷ Üç Yıldız Analizi: Üç yıldız yöntemi rekabetçi sektörleri saptarken, belirli bir bölgede sektörde faaliyet gösteren firmaların istihdam düzeylerini üst bir bölge ile karşılaştırarak ilgili sektörün bölgedeki payını ve o sektördeki hâkimiyetini ve ihtisasını ortaya koymaktadır. Büyüklük, başatlık, uzmanlaşma ölçütleri çerçevesinde istihdam verileri üzerinden sektörlerle her bir ölçüt için birer yıldız atanmakta ve analiz sonucunda 3 yıldız alan sektörler rekabetçi olarak nitelendirilmektedir. TR62 Bölgesi'nin gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünü üç yıldız analiziyle değerlendiren;

- Büyüklük; TR62 Bölgesi'ndeki gıda – içecek istihdamının Türkiye'deki gıda – içecek istihdamına oranı
- Başatlık; TR62 Bölgesi'ndeki gıda – içecek istihdamının TR62 Bölgesi'ndeki imalat sanayi istihdamına oranı
- Uzmanlaşma; başatlığın büyüklüğe oranı anlamına gelmektedir.

⁸ Üç yıldız analizin hesaplaması ve detayları için "Ekler" bölümüne bakınız.

⁹ SGK her sene Nace Rev 2. 2'li kırılıma göre istatistik yıllıkları yayınlamaktadır. Yayımlanan bu yıllıklarda il bazlı 2'li kırılıma göre istihdam ve firma sayısı rakamları mevcuttur. Sektörlerin il bazlı daha detaylı incelenmesi için gerekli olan ve sektörün alt kırılımlarındaki istihdam ve firma sayılarını gösteren 4'lü kırılım verilerini yayınlanmamaktadır. Bu sebeple, gıda – içecek sektörünün alt kırılımlarındaki istihdam yapısına dair bir değerlendirmeye rapor kapsamında yer verilememiştir.



Tablo 5.2: TR62 Bölgesi Gıda - İçecek Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma ve Çalışan Sayıları, 2013

Nace Kodu	Firma Sayısı (TR62)	Firma Sayısı (Adana)	Firma Sayısı (Mersin)	Çalışan Sayısı (TR62)	Çalışan Sayısı (Adana)	Çalışan Sayısı (Mersin)
C.10 - Gıda İmalatı	2.032	1.057	975	15.436	8.779	6.657
C.11 - İçecek İmalatı	61	37	24	1.345	934	411
TR62 İmalat Sanayi Toplamı:	9.166	5.341	3.825	100.650	64.074	36.576

KAYNAK: (SGK, 2013)

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektöründe faaliyet gösteren ve Türkiye'nin en büyük 1000 şirketi arasına girebilecek ölçekte büyük firmalar da bölgede yer almaktadır. İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) 2013 yılında hazırladığı "İlk ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesine TR62 Bölgesi'nden giren toplam 34 sanayi kuruluşundan 10 tanesi faaliyetlerini gıda ürünleri ve içecek imalatı sektöründe sürdürmektedir.

Tablo 5.3: TR62 Bölgesi Gıda - İçecek Sektöründe Faaliyet Gösterip Türkiye'deki İlk ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesine Giren Şirketler, 2013

İlk 500	Şehir	Sıra	İkinci 500	Şehir	Sıra
Elita Gıda Sanayi (Sunar Grup)	Adana	174	Gürsoy Yem Gıda ve Hayvancılık Sanayi (Toros Yem)	Adana	25
Amylum Nişasta San. ve Tic. A.Ş.	Adana	287	Oğuz Gıda A.Ş. (Daren Meyve Suları)	Adana	206
Başhan Tarımsal Ürünler A.Ş. (Başhan Bakliyat)	Mersin	323			
Akyem Adana Yem Yağ Biodizel Tarım San. Ve Tic. A.Ş. (Beyza Piliç)	Adana	380			
Özmaya Sanayi A.Ş.	Adana	447			
Memişoğlu Tarım Ürünleri Tic.Ltd. Şti.	Mersin	474			
Arbel Bakliyat A.Ş.	Mersin	486			
Durum Gıda San.Tic. A.Ş.(Arbella Makarna)	Mersin	496			

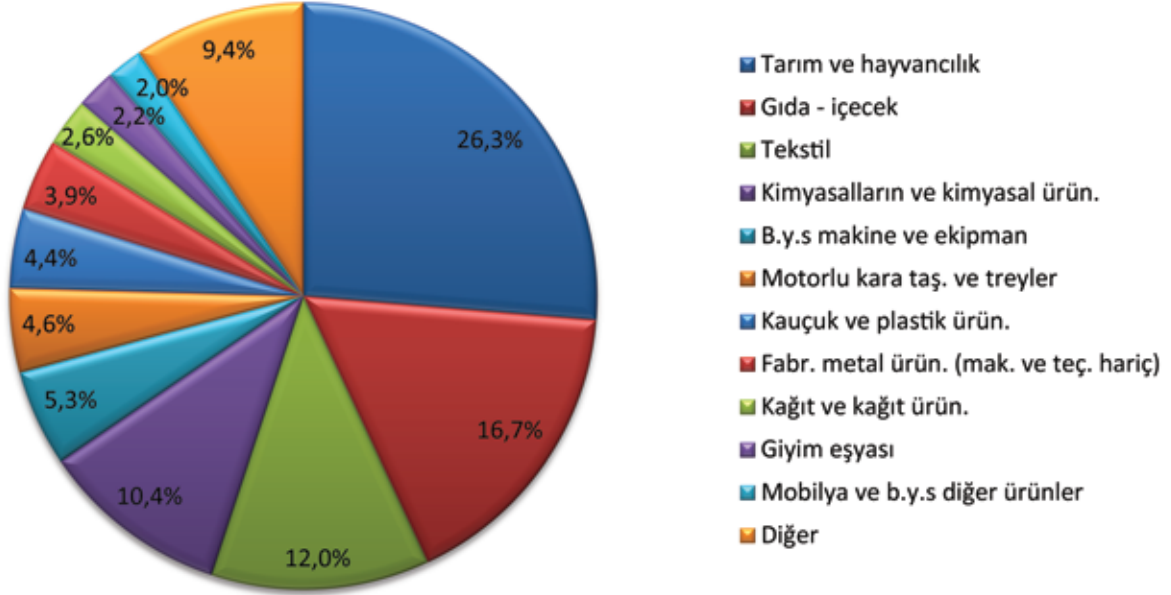
Kaynak: (İstanbul Sanayi Odası, 2013)

Sağladığı istihdamın yanında ihracat gelirlerinde de gıda - içecek sektörü bölge ekonomisine önemli katkılar sunmaktadır. Bölgeden yapılan ihracatın %16,6'sını karşılayan sektör, bu alanda imalat sanayi içinde ilk, tüm sektörler arasında ikinci sırada bulunmaktadır. TR62 Bölgesi'nde yapılan ihracatın sektörel dağılımına göre ilk 3 sırada tarım-hayvancılık, gıda ürünleri ve içecek imalatı ve tekstil ürünleri imalatı sektörleri yer almaktadır. Tarımsal üretimden doğrudan ve dolaylı etkilenen bu 3 sektörün bölge ihracatındaki toplam payı %55'dir.

¹⁰Türkiye genelı gıda - içecek firma sayısı ve istihdam verileri için Bkz. Tablo 4.1.



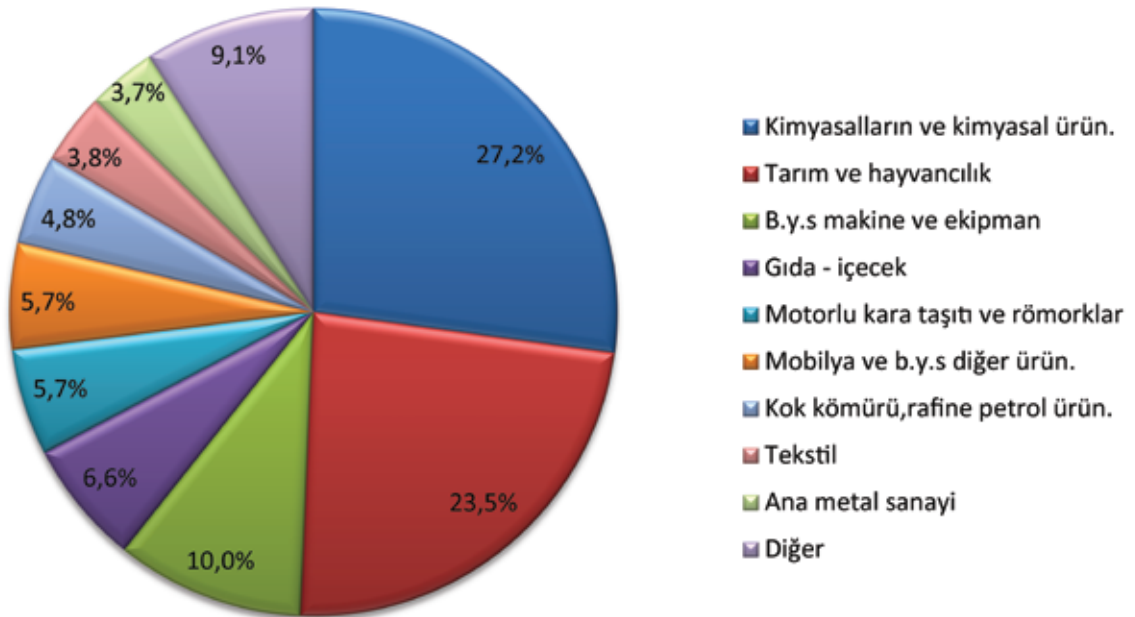
Şekil 5.3: TR62 Bölgesi İhracatının Sektörel Dağılımı (%), 2013



KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

TR62 Bölgesi ithalatının sektörel dağılımı incelendiğinde ithalatın genel olarak kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, tarım - hayvancılık, b.y.s makine ve ekipman imalatı sektörlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Gıda - içecek sektörü bölge ithalatının %6,6'sını oluşturarak, bölge içinde 4'üncü sırada yer almaktadır.

Şekil 5.4: TR62 Bölgesi İthalatının Sektörel Dağılımı (%), 2013

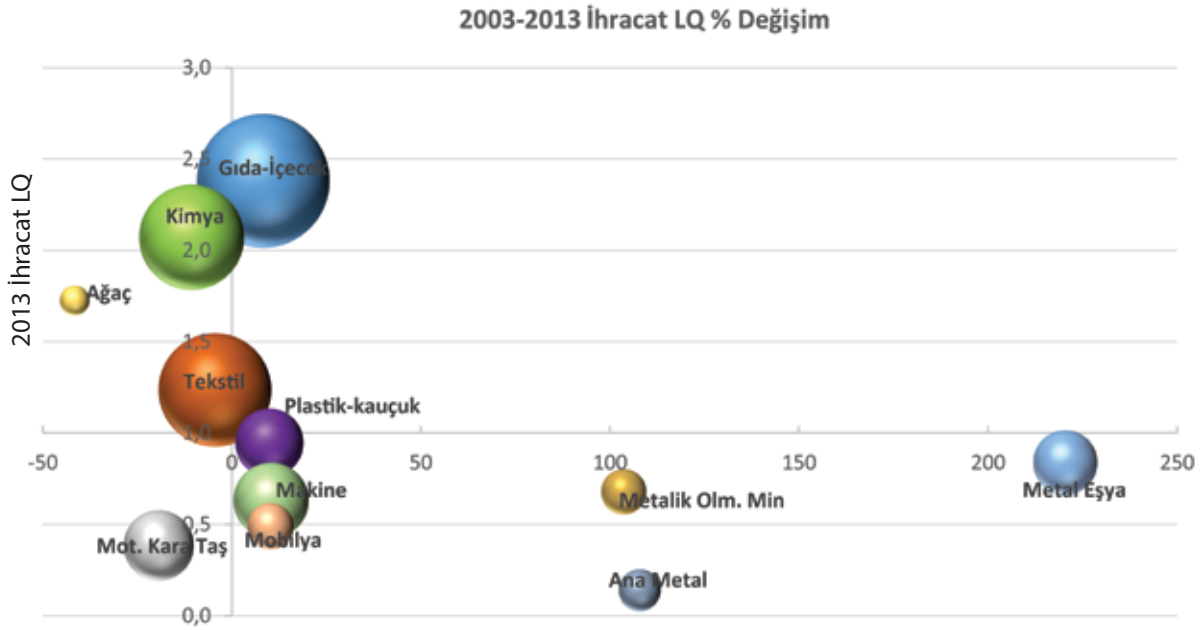


KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 5.5'te "Balassa Endeksi" kullanılarak bölgedeki sektörlerin ihracata göre Türkiye genelindeki uzmanlaşma seviyeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Şekildeki dikey eksen, TR62 Bölgesi'ndeki imalat sanayi sektörlerinin 2013 yılındaki ihracatlarına göre Balassa Endeksi'ndeki oranlarını gösterirken, yatay eksen bölgedeki sektörlerin 2013 yılındaki ihracatlarının Türkiye içerisindeki yoğunlaşmalarının 2003 yılına oranla değişimlerini göstermektedir. Bir sektörün dikey ekseninde 1,00'in üzerinde bulunma durumu o sektörün bölgede Türkiye geneline göre rekabet gücünün yüksek olduğuna, yatay ekseninde artı tarafta bulunma durumu ise sektörün belirtilen zaman aralığı içerisinde bölgedeki yoğunlaşma ve uzmanlaşma seviyesinin yükseldiğine işaret etmektedir. Ayrıca, grafikteki baloncukların hacimleri de ihracat miktarlarını göstermektedir.

Şekil 5.5: TR62 Bölgesi İmalat Sanayi İhracatında Sektörlerin Uzmanlaşma Seviyeleri (Balassa Endeksi)¹¹



KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

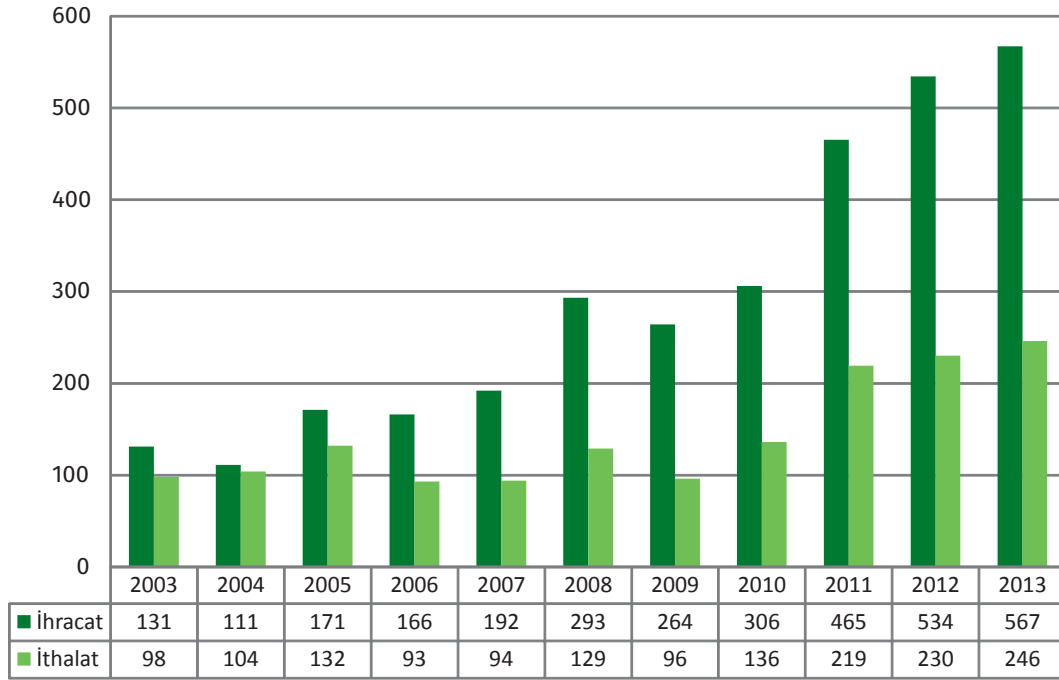
Grafikten hareketle TR62 Bölgesi'nin ihracata göre uzmanlaşmasında hem gelişen hem büyüyen tek sektörün gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü olduğu anlaşılmaktadır. Balassa endeksine göre dikey ekseninde bölgenin sektördeki ihracatının bölgenin toplam ihracatına oranı ile sektörün Türkiye'deki ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatına oranı kıyaslanmıştır. Kıyaslama neticesinde 1,5'un üzerinde orana sahip olduğu görülen gıda - içecek sektörünün TR62 Bölgesi için yüksek rekabet gücüne sahip olduğu anlaşılmıştır. Yatay ekseninde ise Balassa Endeksi'ndeki 2003 ve 2013 yılları arasındaki değişim oranı hesaplanarak sektörün rekabet gücünün geliştiği görülmüştür. Ayrıca baloncuk büyüklüğünden anlaşılacağı üzere bölgenin imalat sanayi içinde en fazla ihracat yapılan sektörü, gıda ürünleri ve içecek imalatıdır.

TR62 Bölgesi'nin 2003 yılında 131 milyon \$ olan sektördeki ihracatı, 2013 yılında 567 milyon \$ seviyesine yükselmiştir. 2000'li yılların başında bölgede dış ticaret açığı veren sektör, büyük bir gelişim göstererek 2013 yılında ithalatın 2,3 katı ihracat gerçekleştirmiştir. Son yıllarda ihracatı hızlı bir şekilde artış eğilimi gösteren gıda - içecek sektörü, bölge ekonomisinde lokomotif rol üstlenmektedir.

¹¹Balassa Endeksi hakkındaki detaylar için raporun "Ekler" bölümüne bakınız.



Şekil 5.6: TR62 Bölgesi Gıda – İçecek Dış Ticaretinin Yıllar İçindeki Gelişimi, 2003 – 2013 (Milyon \$)



KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

Dış ticaret verilerine göre gıda – içecek ihracatında TR62 Bölgesi Düzey 2 Bölgeleri arasında 4'üncü sırada yer almaktadır. 2013 yılı Türkiye gıda – içecek ihracatının %5,3'ünü karşılayan bölge TR10, TRC1 ve TR31 bölgelerinden sonra bu alanda en büyük katkısı yapmaktadır. 2003 – 2013 yılları arasında bölgelerin sektördeki ihracat gelişimleri incelendiğinde, özellikle TRC1 ve TRC3 Bölgelerinin çok büyük bir ilerleme kaydettikleri görülmektedir. Bu durumun temel nedeni, sektörde son 10 yılda Irak ile yapılan dış ticarete yaşanan artıştır.

Tablo 5.4: Gıda – İçecek Sektörü Dış Ticaretinde Öne Çıkan Düzey 2 Bölgeleri (\$), 2003- 2013

Düzey 2 Adı	İhracat (2013)	İthalat (2013)	İhracat (2003)	İthalat (2003)
TR10 - İstanbul	2.851.790.195	2.817.337.653	896.138.883	1.103.244.245
TRC1 - Gaziantep, Adıyaman, Kilis	1.867.965.690	708.509.628	108.353.310	33.681.210
TR31 - İzmir	1.135.561.540	716.802.019	541.927.643	168.144.847
TR62 - Adana, Mersin	567.093.665	246.453.805	131.237.637	98.628.841
TR33 - Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak	548.341.862	122.519.719	156.770.936	23.653.290
TR52 - Konya, Karaman	519.692.151	83.452.752	62.275.145	20.246.107
TRC3 - Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	511.449.781	17.332.847	9.507.578	848.234
TR90 - Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	498.143.319	28.515.198	160.738.291	15.339.220
...
Türkiye Toplam :	10.664.445.99	5.440.699.601	1.880.732.840	1.361.940.553

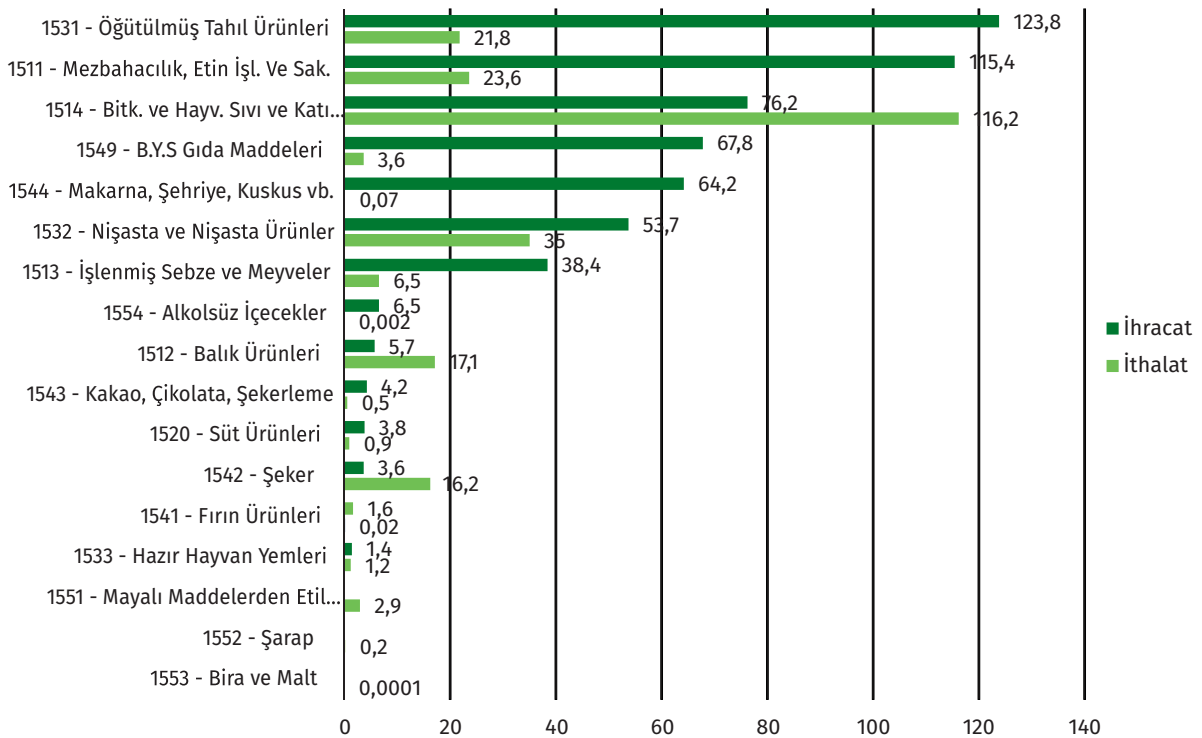
KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)



TR62 Bölgesi'nin gıda - içecek sektöründe gerçekleştirdiği ihracatın alt sektörlerdeki dağılımına göre öğütülmüş tahıl ürünleri, mezbahacılık etin işlenmesi ve saklanması, bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar, b.y.s gıda maddeleri, makarna vb. unlu mamuller ve nişasta ve nişastalı ürünler alt sektörleri öne çıkmaktadır. Bölgedeki gıda ürünleri ve içecek imalatı ihracatının %21,8'ini karşılayan öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektörü bu alanda ilk sırada yer almaktadır. Özellikle Mersin'de güçlü olan bakliyat sektörü ve Adana'da güçlü olan un sektörü bu alanda ihracatın yüksek olmasının temel nedenidir. İhracatta bölgenin güçlü olduğu bir diğer alt sektör mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanmasıdır. Sektör temsilcileriyle yapılan görüşmeler sonucunda bu alanda yapılan bölge ihracatının önemli bir kısmının kümes hayvanlarının etlerinin işlenmesi ve saklanması alt kırılımında gerçekleştirildiği anlaşılmıştır. Yine bölgedeki gıda - içecek ihracatına önemli katkı sağlayan bir diğer alt sektör bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlardır. Bu sektör dünya genelinde olduğu gibi hem ülkemizde hem de bölgemizde son yıllarda büyük gelişim kaydetmektedir. Gerek eskiden beri bölgede var olan yağ fabrikaları, gerekse son dönemde açılan yeni tesisler ile birlikte bu alt sektörteki ihracat giderek artmaktadır. Nişasta ve nişasta ürünleri sektörü ise teknoloji kullanım düzeyinin yüksek olduğu, birçok farklı ürünün üretilebildiği, katma değeri yüksek bir alandır. Ülkemizde az sayıda olan nişasta ve nişastalı ürünler üreticisinin önemli bir kısmı TR62 Bölgesi'nde bulunmakta ve bu alanda Türkiye'nin yaptığı ihracatta TR62 Bölgesi öne çıkmaktadır.

Bölgenin gıda - içecek ithalatı ise %47,1'lik payıyla bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektörü üzerine yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte; nişasta ve nişastalı ürünler, mezbahacılık etin işlenmesi - saklanması ve öğütülmüş tahıl ürünleri de bölgenin gıda - içecek ithalatında öne çıkan diğer alt sektörlerdir.

Şekil 5.7: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde TR62 Bölgesi'nin Dış Ticaret Rakamları, 2013 (Milyon\$)



KAYNAK: (TÜİK, 2013)



Bölgenin gıda – içecek sektöründeki dış ticaretinin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde, Adana ve Mersin’in sektördeki dış ticaretiyle ilgili önemli saptamalarda bulunmak mümkündür. Adana’nın gıda – içecek sektöründe 2012 yılında yaptığı 353 milyon \$ ihracatın, 2013 yılında 282 milyon \$’a gerilediği görülmektedir. (TÜİK, 2012 - 2013) Son bir yılda gerçekleşen bu gerilemenin yarıya yakını, Irak’a yapılan ihracatın ülkede yaşanan kaotik durumdan kaynaklı olarak azalmasıyla ilgilidir. Ancak, Irak’ın dışında da Adana’nın gıda – içecek ihracatında öne çıkan ülkelere son bir yılda yaptığı ihracatta bir düşüş yaşandığı açıkça görülmektedir. Adana’nın sektördeki 2013 yılı dış ticaret rakamları incelendiğinde, yapılan ihracatın %47,9’unun Irak’a gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Irak’a Adana’dan gerçekleşen 135 milyon \$ ihracatın 91 milyon \$’ı mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanması, 33 milyon \$’ı da öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektörlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu iki alt sektör hem Irak’a Adana’dan yapılan ihracatın tamamına yakınına oluşturmakta, hem de Adana’nın gıda – içecek ihracatının yarısına yakınına teşkil etmektedir. Irak dışındaki diğer ülkelere Adana’dan yapılan ihracat miktarları daha düşük oranlarda olup genelde AB ve Ortadoğu ülkelerine doğru bir yönelim söz konusudur. Kısa vadede Irak pazarı Adana için büyük fırsat olarak görülse de uzun vadede bir ülkeye bağımlı bir ihracat yapısı sektör için risk potansiyeli taşımaktadır. 2012 – 2013 yılları arasında ihracatta yaşanan gerileme, bahsedilen riskin ciddiyetini ortaya koymaktadır. Bu sebeple, TR62 Bölgesi’nin gıda – içecek sektörü için orta vadede pazar çeşitlendirme faaliyetlerine yönelmesi gerekmektedir.

Adana’nın ithalatının ise genel olarak bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar, nişasta ve nişastalı ürünler ve şeker alt sektörlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu üç alt sektörün ithalatında önemli paya sahip olan ülkelerin, aynı zamanda kentin gıda – içecek ithalatının bütününde de öne çıktıkları anlaşılmaktadır. Bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar ithalatında önemli paya sahip olan Rusya, Endonezya ve Ukrayna, nişasta ithalatının %80’ine yakınının karşılandığı Bulgaristan ve şeker ithalatının yarısından fazlasının sağlandığı Rusya, Adana’nın gıda – içecek ithalatının yoğunlaştığı ülkelerdir.

Tablo 5.5: Gıda – İçecek Sektöründe Adana Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013¹²

İhracat 2013			İthalat 2013		
ÜLKE ADI	DOLAR	YÜZDE	ÜLKE ADI	DOLAR	YÜZDE
Irak	135.736.827	47,98%	Rusya	31.362.152	27,95%
Hollanda	21.262.194	7,52%	Bulgaristan	27.191.416	24,24%
Sudan	15.960.986	5,64%	Endonezya	10.053.083	8,96%
Suriye	13.243.010	4,68%	Ukrayna	7.390.949	6,59%
Fransa	8.551.245	3,02%	Hindistan	5.579.105	4,97%
İspanya	8.325.065	2,94%	Mısır	5.243.897	4,67%
Cezayir	8.319.459	2,94%	ABD	4.690.319	4,18%
Suudi Arabistan	4.962.163	1,75%	İspanya	3.074.899	2,74%
Yemen	4.284.157	1,51%	Hollanda	2.871.744	2,56%
İngiltere	3.388.354	1,20%	Almanya	2.600.862	2,32%
...
Toplam	282.926.233	100%	Toplam	112.191.879	100%

KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

¹² TÜİK’in veritabanında sektörlerle ve alt sektörlerle göre hangi ülkelere ne kadar dış ticaret gerçekleştirildiği il bazlı olarak yayınlanmamaktadır. Tablo 5,5’de kullanılan veriler TÜİK’ten resmi yazıyla talep edilmiştir.



Mersin ise gıda – içecek sektöründe gerçekleştirdiği dış ticaret miktarını 2013 yılında 2012'ye oranla ciddi biçimde artırmıştır. 2012 yılında Mersin'in gıda – içecek sektöründe 181 milyon \$ olan ihracat tutarı, 2013'de 284 milyon \$'a yükselmiştir. Son bir yılda ihracatta yaşanan bu önemli artışta Irak ve Suriye'ye 2012 yılında sırasıyla 25 milyon ve 10 milyon \$ tutarında gerçekleştirilen ihracatın, 2013'e gelindiğinde 85 milyon ve 61 milyon \$'a çıkması kilit rol oynamıştır. (TÜİK, 2012 - 2013) Bu iki ülkenin dışında Mersin'den Libya ve Lübnan'a yapılan ihracatta da kayda değer bir artış gözlemlenmektedir. Mersin'in gıda - içecek sektöründe gerçekleştirdiği ihracatın alt sektörler göre dağılımı incelendiğinde bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar, makarna şehriye kuskus vb. unlu mamuller ve öğütülmüş tahıl ürünleri alt sektörlerin, kentın gıda – içecek ihracatında lokomotif rol oynadığı anlaşılmaktadır. Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar ihracatında 76,2 milyon \$ olan bölge ihracatının 70,6 milyon \$'ını Mersin tek başına karşılamakta, bu rakamın 57,8 milyon \$'lık kısmı ise Irak'a gerçekleştirilmektedir. Yine makarna, şehriye, kuskus vb. unlu mamuller alt sektöründeki 64,2 milyon \$'lık ihracat gelirinin tamamına yakını Mersin karşılamaktadır. Kentin ihracatında öne çıkan bir diğer alt sektör öğütülmüş tahıl ürünleridir. Bu alanda bölgenin 123,8 milyon \$ olan ihracat tutarının 87,7 milyon \$'ını Mersin karşılamakta, bunun da 40 milyon \$'lık kısmı Suriye'ye yapılmaktadır.

Ihracat ile benzer şekilde Mersin'in gıda – içecek ithalatı da son bir yılda 2,5 kata yakın artış göstermiştir. 2012 yılında 50 milyon \$ olan ithalat miktarı, 2013 yılında 134 milyon \$'a ulaşmıştır. Mersin gıda – içecek ithalatı temel olarak 4 alt sektöre dayanmaktadır. 2013 yılında 134 milyon \$ olan ithalatın 70 milyon \$'a yakını bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektöründe gerçekleştirilmiştir. Bu miktarın yarısı Rusya tarafından karşılanırken, Bosna – Hersek, Ukrayna, Malezya öne çıkan diğer ülkelerdir. Mersin'in gıda – içecek ithalatının yoğunlaştığı diğer alt sektörler ise 23 milyon \$ ithalat tutarıyla mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanması, 21 milyon \$ ile öğütülmüş tahıl ürünleri ve 11 milyon \$ ile balık ürünleri alt sektörleridir. Bu alt sektörlerde ithalatın yoğunlaştığı ülkeler ise mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanmasında İtalya ve ABD, öğütülmüş tahıl ürünlerinde İtalya, Mısır ve Hindistan, balık ürünlerinde ise Fas, Hindistan ve Pakistan'dır.

Tablo 5.6: Gıda – İçecek Sektöründe Mersin Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013¹³

İhracat 2013			İthalat 2013		
ÜLKE ADI	DOLAR	YÜZDE	ÜLKE ADI	DOLAR	YÜZDE
Irak	85.612.242	30,13%	Rusya	37.678.540	28,06%
Suriye	61.035.410	21,48%	İtalya	26.425.542	19,68%
Libya	20.959.508	7,38%	Bosna – Hersek	16.666.870	12,41%
Lübnan	10.614.400	3,74%	Ukrayna	7.186.817	5,35%
İsrail	7.038.041	2,48%	Malezya	6.918.762	5,15%
BAE	6.485.760	2,28%	Hindistan	6.575.484	4,90%
KKTC	6.118.427	2,15%	ABD	6.358.964	4,74%
Japonya	5.939.570	2,09%	Mısır	3.978.897	2,96%
Filistin	5.542.262	1,95%	Fas	3.846.473	2,86%
Cibuti	4.849.586	1,71%	Pakistan	1.876.158	1,40%
...
Toplam	284.167.432	100%	Toplam	134.261.926	100%

KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

¹³ TÜİK'in veritabanında sektörler ve alt sektörler göre hangi ülkelere ne kadar dış ticaret gerçekleştirildiği il bazlı olarak yayınlanmamaktadır. Tablo 5,6'da kullanılan veriler TÜİK'ten resmi yazıyla talep edilmiştir.



TR62 Bölgesi'nin gıda- içecek alt sektörlerinde gerçekleştirdiği dış ticaret miktarları ve dış ticaretin yoğunlaştığı ülkeler Tablo 5.7'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bölge ihracatı birçok alt sektörde genel olarak Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yoğunlaşmaktadır. Irak ve Suriye başta olmak üzere Libya, Lübnan, Sudan ve Cezayir'e yapılan gıda - içecek ihracatı, bölgenin sektördeki ihracatının büyük kısmını oluşturmaktadır. Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin yanı sıra Hollanda, Fransa, İspanya ve KKTC gibi ülkeler de bölgenin sektördeki ihracatına önemli katkılar sunmaktadır.

246 milyon \$ olan bölge gıda - içecek ithalatının ise yarıya yakını bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektöründe gerçekleştirilmekte olup, gerçekleşen bu miktarın yarısı Rusya'dan karşılanmaktadır. Bu bağlamda Rusya, TR62 Bölgesi'nin gıda - içecek ithalatında en önemli aktör konumundadır. Rusya'nın yanı sıra yine aynı alt sektörün ithalatında öne çıkan Ukrayna ve Endonezya da bölgenin önemli ithalat partnerleridir. Bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar sektörünün dışında bölge ithalatının yoğunlaştığı öğütülmüş tahıl ürünleri, mezbahacılık, nişasta ve nişastalı ürünler, balık ürünleri, şeker gibi alt sektörlerde öne çıkan diğer ülkeler arasında ise İtalya, ABD, Bulgaristan, Mısır, İspanya ve Fas yer almaktadır.

Tablo 5.7: Gıda - İçecek Alt Sektörlerinde TR62 Bölgesi Dış Ticaretinin Yoğunlaştığı Başlıca Ülkeler, 2013

ISIC REV 3.1 DIGIT 4 ADI	2013 TR62 İhracatı (Milyon \$)	Sırasıyla En Fazla İhracat Yapılan 3 Ülke ve Türkiye İhracatı İçindeki Payları	2013 TR62 İthalatı (Milyon \$)	Sırasıyla En Fazla İthalat yapılan 3 Ülke ve Türkiye İthalat İçindeki Payları
1531- Öğütülmüş Tahıl Ürünleri	123,8	Suriye - Irak - Lübnan (33,1% - 33,0% - 5,5%)	21,8	İtalya - Mısır - Hindistan (37,0% - 17,3% - 15,4%)
1511 - Mezbahacılık	115,4	Irak - Suriye - Azerbaycan (88,3% - 6,1% - 1,9%)	23,6	İtalya - ABD - Tunus (68,2% - 23,4% - 2,7%)
1514 - Bitk. Hayv. Sıvı Katı Yağlar	76,2	Irak - Suriye - İspanya (76,3% - 12,3% - 2,9%)	116,2	Rusya - Ukrayna - Endonezya (49,0% - 11,9% - 9,7%)
1549 - B.Y.S Gıda Maddeleri	67,8	Sudan - Irak - Suudi Arabistan (23,5% - 12,4% - 6,3%)	3,6	Almanya - Polonya - Çin (47,6% - 41,0% - 2,3%)
1544 - Makarna, Kuskus, Şehriye vb. Unlu Mamuller	64,2	Libya - BAE - Japonya (29,4% - 9,2% - 9,1%)	0,07	Romanya (100%)
1532 - Nişasta ve Nişastalı Ürünler	53,7	Hollanda - Cezayir - İspanya (39,5% - 10,8% - 10,4%)	35	Bulgaristan - Hollanda - Rusya (77,5% - 8,1% - 5,4%)
1513 - İşlenmiş sebze ve meyveler	38,4	Fransa - Irak - İngiltere (20,3% - 16,9% - 8,3%)	6,5	İspanya - Ekvator - Hindistan (63,3% - 11,6% - 5,1%)
1554 - Alkolsüz İçecekler, Maden ve Mamba Suları	6,5	Irak - Suriye - İngiltere (25,4% - 11,7% - 11,5%)	0,002	Almanya (100%)
1512 - Balık Ürünleri	5,7	Suriye - Lübnan - İspanya (49,3% - 23,4% - 8,2%)	17,1	Fas - Hindistan - Norveç (22,3% - 18,8% - 11,1%)
1543 - Kakao, Çikolata ve Şekerleme	4,2	KKTC - Tacikistan - İngiltere (17,6% - 12,2% - 11,9%)	0,5	Malezya - Almanya - ABD (70,7% - 12,2% - 10,8%)
1520 - Süt Ürünleri	3,8	Irak - KKTC - Kuveyt (37,4% - 31,9% - 7,4%)	0,9	KKTC - Fransa - İrlanda (39,6% - 24,3% - 11,8%)
1542 - Şeker	3,6	Suriye - KKTC - Irak (76,2% - 15,5% - 8,0%)	16,2	Rusya - Mısır - Hindistan (56,6% - 32,2% - 6,5%)
1541 - Fırın Ürünleri	1,6	K. Kıbrıs - Tacikistan - Irak (34,3% - 22,3% - 18,7%)	0,02	ABD (100%)
1533- Hazır Hayvan Yemler	1,4	Suriye - BAE - Irak (41,1% - 34,1% - 24,4%)	1,2	İtalya - Belçika - Malezya (92,9% - 2,7% - 2,4%)
1551 - Mayalı Maddelerden Etil Alkol			2,9	İngiltere - ABD - İsveç (55,3% - 26,0% - 5,7%)

KAYNAK: (TÜİK, 2013) verilerinden hareketle ÇKA tarafından oluşturulmuştur.

¹⁴ TÜİK'in veritabanında sektörler ve alt sektörler göre hangi ülkelere ne kadar dış ticaret gerçekleştirildiği il bazlı olarak yayınlanmamaktadır. Tablo 5.7'de kullanılan veriler TÜİK'ten resmi yazıyla talep edilmiştir.



GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



TR62 BÖLGESİ'NDE ÖNE ÇIKAN VE
POTANSİYEL TAŞIYAN GIDA - İÇECEK
ALT SEKTÖRLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

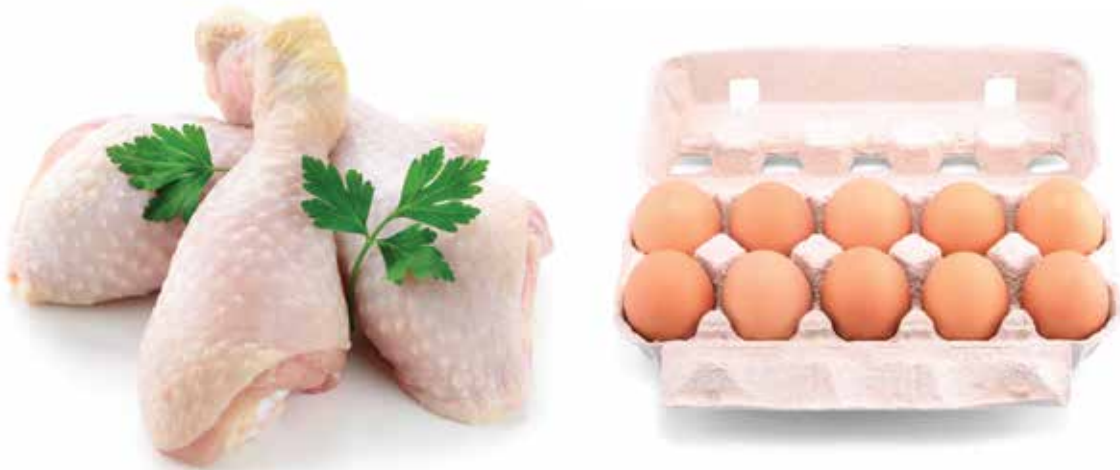


6.TR62 BÖLGESİ'NDE ÖNE ÇIKAN VE POTANSİYEL TAŞIYAN¹⁵ GIDA - İÇECEK ALT SEKTÖRLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü birçok farklı alt sektörü bünyesinde barındırmaktadır. Bu alt sektörler tek bir çatı altında sınıflandırılrsa da her birinin ayrı özellikleri, ihtiyaç ve talepleri mevcuttur. Bu bağlamda çok geniş bir çatıya sahip olan gıda – içecek sektörünün yapısını daha iyi anlamak adına alt sektörlerin daha detaylı incelenmesi gerekmektedir. Mevcut ihracat ve istihdam verilerine ek olarak bölgede faaliyet gösteren firma, üniversite, kamu kurumu ve sivil toplum kuruluşlarıyla yapılan yüz yüze görüşmelerin de yardımıyla raporun bu bölümünde TR62 Bölgesi'nde öne çıkan alt sektörler derinlemesine değerlendirilmeye çalışılacaktır.

MEZBAHACILIK, ETİN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI:

2013 yılında toplam gıda – içecek ihracatı 567 milyon \$ olan TR62 Bölgesi'ne bu alanda en çok katkısı veren ikinci alt sektör, 115 milyon \$ ihracat miktarı ile mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanması olmuştur.¹⁶ Bölgenin gıda – içecek ihracatı içinde %20,3 payıyla ikinci sırada yer alan bu alt sektör, bölge ihracatındaki gelişimini son 10 yılda gerçekleştirmiştir. 2003 yılında 1,1 milyon \$ ihracat rakamıyla bölge dış ticaretine neredeyse hiç katkı sağlayamayan alt sektör, aradan geçen 10 yıllık süre zarfında ihracatını 115 milyon \$ seviyesine çıkararak gerek bölgenin gıda – içecek sektörü içerisinde gerekse bu sektörde ihracat miktarına göre Düzey 2 Bölgeleri arasında önemli bir konuma gelmiştir. Türkiye'nin mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanması alt sektöründe 2013 yılı ihracat rakamlarına göre %17'lik oranıyla TR62 Bölgesi'nin Düzey 2 Bölgeleri arasında ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu alt sektörde 2013 yılında yapılan ihracat Tablo 6.1'de gösterilen 5 bölgede yoğunlaşmaktadır. 2003 yılında dış ticaret açığı veren bu alt sektör, 2013'e gelindiğinde Türkiye genelindeki gelişimi ve bu gelişimin ihracata da yansması sayesinde hem dış ticaret hacmini hem de ihracatın ithalatı karşılama oranını artırmıştır. Türkiye genelinde sektörle ilgili yaşanan bu ilerlemeye katkı sunan Düzey 2 Bölgelerinin başında ise TR62 Bölgesi gelmektedir.



¹⁵ Alt sektörler değerlendirilirken sınıflandırma sistemi olarak ISIC Rev 3.1 kullanılmıştır.

¹⁶ Alt sektörlerin bölge gıda – içecek dış ticaretine katkılarını görmek için Bkz. Şekil 5.7.



Tablo 6.1: Mezbahacılık, Etin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR62 - Adana, Mersin	115.480.546	23.686.168	1.180.225	2.741.770
2	TR22 - Balıkesir, Çanakkale	111.803.017	4.674.045	5.987.246	2.005.657
3	TR42 - Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	96.857.026	7.467.377	239.012	10.641.766
4	TR10 - İstanbul	84.170.749	365.119.268	8.928.744	379.354.580
5	TRC1 - Gaziantep, Adıyaman, Kilis	52.886.586	1.144.528	15.435	3.756.789
6	TR33 - Manisa, Kütahya, Afyonkarahisar, Uşak	49.992.101	23.223.999	1.358.000	10.290.531

	Türkiye Toplamı:	677.829.187	491.196.552	47.765.913	502.352.706

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

TR62 Bölgesi'nde mezbahacılık, etin işlenmesi ve saklanması sektöründe faaliyet gösteren firmaların çoğunluğu "kümes hayvanlarının etlerinin imalatı ve saklanması" alt kırılımında yer almakta olup, bu alt sektör kapsamında bölgede istihdama ve ihracata asıl katkıyı tavukçuluk sektörü yapmaktadır. Bölgede tavukçuluk sektörü Adana'nın Seyhan ve Mersin'in Tarsus ilçelerinde yoğunlaşmaktadır. Önceki yıllarda bölgede bu alanda faaliyet gösteren firmaların sayıları daha fazlayken, son yıllarda özellikle Tarsus'taki birçok firmanın kapanmasıyla bu sayı giderek azalmıştır. Faaliyete devam eden firmalar ise rekabet gücü yüksek, ölçek olarak büyük firmalardır. Bölgede bu alanda Beyza Piliç, Şahin Tavukçuluk, Garip Tavukçuluk, Mizan Tavukçuluk, Yum - Ta Tavukçuluk, Altın Yumurta¹⁷ vb. gibi önemli firmalar bulunmaktadır.

Sektör temsilcileriyle yapılan görüşmeler sonucunda tavukçulukta rekabet gücü yüksek ve ölçeği büyük firmaların ayakta kalabildiği, firma sayıları azalırken ihracatın ve katma değer artmasının temel nedeninin yapısal olduğu anlaşılmıştır. Tavuk yetiştiriciliğinde ürün sofraya gelene kadar geçen süre takribi 8 aydır. Ayrıca bu sektörde üretilen ürünün stoklanma gibi bir şansı da bulunmamaktadır. Bu yüzden sektörde rekabet edebilmek için üretim planlamasının çok iyi yapılması, entegre sistemler oluşturulması, üretim süreçlerinde modern teknolojinin kullanılması ve bu sistemi sürdürebilecek finansal ve kurumsal kapasiteye sahip olunması gerekmektedir. Bunlara ek olarak markalaşma, gıda güvenliği ve gıda teknolojisi firmaların üzerinde durmaları gereken önemli konulardır. Bahsedilen yapısal nedenlerden, önümüzdeki yıllarda sektördeki şartlara uygun olan firmalarının daha da büyüyeceği, bu şartları karşılayamayanların ise kapanacağı öngörülmektedir. Bu noktada, bölge gıda - içecek sanayinde önemli yer tutan alt sektörün rekabet gücünün geliştirilmesi için ihtiyaçlar iyi belirlenmeli, bu ihtiyaçları gidermeye yönelik çeşitli strateji ve tedbirler uygulanmalıdır.

Günümüzde tavukçuluk sektöründe modern robot ve otomasyon sistemleri kullanılmaktadır. Bölgedeki birçok firma bu sistemlere sahip olmasına rağmen, özellikle etlik piliçte halen eski teknoloji kullanan kesimhaneler bulunmaktadır. Sadece beyaz ette değil bölgede et ve et ürünlerinde faaliyet gösteren diğer alt sektörlerde de kesimhane ve mezbahaların modernizasyonu ile ilgili problemler yaşanabildiği dile getirilmektedir. Yasal çerçeveye standartları belirlenen kesimhanelerin, bu standartlara uygun halde faaliyetlerini yürütmeleri gerekmektedir. Kesim tesislerinin modernizasyonunun yanı sıra tedarik zincirinin tamamı da modern teknolojiye uygun hale getirilmelidir. TR62 Bölgesi'nin sıcak bir bölge olması ve tavukçuluk sektöründe üretilen ürünlerin çabuk bozulabilen ürünler olması sebebiyle soğuk hava

¹⁷ Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.



depoları sektördeki gıda güvenliğinin sağlanması için önemlidir. Bu depoların, tedarik zincirinin tümünde yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Sektör temsilcilerinin tavukçuluk sektörüyle ilgili dile getirdikleri önemli sorunlardan bir diğeri de hammadde girdi fiyatlarının yüksekliğidir. Türkiye’de başta yem olmak üzere hammadde girdileri çok pahalıdır. Yem fiyatlarının pahalı olması sadece tavukçuluğu değil, aynı zamanda gıda – içecek sektöründeki bütün alt sektörleri olumsuz etkilemektedir. Firmalar sektörün rekabet gücünün artırılması amacıyla kaliteli yem arzına ağırlık verilerek yem fiyatlarının düşmesi gerektiğini belirtmektedir. Tavukçuluk sektöründeki hammadde maliyetini artıran bir diğer etmen ise damızlık tavukların yurtdışından ithal edilmesidir. Fiyat avantajı sağlayacak şekilde Türkiye’de damızlık tavuk yetiştiriciliğinin artırılması, aynı zamanda sektördeki ithalatın önemli oranda azalmasına ve kanatlı hayvan sektöründe dünya ölçeğinde daha da önemli bir aktör olunmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, kümes hayvancılığında önümüzdeki yıllarda rekabet gücünü artırmak amacıyla ürün çeşitlendirme faaliyetlerinde bulunulması gerekmektedir. Özellikle raf ömrü uzun, ileri işlenmiş, ısıtılmış ürünlerin üretimine yönelmek, sektörden elde edilen katma değeri artırmak adına önemlidir.

TR62 Bölgesi’nin kümes hayvanlarının etlerinin işlenmesi ve saklanması alanında pazar çeşitlendirme faaliyetlerine yönelmesi gerekmektedir. Hali hazırda, Türkiye ihracatının 2/3’ü¹⁸, bölge ihracatının ise %90’a yakını¹⁹ Irak’a yapılmaktadır. Sektör temsilcilerinin belirttiği üzere tavukçuluk sektöründe Irak’a bu kadar bağımlı kalınmasının temel sebebi fiyat ve pazarın orada hazır olmasıdır. Tavukçuluk sektöründe stok şansı bulunmadığı, ürünler çabuk bozulabildiği için üretici kolay ve yakın pazarları tercih etmektedir. Irak’ın bölgeye coğrafi olarak yakın olması, son yıllarda artan siyasi ve ticari ilişkiler ve savaş sonrası yeniden yapılanmaya giren ülkede her ürüne talebin bulunması gibi etkenler Irak’ı TR62 Bölgesi için hemen hemen her alanda olduğu gibi tavukçuluk sektöründe de en önemli yurtdışı pazar haline getirmiştir. Ancak Ortadoğu’daki siyasi ve ekonomik zeminin kayganlığı göz önünde bulundurulduğunda TR62 Bölgesi’nin sektörde olası bir problem yaşamaması adına pazar çeşitlendirme faaliyetlerinde bulunması gerekmektedir. Pazar çeşitlendirme konusunda Türkiye tavukçuluğunun karşılaştığı en büyük sıkıntı Brezilya ve ABD gibi sektörde söz sahibi ülkelerle fiyat rekabetine girilememesidir. Bu ülkeler örneğin Irak’a Türkiye’nin sattığının yarı fiyatına ürün satabilmektedirler. Bu sıkıntıya rağmen Türkiye’nin ve TR62 Bölgesi’nin de sektöre alakalı bazı önemli artıları bulunmaktadır. TR62 Bölgesi bilhassa coğrafi yakınlığı ve dini hassasiyetleri gözetken kesim metodları gibi avantajlarını kullanarak özellikle Ortadoğu, Körfez Ülkeleri, Türki Cumhuriyetler ve Afrika gibi bölgelere fiyat dezavantajına rağmen ürün satışını artırabilme potansiyeline sahiptir.²⁰ Bu noktada özellikle adı geçen bölgelere yönelik ihracatı artırabilmek için dini hassasiyetlere cevap veren Helal ve Koşer gibi sertifikaların mutlaka alınması gerekmektedir. Ayrıca, günümüzde gıda – içecek sektörü için birincil konu haline gelen gıda güvenliğiyle ilgili olarak tüketicinin hassasiyetinin karşılanması için bu konuya azami hassasiyet gösterilerek gerekli bütün sertifikalara sahip olunmalıdır.

Kümes hayvancılığı sektörüyle alakalı önümüzdeki dönemde sıkça gündeme gelecek bir diğer konu ise atık yönetimidir. Bu sektörde çıkan çevreye zararlı atıkların ya bertaraf edilmesi ya da başka bir sektörde simbiyotik ilişki içerisinde girdi olarak kullanılması gerekmektedir. Dünyada kümes atıklarından önemli oranlarda enerji elde eden ülkeler bulunmaktadır. Bölgenin tavukçuluk sektöründeki gücü, kümes varlığı ve hayvan sayısı göz önünde bulundurulduğunda önümüzdeki dönemde sektördeki çevreye zararlı atıkların değerlendirilerek tekrardan ekonomiye kazandırılması konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

¹⁸ Bkz. Tablo 4.3

¹⁹ Bkz. Tablo 5.7

²⁰ Tablo 2,6’den da görülebileceği gibi Dünya’da tavuk eti ithalatının yoğunlaştığı yerler Çin, Japonya gibi Uzakdoğu ülkeleri ve Suudi Arabistan gibi Ortadoğu ülkeleridir.



BALIK VE BALIK ÜRÜNLERİNİN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI:

Su ürünleri üretimi FAO tarafından en hızlı büyüyen gıda imalatı alt sektörü olarak değerlendirilmekte olup dünyanın hemen hemen her bölgesinde gelişim göstermektedir. (FAO, 2013) Türkiye’de son yıllarda su ürünleri üretiminde ciddi kademe kaydedilmiş olup özellikle son 10 yıllık süre zarfında su ürünleri sektöründe gerçekleştirilen ihracat miktarı 4 kat artmıştır. (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bak. Balıkçılık ve Su Ürünleri Gen. Müd., 2013) Dünya ve Türkiye’de hızlı gelişim gösteren bu sektör, TR62 Bölgesi için de büyük potansiyele sahiptir. 460 km uzunluğundaki kıyı şeridi, Seyhan, Berdan, Ceyhan, Göksu gibi tatlı su kaynakları, lagün ve göletleriyle TR62 Bölgesi hem kıyı balıkçılığı hem de tatlı su balıkçılığı için bünyesinde çok önemli bir kaynak ve gelişim potansiyeli barındırmaktadır.

Kıyı balıkçılığında sardalya, lagos, barbunya, kefal, lüfer, istavrit, kolyoz, palamut, torik, levrek, çipura, mercan, dil, istavrit, mezgıt, karides, mürekkep balığı, kalamar, karagöz, izmarit, mırmır, kırlangıç, karakulak ve turna gibi balık türlerine bölgede sıklıkla rastlanmaktadır. (T.C Mersin Valiliği İl Tarım Müdürlüğü, 2011, s. 124) Kıyı balıkçılığının yanı sıra bünyesinde barındırdığı önemli tatlı su kaynakları sayesinde TR62 Bölgesi Türkiye’de avlanan tatlısu balığı türlerinin %5’ini karşılamakta, özellikle kurbağa ve salyangoz üretiminde Türkiye genelinde lider konumda bulunmaktadır. Buna ek olarak, gelebicin ve sekizbıyık adlarıyla bilinen ve yöreye özgü olan yayın ve karabalık arzının önemli bir kısmı da bölge tarafından karşılanmaktadır. (TÜİK; Su Ürünleri İstatistikleri, 2011)²¹

Gerek kıyı balıkçılığında gerekse tatlı su balıkçılığında sahip olduğu mevcut potansiyele rağmen, TR62 Bölgesi bu potansiyelini balık ve balık ürünlerinin imalat sanayinde işlenip saklanması konusunda henüz yeterince kullanamamaktadır. 2013 yılı rakamlarına göre sektörde gerçekleştirdiği 5,7 milyon \$ ihracat ve 17 milyon \$ ithalat tutarıyla TR62 Bölgesi bu alanda dış ticaret açığı vermektedir. Bölgenin gıda – içecek sektöründe yaptığı ithalatın neredeyse %7’sine tekabül eden bu rakam, eldeki su ürünü potansiyeline rağmen balık işleme sanayinin bölgede yeterince gelişmemesi neticesinde talebin dışarıdan karşılanmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 6.2: Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR32 - Aydın, Denizli, Muğla	88.741.495	35.231.763	4.812.029	39.204
2	TR31 – İzmir	83.862.130	69.616.231	9.988.711	8.785.647
3	TR10 – İstanbul	29.861.251	98.140.865	13.538.043	27.174.124
4	TR72 – Kayseri, Sivas, Yozgat	25.286.519			
5	TR83 - Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	20.938.533	1.362.520	2.031.454	
6	TR22 – Balıkesir, Çanakkale	20.677.928	2.419.850	20.997.135	7.458.734

9	TR62 – Adana, Mersin	5.773.381	17.194.319	4.504.432	57.559

	Türkiye Toplamı:	311.006.642	249.211.536	74.048.246	44.149.687

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

²¹Bölgedeki avlanan ve yetiştirilen su ürünlerinin miktarlarıyla ilgili detaylı verilere 2014 – 2023 Çukurova Bölge Planı'nın Su Ürünleri başlığından erişilebilir.



TR62 Bölgesi'nde işlenmiş balık imalatı yapan Royal Balıkçılık, Sa – Su Su Ürünleri, Mezze Marin, Kemal Balıkçılık vb. gibi önemli firmalar bulunmaktadır. Ancak bölgedeki potansiyel düşünüldüğünde balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması sektöründe daha çok firmanın bulunması, sektördeki üretim kapasitesinin ve ihracat miktarının da daha fazla olması beklenmektedir. Bu beklentilerin karşılanabilmesi için sektörün mevcut ihtiyaçlarının iyi belirlenip, bunların giderilmesine yönelik çeşitli tedbirler uygulanması gerekmektedir.

Sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerde bölgede faaliyet gösteren firmaların karşılaştığı en önemli kısıtlardan birinin balık üretiminde yaşanan sürdürülebilirlik problemi olduğu anlaşılmıştır. Örneğin, geçmiş yıllarda bölgeden ABD'ye önemli oranda işlenmiş kerevit satılırken, kerevit arzında yaşanan sıkıntılardan dolayı şu an bu ürünün ihracatının sektöre uğradığı belirtilmiştir. Bu örnekten de yola çıkarak, TR62 Bölgesi'nde balık üretimi ve su ürünleri konusunda sorumluluğu bulunan ilgili kurum ve kuruluşların özel sektörle beraber yapacakları planlama çalışmaları doğrultusunda süreklilik ilkesi de gözetilerek özellikle talebin yoğun olduğu tatlı su ürünlerinin ekimine ve üretimine ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu sayede ürünlerin sanayide işlenmesine süreklilik kazandırılabilir. Planlama çalışmalarına ek olarak kaçak avlanmanın önüne geçilmeli, tekne sayıları azaltılmalı, yapay resiflerin sayıları artırılmalıdır. Ayrıca, su kaynaklarının temizliği için numuneler alınması suretiyle sürekli denetimlerin sayıları artırılmalı, kaynakların tarımsal, evsel ve endüstriyel faaliyetler sonucunda kirlenmemesi için atık yönetimine daha da ağırlık verilmelidir.

TR62 Bölgesi su ürünleri sektöründe fiziki altyapı ve üstyapı eksiklikleri ile düşük teknolojik altyapı düzeyine sahip olunması gibi problemler de bulunmaktadır. Bu eksikliklerin giderilmesi amacıyla bölgedeki balıkçı barınakları modernize edilmeli, balık üretim alanlarında ve ulaştırma araçlarında soğuk hava depoları artırılmalı, su ürünlerinde oluşabilecek hastalıkları belirlemek adına analiz laboratuvarları oluşturulmalıdır. Bölgede taze balıkçılıkla uğraşan firmalar için modern koşullara haiz balık halleri kurulmalıdır. Ayrıca, "Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhtisas Bölgesi" oluşturulmasına yönelik bölgedeki sektör temsilcilerinin talepleriyle ilgili gerekli fizibilite çalışmaları yapılmalıdır. Sektörün bilişim altyapısı güçlendirilmeli, balıkçılık konularında verilerin toplanabilmesi için veri sistemleri oluşturulmalıdır. Su ürünleri ve işlenmiş balık imalatı sektöründe Ar - Ge faaliyetleri artırılmalıdır.

Bu temel ihtiyaçların karşılanmasının yanında sektörden elde edilen katma değer artırılması için yeni politikalar geliştirilmesine de ihtiyaç duyulmaktadır. Son yıllarda dünyada kültür balıkçılığının oranı gitgide artmaktadır. Bu noktada, TR62 Bölgesi de mevcut su kaynaklarını kullanarak tatlı su balığı yetiştiriciliğinin ve kültür balıkçılığının üzerine gitmelidir. Hali hazırda bölgedeki yetiştiricilikten elde edilen balık miktarlarının Türkiye geneliyle kıyaslandığında çok düşük olduğu görülmektedir. Adana'da az miktarda alabalık, Mersin'de ise yine az miktarda alabalık, çipura ve levrek yetiştirilmektedir. (TÜİK; Su Ürünleri İstatistikleri, 2011) Bölgenin farklı üretim metotları da kullanarak su ürünleri yetiştiriciliğinde hem üretim miktarlarını hem de ürün çeşitlerini artırması gerekmektedir. Örneğin, lagünlerin kanal şeklinde derinleştirilmesi, yapay resifler oluşturulması, tarla balıkçılığı yapılması, DSİ'nin uygun gördüğü baraj ve göletlerde üretim tesisleri kurulması gibi çeşitlendirilmiş üretim yöntemleriyle özellikle yöreye özgü su ürünlerinin yetiştirilmesi fikri öne çıkarılarak balıkçılık sektöründe ürün çeşitlendirmeye gidilmelidir. Bölgede bulunan tatlı su balıklarının birçoğunun dünya pazarında önemli fiyatlara alıcı bulabileceği unutulmamalıdır. Örneğin, bölgede sıklıkla rastlanan karabalık Vietnam ve Çin tarafından genetiğiyle oynanarak dünya pazarında yüksek fiyatlara satılabilmektedir. Yine son dönemde gelişme trendi gösteren

²²Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.



ekolojik ve organik su ürünleri yetiştiriciliği teşvik edilmelidir. Ayrıca, ürün çeşitlendirme çalışmaları kapsamında dünya genelinde talebi yüksek olan ve ürünlerin raf ömrünü uzatan ısıtma işlem görmüş, fileto edilmiş hazır su ürünlerinin üretimine ağırlık verilmelidir.

TR62 Bölgesi sektörün yaşadığı temel eksiklikleri tamamlayıp firma sayısı, üretim miktarı ve ürün çeşitlerini artırdıktan sonra kendisi için uluslararasılaşmayı öncelikli hedef haline getirmelidir. Sektörde dünya genelindeki talebin giderek artması ve bölgenin su kaynakları ile coğrafi avantajları gibi etmenler düşünüldüğünde, TR62 Bölgesi'nin hali hazırda gerçekleştirdiği 5,7 milyon \$'lık işlenmiş balık ve balık ürünleri ihracatının çok düşük düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır. İhracatın artırılması noktasında hem bölgenin hem de sektörün önünde aşağıda sıralanacak önemli fırsatlar bulunmaktadır.

Öncelikle, balık etinin tavuk eti ve kırmızı ete göre fiyat olarak uygun ve sağlık açısından daha yararlı olması sebebiyle dünya genelinde her geçen gün balık eti tüketimi artmaktadır. İkinci olarak, Mersin'den İskenderun'a kadar olan coğrafyada deniz balıklarının olgunlaşma süresi Türkiye'nin diğer bölgelerine göre daha kısadır. Bu da kıyı balıkçılığında sezonun uzamasına, ürün miktarlarının artmasına olanak sağlamaktadır. Üçüncü olarak, Türkiye'ye coğrafi olarak yakın olan AB Ülkeleri, sektördeki dünya toplam ithalatının yaklaşık %40'ını gerçekleştirerek bu alanda lider konumdadır. (FAO, 2012, s. 16) Aynı zamanda AB'nin 2012 yılı gıda - içecek ithalatı içerisinde "Balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanması" alt sektörü %23,7'lik payı ve 15,7 milyar avro ithalat miktarıyla ikinci sırada yer almaktadır.²³ Ürün bazında bakıldığında ise fileto edilmiş balıklar, kabuklular ve yumuşakçalar AB gıda - içecek sektörü içinde en fazla ithal edilen 4 üründen 3'ünü oluşturmaktadır (Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 2013, s. 39). Bu doğrultuda, TR62 Bölgesi'nin gerek kıyı balıkçılığı gerekse tatlı su balıkçılığında potansiyeli harekete geçirilip bu alandaki imalat sanayisi güçlendirildiği takdirde, AB ülkelerine bölgeden yüksek miktarlarda ihracat yapılabilir. Son olarak, AB ülkelerinin yanı sıra yine coğrafi olarak yakın bulunan Ortadoğu ülkeleri de bölge açısından önemli ihracat potansiyeli taşımaktadır. Son dönemde Suriye'de yaşanan krizle birlikte bu bölgelere gerçekleşen ihracat sekteye uğramıştır. Deniz yoluyla ihracatın uzun süre alması, su ürünlerinin çabuk bozulabilmesi ve Suriye'deki iç karışıklıklardan dolayı karayolu taşımacılığının zorlaşması gibi etmenler Ortadoğu'ya ihracatın azalmasını temel nedenleridir. Ancak yaşanan sıkıntıların ilerleyen dönemde sona ermesiyle birlikte bölgenin Ortadoğu ülkelerine yönelik sektördeki ihracatının canlanacağı öngörülmektedir. Bu ülkelerden Irak, İran gibi birçoğunda tatlı su balığı tüketiminin daha çok tercih edilmesi, TR62 Bölgesi için bir artıdır. Tatlı su balığı potansiyelinin kullanılması, kültür balıkçılığının yaygınlaştırılması ve pazar çeşitlendirme faaliyetlerinin yapılmasıyla Irak, İran, Libya, Lübnan, Ürdün, Körfez ülkeleri bölge için ihracat kapısı haline gelme potansiyeli taşımaktadır. Bunlara ek olarak Orta Asya ülkeleri, Hindistan ve Pakistan gibi ülkeler de TR62 Bölgesi için potansiyel arz eden diğer pazarlardır.



²³Bkz. Tablo 3.3



SEBZE VE MEYVELERİN İŞLENMESİ VE SAKLANMASI

TR62 Bölgesi uygun iklim koşulları, yeterli sulama imkânları ve toprak verimliliği sayesinde bitkisel üretimde hem üretim miktarı hem de ürün çeşitliliği anlamında ülke genelinde öne çıkmaktadır. Portakal, mandalina, turunç, greyluft, limon gibi turunçgiller başta olmak üzere muz, çilek, trabzon hurması, çekirdekli üzüm ve karpuz gibi meyvelerin üretiminde TR62 Bölgesi ilk sırada yer almaktadır. Bu ürünlerin yanı sıra soya, sorgum, keçiyoynuzu, yer fıstığı, bakla, göbekli marul, sivri biber, kabak, pırasa, mısır gibi sebzeler de en çok bu bölgede yetiştirilmektedir. (TÜİK, 2012) Düzey 2 Bölgeleri arasında birçok ürünün üretim miktarında lider olan TR62 Bölgesi, aynı zamanda bitkisel üretim değerinde ikinci, bitkisel ürünlerin ihracatında ise üçüncü sırada yer almaktadır. (TÜİK, 2012) Bitkisel üretimle birlikte örtü altı tarımsal ürünlerin üretim değerinde de bölge, Türkiye genelinde ikinci sırada bulunmaktadır. (TÜİK, 2012)

Bitkisel üretimdeki bütün bu olumlu tabloya rağmen sebze ve meyvelerin sanayide işlenip yurtdışı pazarlara satışı konusunda TR62 Bölgesi görece dezavantajlı durumdadır. 2013 yılında 10,6 milyar \$'lık Türkiye gıda - içecek ihracatının 2,8 milyar \$'lık kısmı sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması alt sektöründe gerçekleştirilmiştir. Bu tutarla gıda - içecek ihracatına en fazla katkıyı açık ara sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması alt sektörü yapmıştır.²⁴ Ancak, TR62 Bölgesi 38 milyon \$'lık payıyla ülke ihracatının sadece %1,3'ünü karşılayabilmiş ve Düzey 2 Bölgeleri arasında 11'inci sırada yer alabilmiştir.

Bölgedeki yaş meyve sebze firmalarının çoğu bitkisel ürünleri yoğun işleme proseslerine tabi tutmadan sadece sarartarak ve paketlenerek ihraç ettikleri için sınıflama kodu olarak gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörüne girmemektedir. Yoğun işleme prosesleri uygulamadan yaş sebze - meyve ticareti yapan firmaların ihracat tutarları ise tarım ve hayvancılık yada ticaret kodları altında toplanmaktadır ve bu raporun kapsamı dışındadır.²⁵

Tablo 6.3: Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Saklanması Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR31 – İzmir	588.808.153	29.383.151	281.300.030	14.596.570
2	TR10 – İstanbul	514.818.738	135.630.375	287.464.499	14.596.570
3	TR90 – Trabzon, Rize, Ordu, Giresun, Artvin, Gümüşhane	422.832.144	4.491.184	118.359.736	1.358.453
4	TR33 – Manisa, Kütahya, Afyon, Uşak	412.862.030	2.673.218	148.830.199	1.025.724
5	TRB1 - Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	173.553.425	1.410.099	71.885.521	640.891
6	TRC1 - Gaziantep, Adıyaman, Kilis	172.641.838	9.172.252	14.157.912	904.822

11	TR62 – Adana, Mersin	38.472.046	6.518.184	7.291.002	490.447

	Türkiye Toplamı:	2.824.583.746	238.651.502	1.140.116.460	28.805.933

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

²⁴ Bkz. Şekil 4.3.

²⁵ Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması sektörünün kapsamının anlaşılması için Bkz.

<http://TUIKapp.TUIK.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?sorumid=7&kod=1513&ustKod=1513&seviye=1&detay=E&turid=1&turAdi=&satirid=566707>



TR62 Bölgesi'nde sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması alt sektöründe Frito Lay A.Ş., Oğuz Gıda – Daren Meyve Suları, Doğanay Gıda, Kilikya Şalgam, Serafresh, Famen Gıda – Viva Meyve Suları, Yummy Meyve Suları, Limkon Gıda, Targid Gıda ve Anadolu Etap²⁶ gibi önemli firmalar faaliyet göstermektedir. Ancak, bölgenin mevcuttaki bitkisel üretim miktarı göz önünde bulundurulduğunda sektördeki hem firma sayısının hem de ihracat miktarının düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, işlenmiş sebze ve meyve alt sektörünün bölgedeki temel sorun alanlarının ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi amacıyla sektör temsilcilerinin görüş ve önerilerine başvurulmuştur.

Sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerden anlaşıldığı üzere bölgede sebze – meyve işleme tesislerinin az olmasının temel nedeni, bu tesislerin kuruluşu için gerekli olan başlangıç maliyetlerinin bölgedeki yatırımcı için yüksek ve riskli bulunmasıdır. Türkiye hali hazırda narenciye başta olmak üzere yaş sebze - meyve üretiminde dünya genelinde öne çıkan sayılı ülkelerden biridir. Bu ürünlere yönelik sofralık talep zaten yüksek olduğu için bölgedeki tarım firmaları ve tüccarlar basit sarartma ve paketleme prosesleri uygulayarak ürünlerini dünyanın değişik yörelerine satabilmektedirler. Pazarı hazır ve üretim maliyeti daha düşük olan yaş sebze ve meyve ticaretini bırakıp sebze - meyve işleme ya da konsantre meyve suyu gibi sektörler için yatırım yapmak bir risk olarak algılanmaktadır. Özellikle, konsantre meyve suyu sektöründe giriş maliyetleri yüksektir. İlaveten meyve suyu sektöründe markalaşma en önemli bileşen olduğu için pazarlama ve reklam faaliyetlerine önemli miktarlarda harcama yapmak gerekmektedir. Bütün bunlar bölgede işlenmiş sebze – meyve sektörüne yatırım yapan firma sayısını azaltmaktadır.

İşlenmiş sebze – meyve sektöründeki firma sayısının az olması aynı zamanda endüstriye uygun bitkisel ürün yetiştiriciliğinin de önüne geçmektedir. Hali hazırda bölgede üretilen 1'inci ve 2'inci kalite narenciye ürünleri sofralık olarak iç ve dış pazara satılırken, kalite olarak daha düşük ve sofralık olarak çok tercih edilmeyecek ürünler endüstriye yollanmaktadır. Hâlbuki endüstride kullanılan narenciye ürünlerinin de kendi içinde kalite standartları bulunmaktadır. Buna rağmen endüstri firmaları elde kalan 3'üncü ya da 4'üncü kalite narenciye ürünlerini satın almayı sorun olarak görmedikleri için ilaveten endüstriyel üretim yapılmasına gerek duyulmamaktadır. Bu durum meyve suyu imalatı sektöründeki ürün kalitesini de doğrudan etkilemektedir. Aslında işlenmiş sebze - meyve sektörünün gelişmesi ile endüstriye uygun tarımsal üretim arasında çift yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bölgede endüstriyel ürün talep eden işlenmiş sebze – meyve firmalarının artması bu ürünlerin tarımsal üretimini artıracığı gibi, endüstriye uygun tarımsal üretimin artması da fiyatların düşerek bu ürünlere olan talebin yükselmesine ve endüstriyel üretimde daha kaliteli ürün işlenmesine neden olacaktır.

Sektörde bölgenin ihracatı AB Ülkeleri, Irak, Suriye, Cezayir, Libya gibi ülkelere yoğunlaşmaktadır. Bunun dışında, özellikle sebze meyve suyu imalatı ve konserve sebze meyve alt sektörleri pazar çeşitlendirme faaliyetlerine uygundur.²⁷BAE, Katar, Ürdün, Bahreyn gibi Körfez Ülkeleri ile Japonya, Çin, Tayland, Singapur vb. Uzakdoğu Ülkeleri çeşitlendirme faaliyetlerinin yapılabileceği potansiyel pazarlardır. Bu pazarlarda ürün tutundurabilmek için pazarlama ve markalaşma konularına ağırlık verilmelidir. Ayrıca, bütün gıda – içecek alt sektörlerinde olduğu gibi işlenmiş sebze – meyve sektörü için de gıda güvenliği en önemli konuların başında gelmektedir. Meyve – sebzelerin üretiminde ve lojistiğinde oluşabilen kimyasal kalıntıların analizlerinin yapılması özellikle ihracat yapabilmek için zorunludur. Bu sebeple, sektör temsilcileri tarafından bölgede üretilen sebze ve meyvelerde gıda güvenliğini denetlemek için “kalıntı analiz laboratuvarları” sayılarının artırılması gerektiği ifade edilmektedir.

²⁶Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.

²⁷Bkz. Tablo 5.7



Sektörün bölgede en önemli ihtiyaçlarından biri de işbirliği kültürünün geliştirilmesidir. Hem yaş sebze - meyve üreticileri, hem de işlenmiş sebze - meyve firmaları arasında koordinasyon düzeyi yeterince yüksek değildir. Yaş sebze - meyve ihracatında bölgede kalite odaklı ve bütüncül bir anlayış yeterli düzeyde değildir. Örneğin, kalite standartlarına odaklanmayan, alıcısı hazır olan Irak pazarına ihracat gerçekleştirmek bölgedeki birçok firmanın kolayına gelmektedir. Ancak bu durum orta vadede bölgede üretilen ürünün kalitesini ve marka algısını düşürecektir. Ayrıca bölgedeki yaş sebze - meyve ve işlenmiş sebze - meyve firmalarının çoğunluğu orta ölçekte faaliyet göstermektedir. Bu firmaların markalaşma, pazar çeşitlendirme, uluslararasılaşma, ürünlerde kalite standardizasyonu gibi konularda gelişme gösterebilmeleri için işbirliği içinde hareket etmeleri gerekmektedir. Bütün bu sebeplerden ötürü sektördeki işbirliği kültürünün geliştirilmesi için bölgede kümelenme faaliyetleri artırılarak devam ettirilmeli, uluslararasılaşma ve ortak iş yapma kültürünü hedefleyen URGE gibi destek mekanizmalarından daha fazla yararlanılmalıdır. Ayrıca, yaş sebze - meyve ve işlenmiş sebze - meyve sektörleri arasında simbiyotik bir ilişki ağı bulunmaktadır. Bu iki sektör arasında bir değer zinciri oluşturulması, aynı zamanda bölgenin tarım - sanayi entegrasyonunu da güçlendirecektir. Son dönemde sebze - meyve üretiminde İspanya, İtalya, Mısır, Arjantin gibi ülkeler atılım yapmaktadır. Bölgenin sektördeki rekabet gücünü kaybetmemesi için, firmalar ve kurumlar arasındaki işbirliği kültürünü geliştirerek narenciye başta olmak üzere bölgede yetiştirilen bitkisel ürünleri gıda - içecek sanayinde işleme ve bu sayede elde ettiği katma değeri artırması gerekmektedir.

TR62 Bölgesi'nin bitkisel üretimdeki ürün çeşitliliği de göz önünde bulundurulduğunda işlenmiş sebze - meyve sektöründe katma değeri yüksek, arz açığı fazla olan ürünlere yönelik çeşitlendirme faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Özellikle, şoklama, konserve ve konsantre üretimi yapılan ürün sayısı artırılarak bölgenin bitkisel üretim potansiyeli sanayiyle daha entegre hale getirilmelidir. Ürün çeşitlendirmeye ek olarak üretim metotları da çeşitlendirilmelidir. Organik tarım özellikle bölgenin kuzey kesimleri için yaygınlaştırılması müsait bir üretim çeşididir. Endüstriye uygun organik ürünlerin üretilmesi ve bu ürünlerin kurutulmuş ya da işlenerek piyasaya sunulması da ürün çeşitlendirme noktasında önemli bir stratejidir. Son dönemde sağlıklı beslenme bilinciyle birlikte organik ürünlere yönelim de göz önünde bulundurulduğunda bölgede organik tarımın yaygınlaştırılıp sanayi işletmelerinde işlenmesi halinde bu gelişen pazardan daha fazla pay alınabilecektir. Bölgede organik tarım yapılabilecek alanların kırsal yoğunluğu fazla, görece az gelişmiş kuzey ilçeler olduğu göz önünde bulundurulduğunda, organik tarım konusunda yaşanacak gelişmelerin aynı zamanda kırsal kalkınmayı da tetikleyeceği rahatlıkla öngörülmektedir. Organik tarımın bölgede geliştirilmesi amacıyla organik sektörünün kendisi ile doğrudan bağlantılı olan ekoturizm, agroturizm ve endemik bitkiler gibi alanlarla birlikte bütüncül bir anlayışla değerlendirilmesi, yine bu alanlarda bütüncül bir yaklaşımla marka olgusu oluşturulmaya çalışılması, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerekmektedir.





BİTKİSEL VE HAYVANSAL SIVI VE KATI YAĞ İMALATI:

Bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar sektörü son yıllarda dünya gıda – içecek sektörü içerisinde hızla gelişmekte ve en öne çıkan alt sektör olarak yerini almaktadır. Dünya’da en çok ihracat ve ithalatı yapılan tarım – gıda ürünleri incelendiğinde soya, palm yağı ve mısır gibi sektörde hammadde olarak kullanılan ürünlerin ilk sıralarda bulunduğu görülmektedir.²⁸ Bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar sektörü AB ülkelerinin gıda – içecek ithalatında da önemli yer tutmaktadır. 2012 yılında gerçekleştirilen 17,3 milyar avro luk ithalat miktarıyla bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar sektörü, AB gıda – içecek ithalatının %26,1’ini oluşturarak AB içinde gıda ürünleri ve içecek imalatı alt sektörlerinde gerçekleştirilen ithalatta ilk sırada yer almıştır.²⁹

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye gıda – içecek dış ticaretinde de bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektörü önemli rol oynamaktadır. 2013 yılında sektörde yapılan 10,6 milyar \$ ihracatın 1,3 milyar \$’lık kısmını karşılayan bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar sektörü, sektörde en çok ihracat yapan ikinci alt sektör konumundadır. Aynı yılın ithalat rakamlarına göre ise 2,5 milyar \$ ithalat miktarıyla Türkiye gıda – içecek ithalatının %46’sını oluşturan alt sektör, bu alanda ilk sırada yer almaktadır.³⁰ Sektörde Türkiye ihracatının yarıya yakını Irak’a yapılmaktayken, ithalatta ise Rusya başta olmak üzere, Ukrayna, Endonezya, Malezya gibi ülkeler öne çıkmaktadır.³¹

Talebin çok yüksek olduğu bu alt sektör, Türkiye ekonomisinde yüksek miktarda dış ticaret açığına neden olmaktadır. Gündelik gıda tüketiminde, gıda imalat sektörünün hemen hemen bütün alt kollarında, hizmet sektöründe yemek üreten bütün işletmelerde kullanılması nedeniyle bu alt sektörde ihtiyaç her geçen yıl artmakta; sektör gelişirken aynı zamanda dış ticareti de iki yönlü olarak artış göstermektedir. 2003 yılında ihracat değeri 359 milyon \$ olan bu alt sektörün 10 yıllık süre zarfında bu rakamı 1,3 milyar \$ seviyesine taşıması dikkat çekici bir gelişmedir. Aynı zaman aralığında sektördeki ithalat ise 477 milyon \$’dan 2,5 milyar \$’a yükselmiştir. Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar sektöründe son 10 yılda yaşanan bu hızlı gelişime en büyük katkıyı TRC1 Bölgesi sunmuştur. 2003 yılında sektörde toplam 21 milyon \$ dış ticaret hacmi olan TRC1 Bölgesi, 2013 yılına gelindiğinde dış ticaret hacmini 1,2 milyar \$’a taşımıştır. Bu rakam Türkiye’nin toplam gıda – içecek dış ticaretinin yaklaşık %7,5’ine tekabül etmektedir. Sektörün dünya çapında büyümesi, özellikle savaş sonrasında restorasyon sürecine giren Irak’tan gelen talebin yoğunlaşması, Gaziantep’in gıda – içecek sektöründe tecrübe sahibi olması, Gaziantep’te son yıllarda sanayinin hızla gelişmesi gibi etkenler bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektöründe Gaziantep/Merkez ve Nizip’i Türkiye çapında bir merkez haline getirmiştir. Sektörde 2013 yılında yapılan ihracatın %38,7’sini, ithalatın ise %26,6’sını bu bölge gerçekleştirmektedir.



²⁸ Bkz. Tablo 2.5, Tablo 2.6

²⁹ Bkz. Tablo 3.3

³⁰ Bkz. Şekil 4.3

³¹ Bkz. Tablo 4.3



Tablo 6.4: Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağ İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TRC1 – Gaziantep, Adıyaman, Kilis	531.876.600	669.353.051	10.700.419	10.303.241
2	TR31 - İzmir	280.370.103	414.214.309	157.778.588	47.618.019
3	TR10 – İstanbul	242.106.889	907.645.186	85.133.110	307.457.697
4	TRC3 – Mardin, Batman, Siirt, Şırnak	90.719.239	13.764.775	639.098	
5	TR62 – Adana, Mersin	76.221.864	116.205.801	52.492.281	61.065.749

	Türkiye Toplamı:	1.373.455.260	2.507.654.758	359.243.387	477.971.136

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

2013 yılında 76,2 milyon \$'lık ihracat miktarıyla bitkisel ve hayvansal yağlar alt sektörü, TR62 Bölgesi gıda - içecek ihracatının %13,4'ünü karşılayarak alt sektörler arasında 3'üncü sırada yer almıştır. Bu alt sektörde bölgenin yaptığı ihracat genel olarak Irak'a (%76,3) yoğunlaşmıştır. Ayrıca, 116 milyon \$ ithalat rakamıyla bölgenin gıda - içecek ithalatının %47,1'i de bu alt sektör tarafından karşılanmıştır. TR62 Bölgesi'nin bu alt sektörde yüksek miktarda ithalat yapması, aynı zamanda Rusya, Ukrayna, Endonezya ve Malezya gibi önemli bitkisel ve hayvansal yağ üreticisi ülkelerin bölge gıda - içecek ithalatında öne çıkmalarını sağlamıştır.³² TR62 Bölgesi'nde bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar alt sektöründe faaliyet gösteren firmalar arasında Marsa, Elita Gıda (Suna Grup), Pakyağ, Paksoy Yağ, Pakmil, Asil Gıda, Alyans Yağ, Sizin Yağ ve Aves Yağ vb. gibi gerek istihdam gerekse ölçek olarak önemli kuruluşlar bulunmaktadır.³³ Buna rağmen, sektör bölge genelinde de dış ticaret açığı vermektedir.

Dünya gıda - içecek sektörü içinde bitkisel ve hayvansal yağlar alt sektörünün ağırlığı ve bu sektöre olan talebin her geçen yıl artması, sektörün önümüzdeki yıllarda daha da büyüyeceğine işaret etmektedir. Türkiye'nin son 10 yılda bu sektörde aldığı mesafeye rağmen ihracatın halen ithalatı karşılayamadığı göz önünde bulundurulduğunda, TR62 Bölgesi'nin mevcut talebi karşılamak adına yapacağı hamlelerle birlikte coğrafi ve lojistik avantajlarını da kullanarak önümüzdeki yıllarda sektörden çok daha fazla katma değer sağlayabilme potansiyeli bulunmaktadır. Ayrıca, gıda - içecek sektörü içinde bulunan yağ, mısır, yem, nişasta, süt ve tavukçuluk sektörlerinin birbirlerini doğrudan etkiledikleri düşünüldüğünde, bu alt sektörde yaşanacak ilerlemenin bölgedeki diğer alt sektörlerle de olumlu yönde yansıtacağı rahatlıkla öngörülebilir. Bu bakış açısından hareketle, dünya genelinde artan talep de dikkate alınarak sektörde ülke genelinde verilen dış ticaret açığının kapatılması stratejik amacına uygun olarak sektörün temel ihtiyaç ve beklentileri belirlenmeli, akabinde bu ihtiyaçların giderilmesine ve beklentilerin karşılanmasına yönelik tedbir önerileri geliştirilmelidir.

Öncelikli olarak sektörde faaliyet gösteren imalat sanayi firmalarının en temel sıkıntısı Türkiye'de üretilen soya, ayçiçeği, mısır, kolza, pamuk vb. yağlı tohumların talebi karşılayamaması ve bu ürünlerde dışa bağımlı kalınmasıdır. Türkiye'de en çok ithal edilen 20 tarım - gıda ürünü içerisinde pamuk, soya, ayçiçeği yağı, ayçiçeği çekirdeği, palm yağı, palm çekirdeği yağı, mısır ve iç yağı gibi ürünlerin bulunması bu durumu teyit eder niteliktedir.³⁴ Özellikle bitkisel ve hayvansal yağlar sektörü için çok temel ürünler olan soya ve palm yağında Türkiye neredeyse tamamen dışa bağımlı durumdadır. Hâlbuki Çukurova Bölgesi

³² Bkz. Tablo 5.7

³³ Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.

³⁴ Bkz. Tablo 4.5



yağlı tohum üretimi için Trakya Bölgesi ile birlikte Türkiye genelindeki en uygun tarımsal alanlara sahiptir. Bölge özellikle pamuk yağı ve soya yağı üretiminde ülke genelinde öne çıkmaktadır. Türkiye’de üretilen soyanın %81,3’ü bölge tarafından karşılanmaktadır. (TÜİK, 2012) Ancak, bu ürünlerin tarımsal üretiminde karşılaşılan girdi fiyatlarının yüksekliği, üretimin bölünmüş topraklarda yapılması, tarımsal sübvansiyon eksikliği, üretim planlamasının yetersizliği gibi kısıtlar dünya fiyatlarıyla rekabet etmeyi zorlaştırmakta ve ülkedeki yağlı tohum arzının düşmesine neden olmaktadır. Bunun neticesinde, yağlı tohum talebinin karşılanmasında ve bitkisel ve hayvansal katı sıvı yağ sektöründe Türkiye dışa bağımlı kalmakta ve bu sektör en çok döviz ödenen sektörlerden biri haline gelmektedir. Soya, ayçiçeği, pamuk gibi ürünlerin üretiminin artırılması için öncelikle bu ürünlerin stratejik öneme haiz olduğu kabul edilmelidir. Sanayiciler, çiftçileri bu husularda bilgilendirmeli; devlet kurum ve kuruluşlarının teşviki ile deneme ekimleri ve/veya sözleşmeli alımlar gerçekleşmelidir. Özellikle yağlı tohum üretiminde üretici de ürünü işleyecek sanayici de desteklenmelidir. GAP ürün deseninde bu ürünler öncelikli yer almalıdır. Nadas alanlarında ve alternatif ürün arayışında bu ürünlerin üretimi devreye girmelidir. Ürünlerin değerini bulması için borsalar etkin hale getirilmeli, devlet eliyle ekim öncesi fiyat/piyasa dengeleyici sözleşmeli tarım primler sağlanmalıdır. Kalitenin ve verimin artırılması için mutlaka kaliteli tohum kullanımı teşvik ve takip edilmelidir.

Sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerde Türkiye’de üretilen bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağ ürünlerinin özellikle Ortadoğu piyasasına ihracatı irdelenmiştir. Son yıllarda yağların endüstriyel kullanımının artmasıyla birlikte Ortadoğu’da toplu alımlar gerçekleşmektedir. Ancak, Suriye’de yaşanan kaotik durum bölge firmalarının Mısır, Ürdün, Suudi Arabistan gibi Ortadoğu ülkeleriyle ticaretine ciddi anlamda sekte vurmuştur. Irak bugün lojistik maliyetlerinin az olması ve ürünlerin kolay satılması açısından TR62 Bölgesi için cazip bir pazar olmasına karşın, uzun vadede Irak’a bu ölçekte ihracat sürdürülebilir görünmemektedir. Bu bağlamda, dünya genelinde talep gören bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağ sektöründe pazar çeşitlendirme faaliyetlerine gidilmelidir. Sektörde hali hazırda en çok üretim ve ihracat ayçiçeği yağındadır. Ancak, önemli miktarda protein içeren ve kalp hastalıklarından korunmada etkili olan soya yağının son yıllarda pazar payı giderek artmaktadır. (Tosun, 2003, s. 24) Sektörde soya yağı gibi talebi artan farklı ürün çeşitlerinin üretimine yönelinmelidir.



Ayrıca, bitkisel ve hayvansal yağlardan ve bu yağların atıklarından enerji üretimi, enerjinin en önemli gündem maddelerinden biri haline geldiği günümüzde popüler konuların başında gelmektedir.³⁵ TR62 Bölgesi, yağlı tohum ve bitkisel hayvansal sıvı katı yağlardan elde edilen atıkları önemli bir yenilenebilir enerji kolu olan biodizel üretiminde değerlendirmeli ve atıkların ekonomiye kazandırılmasını sağlamalıdır.

³⁵Biodizel enerji denilen bu yöntem; kolza, kanola, ayçiçek, soya, aspir gibi yağlı tohum bitkilerinden elde edilen yağlar ile bitkisel atıkların veya hayvansal atık yağların bir katalizör eşliğinde kısa zincirli bir alkol (metanol veya etanol) reaksiyonu sonucunda açığa çıkan ve yakıt olarak kullanılan üründür. (Öner, 2006, s. 42)



SÜT ÜRÜNLERİ İMALATI

Hayvansal üretimin en önemli unsurlarından olan süt üretimi günümüzde dünya genelinde büyük ölçekli çiftliklerde, profesyonel metotlarla ve teknolojinin yoğun olarak kullanılmasıyla yapılmaktadır. Ülkemizde ise hali hazırda süt üretimi ortalama 5-7 hayvandan oluşan çiftçilik anlayışıyla, profesyonel yöntemlerden uzak ve düşük teknoloji kullanımıyla gerçekleştirilmektedir. Bundan dolayı süt üretiminde önemli bir üretici konumunda olmasına rağmen, Türkiye'nin hayvan başına elde ettiği verim düşüktür. TEPAV'ın FAO ve IDF 2010 verilerini baz alarak yapmış olduğu hesaplamalara göre süt üretim miktarında Dünya genelinde 15'inci sırada yer alan Türkiye, süt verimliliğinde ise 60'ıncı sırada bulunmaktadır. (TEPAV, 2012, s. 17-18) Batıdan doğuya gidildikçe ülke içindeki verimlilik rakamları daha da düşmektedir. Bu durum süt üretiminde Türkiye genelinde yaşanan en temel problemin verimlilikle ilgili olduğunu göstermektedir.

Verimliliğin düşmesine neden olan faktörlerin başında yem arzındaki eksiklikten dolayı Türkiye'de yem fiyatlarının yüksek olması gelmektedir. 2002 yılında 1,6 olan süt – yem paritesi³⁶, 2011 yılına gelindiğinde 0,9 oranına düşmüştür. (TEPAV, 2012, s. 19) Yem sanayinde hammadde olarak kullanılan mısır, soya gibi ürünlerde dışa bağımlılığa bağlı olarak yem sanayinin yeterince gelişmemiş olması durumu, süt üreticilerini ithal yeme yönlendirmektedir. İthal yem fiyatlarının daha yüksek olması ise ya maliyetlerin artmasına ya da daha düşük kalite yem kullanılmasına yol açmaktadır. Türkiye'nin süt üretiminde verimliliği ve kaliteyi azaltan diğer bir faktör de hayvancılık yapılan işletmelerin küçük ölçekli olmasıdır. Babadan kalma yöntemlerle çalışan, modern teknoloji kullanılmayan, otomasyon sistemleri bulunmayan ve yaşanabilecek risklerden ekonomik olarak çabuk etkilenebilecek bu işletmelerde yapılan süt üretimi süt arzında dalgalanmalara, parçalı süt sorununa ve gıda güvenliğiyle alakalı risklere neden olmaktadır.

Süt üretiminde yaşanan bu sıkıntılar, süt ürünleri imalatı yapan sanayi işletmelerini doğrudan etkilemektedir. Yem fiyatlarının pahalılığı, hayvan başına süt verimliliğinin düşüklüğü, küçük ölçekte yapılan hayvancılık gibi nedenlerden ötürü süt arzında yaşanan sıkıntılar süt ürünleri imalatı sektörünün temel açmazları arasındadır. Fiyatların yükselmesine ve rekabetçiliğin azalmasına neden olan bu açmazlar sektörde gerçekleştirilen ihracat miktarlarının düşük kalmasına yol açmaktadır. Türkiye'nin dünya genelinde önemli bir hayvancılık ülkesi olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, sektörde 2013 yılında gerçekleştirilen 285 milyon \$ ihracat miktarının potansiyelin çok altında olduğu sonucuna varılabilir. Tabi ihracat miktarlarının düşük olmasında süt ürünlerinin çabuk bozulan, raf ömrü kısa ürünler olmasının da etkili olduğu unutulmamalıdır.

Türkiye genelinde olduğu gibi TR62 Bölgesi de süt ürünleri imalatı sektöründe elindeki mevcut potansiyelden yeterince yararlanamamaktadır. Bölge özellikle küçükbaş hayvandan elde edilen süt miktarında öne çıkmaktadır. Bölge küçükbaştan elde edilen süt miktarında Türkiye genelinde 6'ıncı, kıl keçisinden alınan süt miktarında ise ilk sırada yer almaktadır. Ancak, süt ürünleri işleme yapan firmaların çok azı küçükbaştan elde edilen sütü işleyebilmektedir. Kısacası, küçükbaş hayvancılıkla sanayi arasındaki entegrasyon bölgede yeterince sağlanabilmiş değildir.

TR62 Bölgesi'nde süt ürünleri imalatı sektöründe Çayçiftlik, Kültürova, Güneydoğu Süt, Yörük Süt, Güney Süt, Gözde Süt, Kılınç Süt, Ovalı Süt³⁷ vb. gibi önemli süt ürünleri firmaları faaliyet göstermesine rağmen, bölgenin sektörde gerçekleştirdiği ihracat rakamı 2013 yılında 3,8 milyon \$ seviyesinde kalmıştır.

³⁶Süt – Yem Paritesi: 1 kg süt ile alınabilecek yem miktarını(kg) göstermektedir.

³⁷Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.



Tablo 6.5: Süt Ürünleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR10 - İstanbul	136.768.964	51.956.422	20.392.795	24.101.323
2	TR31 - İzmir	46.341.309	22.861.494	13.148.982	5.487.018
3	TR22 - Balıkesir, Çanakkale	19.211.580	4.197.307	319.689	933.848
4	TR41 - Bursa, Eskişehir, Bilecik	14.836.806	13.008.566	65.635	291.785
5	TR52 - Konya, Karaman	11.145.368	5.990.984	2.213.261	2.130.315
		
12	TR62 - Adana, Mersin	3.812.435	907.365	714.786	3.519.576
	...				
	Türkiye Toplamı:	285.776.482	152.744.108	38.654.914	43.462.731

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

TR62 Bölgesi'nin süt ürünleri sektöründen daha fazla katma değer sağlayabilmesi için bölgede hayvan başına elde edilen süt verimliliğinin artırılması ve hayvancılık ile süt sanayisi arasındaki entegrasyonun güçlendirilmesi temel stratejik amaç olmalıdır. Bu stratejik amaca ulaşmak için bölgedeki sektör temsilcilerinin de görüşleri doğrultusunda sektörün mevcut yapısına, ihtiyaç ve beklentilerine uygun olarak bazı tedbir önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

İlk olarak, süt üretiminde ve süt ürünleri imalatı sektöründe en öncelikli konu gıda güvenliğinin sağlanmasıdır. Sütün çabuk bozulan bir ürün olması sebebiyle gıda güvenliği bu alt sektörde gıda imalatındaki diğer alt sektörler göre daha fazla önem arz etmektedir. Süt üretiminde ve süt ürünleri imalatı sanayinde gıda güvenliğinin sağlanması için öncelikle süt soğutma tankları vasıtasıyla soğuk süt zincirleri oluşturulmalıdır. Özellikle kırsal özelliği yoğun yörelerde ortak süt sağım üniteleri ve süt toplama merkezleri oluşturulmalıdır. Böylece çiğ sütün bulunduğu yerde soğutulması sağlanarak sıcak süt toplamanın önüne geçilmelidir. Sütün daha hijyenik şartlarda işleme tesislerine ulaştırılabilmesi adına bakteri üretimini engelleyen krom süt tankları bölgede yaygınlaştırılmalıdır. Bütün bu çalışmalar sonucunda bir süt toplama ağı oluşturulmalıdır. Hali hazırda süt üretimiyle alakalı önemli bir politika olan sokak sütüyle mücadeleye devam edilmelidir. Son olarak sütle ilgili gıda güvenliğinin sürekli kontrol altında tutulabilmesi için bölgede süt analiz laboratuvarlarının sayıları artırılmalıdır.

Bölgede süt ürünleri sektöründen daha fazla katma değer elde edilebilmesi için ikinci olarak süt üretim tesislerinin ölçeklerinin büyümesi ve üretim tesislerinin modernizasyonunun sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda, süt üretimi gerçekleşen çiftliklerdeki hayvan miktarları artırılmalı, daha büyük ölçeklerde hayvancılık yapılmalıdır. Bununla birlikte üretim süreçlerinin tamamında otomasyon sistemlerine geçilmelidir. Otomatik süt sağım teknolojileri, otomatik yem dağıtım ve gübre toplama sistemleri kullanılmalıdır. Hayvan barınakları da sıcaklık koşullarına uygun olarak revize edilmelidir.

Üçüncü olarak, süt ürünleri imalatı sektöründe bölgenin ürün çeşitlendirme faaliyetlerine yönelmesi gerekmektedir. TR62 Bölgesi küçükbaş hayvandan özellikle kıl keçisinden elde edilen süt miktarında Türkiye genelinde önemli bir üretim miktarına sahip olmasına rağmen, bölgedeki süt ürünleri imalatı firmalarının hemen hemen tamamı sadece inek sütünü işlemektedirler. Son dönemde özellikle dondurmada sıklıkla kullanılan keçi sütü, aynı zamanda peynir ve pastörize sütte de kullanılabilir. Ayrıca,



keçi sütü insan sütüne en yakın süt olması hasebiyle özellikle sağlık hassasiyeti olan kişiler ile sindirim sistemleri yeterince gelişmemiş olan çocuk ve bebekler için önemli bir alternatif haline getirilebilir. Ancak, dondurma sektörü başta olmak üzere keçi sütünü işleyip ürün haline getiren firma sayısı bölgede yok denecek kadar az olduğu için, TR62 Bölgesi küçükbaş hayvandan elde edilen süttten yeterince katma değer sağlayamamaktadır. Sadece küçükbaşta değil büyükbaş hayvancılıktan elde edilen süt ürünleri imalatında da ürün çeşitlendirmenin üzerine gidilmelidir. Her ne kadar diğer bölgelerle kıyaslandığında büyükbaştan elde edilen süt miktarında TR62 Bölgesi diğer Düzey 2 Bölgelerine göre avantajlı konumda bulunmasa da büyükbaştan elde edilen sütün küçükbaşta göre ortalama 20 kat fazla olduğu ve süt sektörünün temelde büyükbaştan elde edilen süte dayandığı unutulmamalıdır.

Ürün çeşitlendirme noktasında süt ürünleri imalatı sektörünün yapısal dezavantajları da bulunmaktadır. Başka sektörlerde olduğu gibi süt ürünleri imalatı sektöründe tek üretim bandında aynı türdeki farklı ürünlerin üretimini gerçekleştirmek mümkün değildir. Her bir farklı ürün için farklı makinelere ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin, kaşar peyniri için ayrı labne peyniri için ayrı üretim süreçleri ve makineleşme gerekmektedir. Ancak, süt ürünleri imalatı sektöründe kullanılan teknolojinin pahalı olması, sektörde ürün çeşitlendirmenin sağlanabilmesi için başlangıç maliyetlerinin yükselmesine ve yatırım riskinin artmasına neden olmaktadır. Her bir ürün çeşitlendirme faaliyeti için firmaların kaliteli süt bulacaklarının garanti olması, pazarın hazır olması, fiyat rekabetinde avantajlı olunması gibi birçok etmenin analiz edilmesi gerekmektedir. Bu bilgilerden hareketle, sektörde ürün çeşitlendirmenin sağlanması için süt teknolojilerinin ve bu alandaki modern makinelerin (işleme ve paketleme vb.) yaygınlaşması gerekmektedir. Yine ürün çeşitlendirmeye alakalı süt tozu, yoğurt ve dondurma gibi alanlarda çalışmalar yapılabilir. Özellikle süt tozu katma değeri yüksek olan bir üründür, fakat yukarıda bahsedilen temel nedenlerden dolayı TR62 Bölgesi'nde hali hazırda süt tozu işleyen herhangi bir tesis bulunmamaktadır.

2013 yılında bölgede süt ürünleri imalatı sektöründen elde edilen 3,8 milyon \$ ihracat tutarının artırılması için sektörün uluslararasılaşma seviyesinin geliştirilmesi bir diğer öncelik alanıdır. TR62 Bölgesi'nde irili ufaklı 100'e yakın firma sektörde faaliyet gösterirken, bunlardan sadece bir iki tanesi ihracat yapabilmektedir. İhracat yapan firma sayısının az olmasında hem sektörün yapısal durumu, hem de markalaşma, ölçek, teknoloji kullanım seviyesi ve fiyat dezavantajı gibi faktörlerin etkisi bulunmaktadır. Sektörün ihracat için temel kısıtlarına bakılacak olursa özellikle yoğurt ve süt gibi sektör için temel ürünlerin raf ömürlerinin kısa olması sebebiyle ihracata çok uygun olmadıkları görülmektedir. Sütte ancak raf ömrünü uzatan UHT teknolojisi kullanıldığı takdirde ihracat yapılabilir. Bölgede ise UHT teknolojisi kullanarak süt işleyen tek tesis bulunmaktadır. UHT teknolojisiyle süt işleyebilmek için tahmini en az 6-7 milyon \$ tutarında yatırım gerekmektedir. Bu başlangıç maliyetini riskli bulan firmalar ya Irak gibi ülkelerde fabrika kurup pazara ürün sunmakta ya da sadece raf ömrü daha uzun olan peynir gibi katı süt ürünlerini ihraç etmektedir. Peynir ihracatında da beyaz peynir gibi suyu akma ihtimali olan ürünler çok fazla ihraç edilememektedir. Bu bilgilerden hareketle bölgenin sektörde ihracatının artırılmasının orta vadeli bir hedef olduğu anlaşılmaktadır. Başta yem ve süt fiyatlarının azaltılması ile kaliteli ve miktar olarak fazla süte erişimin sağlanması gerekmektedir. Sonrasında hem süt üreticilerinin hem de süt ürünleri imalatı sektöründeki firmaların profesyonelleşmesi, markalaşması, maliyeti yüksek olan süt teknolojisine yatırım yapılarak ürünlerin raf ömrünün uzatılması, ürün çeşitlerinin ve üretim kapasitelerinin artırılması gibi faaliyetler gerçekleştirilmelidir. Bahsedilen faaliyetler gerçekleştirildiği takdirde sektördeki ihracat miktarları artacaktır. Bu da ancak üretim kapasitesi güçlü, modern teknoloji kullanan, ölçek olarak büyük, başlangıç maliyetlerini karşılayabilecek süt üreticilerinin ve süt ürünleri imalatı yapan firmaların bölgede artmasıyla gerçekleşebilecek bir durumdur.



Süt ürünleri imalatı sektöründe ihracatın artırılabilmesi için yeni pazarlara yönelmesi bir diğer önemli tedbirdir. Sektörde bölgenin ihracatının büyük bir kısmı Irak'a ve KKTC'ye gerçekleşmektedir. Kuveyt, Libya, Suudi Arabistan, Tunus, Sudan gibi ülkelerden de bölgede üretilen süt ürünlerine talep olmasına karşın, Türkiye'de üretilen süt ve süt ürünlerinde fiyatların yüksek olmasından dolayı buralara yeterince ihracat gerçekleşmemektedir. AB pazarı ise sütte bulunan mikrobiyal yük miktarının Türkiye'de üretilen süt ve süt ürünlerinde AB standartlarının çok üstünde olmasından dolayı kapalıdır. Gıda güvenliği konusunda çok titiz olan AB ülkelerine mikrobiyal yük miktarları azaltılmadan ürün satmak kısa vadede mümkün görünmemektedir. Bu kısıtlar düşünüldüğünde özellikle Rusya, Ukrayna, Gürcistan, Azerbaycan gibi kaşar peyniri vb. katı süt ürünlerinin tüketiminin yoğun olduğu ülkeler yeni hedef pazarlar olarak düşünülebilir. Ek olarak; süt tozu, dondurma, UHT süt gibi yeni ürünlerin üretimiyle Kuveyt, BAE, Suudi Arabistan ve Bahreyn gibi sektörde ithalatın yoğun olduğu ülkelere de ihracat gerçekleştirilebilir.

Son olarak, sektörle ilgili bir diğer önemli husus üretim süreçleri sonucunda oluşan atıklarla ilgilidir. Özellikle peynir üretimi sonucunda oluşan peynir altı suyu arıtılmadan doğaya salındığı takdirde ciddi oranda çevre kirliliğine neden olmaktadır. Bunun yerine ekonomik değeri yüksek olan peynir altı suyundan birçok farklı endüstri kolunda simbiyotik ilişki çerçevesinde girdi olarak yararlanılmalıdır. Yüksek süt şekeri içeren peynir altı suyu kristalize laktoz haline getirilerek ilaç ve şekerleme endüstrisinde kullanılabilir. Bununla birlikte kurutulmuş peynir suyu, laktoz ve lor olarak gıda endüstrisinin alt kollarında da girdi olarak değerlendirilebilir. Asıl ekonomik değer bu çıktılardan peynir altı suyu tozu üretimiyle sağlanmaktadır. (TUBİTAK) Peynir altı suyu tozu, gıdaların besin değerinin artırılmasında, içecek sektöründe, sporcu beslenmelerinde, bağışıklık sistemini güçlendiren yapısı ve şeker seviyesini düzenlemesi sayesinde ilaç sanayinde, antikanserojenik özelliğinden dolayı kanserli hastaların kemoterapi süreçlerindeki beslenmelerinde kullanılmaktadır. (www.suttozu.biz) Bütün bu faydaları gözetilerek bölgede peynir altı suyunun tekrardan üretime kazandırılması konusunda gerçekleştirilecek faaliyetlerin üzerine gidilmelidir.





ÖĞÜTÜLMÜŞ TAHIL ÜRÜNLERİ İMALATI³⁸

Un, işlenmiş hububat ve bakliyat ürünlerini kapsayan öğütülmüş tahıl ürünleri sektörü Türkiye gıda – içecek imalatı sanayi içinde en hızlı büyüyen alt sektörlerden biridir. 2003 yılında 170 milyon \$ olan Türkiye öğütülmüş tahıl ürünleri ihracatı, 2013 yılına gelindiğinde 1,2 milyar \$'ı aşarak gıda – içecek sanayi alt sektörleri arasında 3'üncü sırada yer almıştır.³⁹ 10 yıllık süre zarfında Türkiye genelinde sektörde yapılan ihracatta en büyük gelişim TRC3 Bölgesi'nde yaşanmıştır. 2003 yılında 1,6 milyon \$ ihracat yapan TRC3 Bölgesi, 2013 yılında 293 milyon \$ seviyesini aşmıştır. Türkiye'nin öğütülmüş tahıl ürünleri ihracatı Irak odaklı büyümektedir. Sektörde yapılan 1,2 milyar \$ ihracatın %45'i Irak'a gerçekleşmektedir.⁴⁰

Tablo 6.6: Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TRC3 – Mardin, Batman, Siirt, Şırnak	293.797.026	2.008.147	1.643.082	337.246
2	TR10 – İstanbul	203.506.866	35.095.966	56.269.481	48.655.019
3	TRC1 – Gaziantep, Adıyaman, Kilis	148.752.536	11.932.451	12.861.265	4.123.509
4	TR62 – Adana, Mersin	123.897.355	21.830.728	18.238.784	10.385.543
5	TR21 – Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	113.571.405	6.823.279	545.666	1.123.931

	Türkiye Toplamı:	1.247.808.786	138.125.917	170.407.346	84.930.511

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı alt sektöründe 123 milyon \$'lık ihracat geliriyle TR62 Bölgesi, Türkiye genelinde öne çıkan Düzey 2 Bölgeleri arasında 4'üncü sıradadır. Ayrıca, bölgenin gıda - içecek ihracatı içerisinde bu alt sektör %21,8'lik payıyla bütün alt sektörler arasında ilk sırada bulunmaktadır.⁴¹

TR62 Bölgesi'ndeki öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı firmalarından Adana'da bulunanlar daha çok un ve unlu mamüller imalatı alanında faaliyet gösterirken, Mersin'dekiler ise gerek firma sayıları gerekse üretim miktarları sebebiyle hububat ve bakliyat üretiminde ülke genelinde öncü konumdadır. Bakliyat ürünlerinin işlenmesine dayalı sanayinin yaklaşık %70'i Mersin'de kuruludur. Ayrıca, Türkiye bakliyat ihracatının % 80-85' i Mersin üzerinden yapılmaktadır. (Mersin Ticaret Borsası) Kısacası, bakliyat alanında Mersin'de önemli bir uzmanlaşma söz konusudur.

Sunar Özlem Un (Sunar Grup) , Altunbaşlar Un, Akhan Un, Güney Un, Yağanlar Un, Bağışlar Un vb. gibi firmalar öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı sektöründe Adana'da faaliyet gösteren işletmeler arasında göze çarpmaktadır. Mersin'de ise Tat Bakliyat, Başhan Bakliyat, Arbel Bakliyat, Yayla Bakliyat, Pınarsan Bakliyat, Narin Hububat, Sadıkoğlu Bakliyat vb. gibi hububat ve bakliyat firmaları bu alt sektörde öne çıkmaktadır.⁴² Hububat ve bakliyat sektöründe faaliyet gösteren firmaların Mersin'de yoğunlaşmasının temel sebebi, şehrin hububat ve bakliyat deposu konumunda olan İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine coğrafi olarak yakın olması, limanın varlığı ve gelişmiş lojistik ağları sayesinde ürünleri dünya pazarlarına kolaylıkla ulaştırabilme şansının bulunmasıdır. Bölgede hububat ve bakliyat sektöründe bir uzmanlaşma olmasına karşın, sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerde sektörün kendi içinde bazı temel problemlerinin de bulunduğu anlaşılmıştır.

³⁸ Bu alt sektörde bölgenin uzmanlaşması hububat ve bakliyat ürünlerinin işlenmesi kırılımlında yoğunlaştığı olduğu için, bu başlık altında bu alana yönelik nitel değerlendirmeler ve tedbir önerileri geliştirilmiştir.

³⁹ Bkz. Şekil 4.3

⁴⁰ Bkz. Tablo 4.3

⁴¹ Bkz. Şekil 5.7

⁴² Alt sektörde öne çıkan firmalar sıralanırken TOBB Sanayi Veritabanı'ndaki istihdam verilerinden yararlanılmıştır.



Öncelikle, hububat ve bakliyat imalatı sektörü tarıma doğrudan bağlıdır. Bu yüzden, ürünlerin tarımsal üretiminde yaşanan en ufak dalgalanma, imalat sanayini de aynı oranda etkilemektedir. Örneğin, 2002 yılında mercimeğin tarımsal üretiminde dünya genelinde ilk sırada yer alan Türkiye, 10 yıllık süre zarfında bu avantajını Kanada'ya kaybetmiştir. Bölgedeki firmaların birçoğu fiyat avantajından dolayı Kanada'dan mercimek almakta ve bunu işleyerek dünya pazarlarına satmaktadır. Benzer bir durum nohutta yaşanmaktadır. Dünya nohut üretiminde öncü olan Türkiye'de üretim miktarları düşmekte, Rusya, Ukrayna, Hindistan, Arjantin ve Meksika gibi ülkeler bu alandaki üretim paylarını yıllar içerisinde gitgide artırmaktadır. Bu yüzden, özellikle bakliyat sektöründeki tarımsal ürünlerin ithalatı her geçen yıl giderek yükselmektedir.

Yine bölgedeki sektör temsilcilerinin üzerinde durduğu bir diğer sorun, Türkiye'nin hububat ve bakliyat tarımında yaşadığı kaliteli tohum eksikliğidir. Kaliteli ve uygun fiyatlı yerli tohum geliştirilememesi, ülkenin bu sektördeki tarımsal ürünlerde fiyat rekabetinde geride kalmasına neden olmaktadır. Kanada ve Avustralya'nın hububat ve bakliyat sektöründe son yıllarda yaptığı atılımda kaliteli tohum geliştirmelerinin de önemli payı bulunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'de özellikle kuraklığa dayanıklı tohum üretimi geliştirilmeli, sertifikalı tohumculuk teşvik edilmelidir.

TR62 Bölgesi'nde hububat ve bakliyat sektöründe faaliyet gösteren birçok firma bulunmasına rağmen, sanayiciler arasında bir örgütlenme eksikliği yaşanmaktadır. Son dönemde AKİB çatısında yürütülen bir URGE projesine başlanmış olsa da sektörün sorunlarının ve beklentilerinin dile getirildiği ortak bir işbirliği platformuna ihtiyaç duyulmaktadır. Sektördeki sanayiciler özellikle üretim planlaması yapabilmek için bakliyat ve hububat ürünlerinin tarımsal üretim miktarlarıyla ilgili verilere ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacı gidermeye yönelik bir veri tabanı oluşturulmalıdır. Ayrıca, sektördeki tarımsal ürünlerin fiyatları günlük değişmektedir ve sanayici bunları her gün takip etmek durumundadır. Bundan dolayı, Mersin'de bir bakliyat borsası talebi sanayiciler tarafından dile getirilmektedir.

TR62 Bölgesi'nin bu alt sektörde ihracatının yoğunlaştığı ülkeler Suriye ve Irak başta olmak Lübnan, Ürdün, Filistin ve İsrail gibi Ortadoğu ülkeleri, Kenya ve Cibuti gibi Afrika ülkeleri ve Endonezya'dır.⁴³ Bölgede özellikle hububat sektöründe faaliyet gösteren firmalar modern standartlara sahiptir. Bölgedeki firmaların potansiyeli düşünüldüğünde sektörde ihracat rakamlarının çok daha fazla olabileceği öngörülmektedir. Burada temel sıkıntı, fiyat rekabetinde Türkiye'nin dezavantajlı pozisyonda olmasıdır. Bunun dışında yıllara göre hububat ve bakliyat ürünlerinin tarımsal üretiminden kaynaklanan arz eksiklikleri de imalat sanayinin bu alt sektöründe yapılan ihracatı etkilemektedir. Sektörde kalifiye eleman ihtiyacı bulunmaktadır. Üretim planlamasının çok önemli olduğu bu alt sektörde özellikle gıda ve endüstri mühendislerine ihtiyaç duyulmaktadır. İhracatı artırmak için pazar çeşitlendirme faaliyetleri de gerçekleştirilmelidir. Özellikle, et tüketiminin az olduğu ve proteini bakliyattan alan Hindistan bu alanda çok önemli bir ihracat kapısı haline getirilebilir. Afrika ülkelerinde de ciddi bakliyat ihtiyacı olmasına rağmen fiyat dezavantajından dolayı bu bölgelere yeterince ürün satılamamaktadır.

Sektörden elde edilen katma değeri artırmak için akla gelebilecek yöntemlerden biri olan ürün çeşitlendirme bu alt sektör için pek mümkün değildir. Bunun yerine, üretim verimliliği ve kalitenin yükseltilmesi gibi konuların üzerine gidilmelidir. Bakliyat sektörü giriş maliyetlerinin düşük olduğu, ileri teknoloji gerektirmeyen, detaylı işleme yapılmayan, daha çok paketlenen bir alandır. Bu durum, sektörde irili ufaklı bir çok firmanın yer almasına neden olmaktadır. Ancak; fiyata, tarımsal üretime ve üretim planlamasına çok duyarlı olan bu sektörde orta vadede fiziki ve mali ölçeği büyük olan firmaların ayakta kalabileceği öngörülmektedir. Bundan dolayı, sektördeki firmaların ayakta kalabilmeleri için ölçeklerini büyütecekleri tedbirler geliştirilmelidir.

⁴³ TÜİK'in veritabanında sektörler ve alt sektörler göre hangi ülkelere ne kadar dış ticaret gerçekleştirildiği Düzey 2 Bölgelerine göre yayınlanmamaktadır. Gıda - içecek imalatı sektörünün alt kırılımlarında TR62 Bölgesi'nin dış ticaretinin hangi ülkelere yoğunlaştığı TÜİK'ten resmi yazıyla talep edilen veriler sayesinde söylenebilmektedir.



NIŞASTA VE NIŞASTA ÜRÜNLERİNİN İMALATI

Nişasta ve nişasta ürünlerinin imalatı alt sektörü; başlangıç maliyetlerinin yüksekliği, teknoloji kullanımının yoğunluğu, ürün çeşitlendirmeye müsaitliği, firma ölçeklerinin büyüklüğü, elde edilen katma değer in fazlalığı gibi özellikleriyle gıda – içecek sektörü içinde farklılaşmaktadır. Dünya genelinde uluslararası büyük ölçekli şirketlerin domine ettiği alt sektörde faaliyet gösteren firma sayıları az olsa da yukarıda bahsedilen özelliklerinden dolayı nişasta ve nişasta ürünlerin imalatı alt sektörü gıda – içecek sektörü içerisinde stratejik bir öneme sahiptir.

2013 yılı dış ticaret verileri kapsamında bu alt sektörün Türkiye genelindeki durumu değerlendirdiğinde, Türkiye'nin 10,6 milyar \$ gıda – içecek ihracatı içinde nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı alanında yapılan 183 milyon \$ ihracatın payı %1,7 civarındadır. Her ne kadar Türkiye'nin gıda – içecek sanayisinde gerçekleştirdiği ihracatın içinde bu alt sektör öne çıkmasa da, TR62 Bölgesi'nde bu alanda önemli bir yoğunlaşmanın yaşandığı görülmektedir.

Türkiye'de bu alt sektörde faaliyet gösteren firmaların sayısı az olmakla beraber ihracat gerçekleştirenlerin sayısı daha da düşüktür. Buna rağmen, firmaların ölçekleri ise genel olarak büyüktür. İhracat yapan firmalardan Tat Nişasta, Amylum Nişasta ve Sunar Mısır (Sunar Grup) olmak üzere 3 tanesi de bölgemizde Adana'da faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu durum bölgenin alt sektörde gerçekleştirdiği ihracat rakamlarına da yansımaktadır. Türkiye genelinde alt sektörde yapılan ihracatın %29,2'si TR62 Bölgesi tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca, nişasta ve nişastalı ürünler imalatı alt sektöründe yapılan 53,7 milyon \$ ihracat, bölgenin gıda – içecek imalatı sektöründe yaptığı ihracatın %9,4'ünü oluşturmaktadır.⁴⁴ Bütün bu değerlendirmeler göz önünde bulundurulduğunda hem nişasta ve nişastalı ürünleri imalatı alt sektöründe bölgenin payının, hem de bölge gıda – içecek sektöründe alt sektörün payının önemli olduğu sonucuna varılabilir. Bu bağlamda, gerek alt sektörün bölge içinde gerekse bölgenin alt sektör içinde büyük öneme haiz olması sebebiyle nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı alt sektörünün bölgedeki mevcut durumu, ihtiyaç ve beklentileri genel hatlarıyla ortaya konulmalıdır.

Tablo 6.7: Nişasta ve Nişasta Ürünlerinin İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR10 - İstanbul	69.325.682	61.002.727	1.116.248	55.024.759
2	TR62 - Adana, Mersin	53.724.288	35.050.969	15.617.160	15.095.896
3	TR31 - İzmir	26.880.931	58.272.834	8.774.034	31.429.933
4	TRC1 - Gaziantep, Adıyaman, Kilis	9.570.153	4.144.946	71.247	6.771.516
5	TRC3 - Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	7.433.471	11.550	233.170	69.866

	Türkiye Toplamı:	183.393.679	198.013.854	27.285.845	127.747.178

KAYNAK: TÜİK, 2003 - 2013)

⁴⁴Bkz. Şekil 5.6



Öncelikle, nişasta ve nişastalı ürünler imalatı alt sektörünün yoğunlukla TR62 Bölgesi'nde konuşlanmasının temel nedeni hammaddeye ve limana rahat erişim ile ilgilidir. Sektörde hammadde olarak kullanılan mısır ve soya üretiminin önemli bir kısmının bölgeden karşılanması ve Mersin Limanı sayesinde ihracatın kolay yapılması TR62 Bölgesi'ni bu alanda öne çıkarmıştır. Bölgede faaliyet gösteren firmalar entegre ve büyük ölçekli yapılarıyla dikkat çekmektedir. Sektörde hammadde olarak kullanılan mısır ve soya glikoz üretiminde, yağ üretiminde ve küspeleri yem üretiminde kullanılabildiği için firmaların farklı alanlarda entegre faaliyetleri bulunmaktadır. Nişasta ve nişasta üretiminde bölgedeki firmalar genel olarak doğal nişasta, modifiye nişasta, glikoz ve fruktoz şurupları, sorbitol, malitol, glüten, küspe ve kristal fruktoz üretmektedirler. Bunlardan özellikle kristal fruktoz, sorbitol ve malitol bölgede üretimine yeni başlanılan ve tamamı dış pazara satılan bir üründür. Nişasta sektöründe dış taleple ilgili herhangi bir problem bulunmamaktadır. Bölgedeki firmalar Şili gibi Güney Amerika ülkelerine kadar ihracat yapabilmektedir. Dünya üzerinde dış ticareti yapılan ilk 20 tarım – gıda ürünü arasında soya, mısır, soya küspesi, ham şeker ve rafine şeker gibi sektörün girdi ve çıktılarını oluşturan ürünler bulunması, bu alt sektörün stratejik önemini ve dış ticaret talebinin yoğun olduğunu göstermektedir.⁴⁵

Nişasta ve nişastalı ürünler imalatı sektörünün bir diğer önemli özelliği ürün çeşitlendirmeye olan yatkınlığıdır. Bugün dünyada nişastanın hammadde olarak kullanıldığı 400'e yakın ürün üretilmektedir. Örneğin, son yıllarda nişastadan plastik yapma trendi dünyada yaygınlaşmaktadır. Ürün çeşitlendirmeye yatkın olması sebebiyle sektörde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri önemli yer tutmaktadır. Bu durum teknoloji seviyesinin yükselmesini, sayısı az ancak ölçeği büyük firmaların sektörde yer almasına sağlamaktadır.

Bu alt sektör girdi ve çıktılarıyla birçok farklı alt sektör ile ilişki içerisinde olmasından ötürü neredeyse gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayinin tamamını etkilemektedir. Örneğin, nişasta sektörünün atığı olan mısır ve soya küspeleri yem fabrikalarında hammadde olarak kullanılabilir. Bu nedenle nişasta ve yem sanayileri arasında simbiyotik bir ilişki kurulması beraberinde yem sanayinden doğrudan etkilenen tavukçuluk ve süt ürünleri gibi alt sektörlerin de gelişmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca, yoğun glikoz kullanımından dolayı bölgedeki meyve suyu firmalarının gelişmesi, aynı zamanda nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı sektörünün gelişmesini de tetikleyecektir. Kısacası, stratejik konumda olan nişasta sektöründe yaşanacak gelişmeler, gıda – içecek sektörünün neredeyse tamamını olumlu yönde etkileyecektir. Ancak böylesine önemli bir sektörün, bağlı alt sektörlerin ve ham madde sağladığı



sektörlerin gelişmesine ülkemizde uygulanan şeker kotası sekte vurmaktadır. Bu durum, sektörlerin kaliteli hammadde bulmasını güçleştirmekte ve nişasta bazlı ürünler üreten fabrikaların atıl kapasite ile çalışmalarına neden olmaktadır. Nitekim aynı nedenlerle AB'ye üye ülkelerde 2017 yılına kadar şeker kotası uygulamasının tümü ile kaldırılmasına karar verilmiştir.

⁴⁵ Tarım –gıda alanında dış ticareti yapılan ilk 20 ürünü görmek için; Bkz. Tablo 2.5, Tablo 2.6



BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAMIŞ GIDA MADDELERİ İMALATI

B.Y.S gıda maddeleri imalatı, isminden de anlaşılacağı üzere belirli bir sınıflandırma sisteminin içine girmemiş gıda ürünlerinin toplulaştırılarak sınıflandırıldığı bir alt sektördür. Bu alt sektörün bünyesinde kahve ve çayın işlenmesi, baharat sos sirke vb. çeşni maddelerinin imalatı, hazır ve homojenize gıda maddeleri ile diet yiyeceklerin imalatı ve b.y.s gıda ürünleri alt kırılımları bulunmaktadır.⁴⁶ Görüldüğü üzere çok farklı ürün ve ürün gruplarını barındıran bu sektörde TR62 Bölgesi 2013 yılında 67,8 milyon \$ ihracat gerçekleştirmiş olup Düzey 2 Bölgeleri arasında 3'üncü sırada yer almıştır. Bölgedeki üretim miktarları ve ülke genelinde bölgenin uzmanlaşma seviyesi göz önünde bulundurularak bu alt sektör kapsamında bal ve diğer arı ürünleri imalatı incelenmiştir.

Tablo 6.8: B.Y.S Gıda Maddeleri İmalatı Alt Sektöründe Düzey 2 Bölgelerine Göre Dış Ticaret Rakamları (\$), 2003 - 2013

Sıra	Düzey 2 Adı	İhracat 2013	İthalat 2013	İhracat 2003	İthalat 2003
1	TR10 – İstanbul	503.712.924	502.948.564	89.534.404	162.453.514
2	TRC1 – Gaziantep, Adıyaman, Kilis	82.099.794	6.138.344	5.816.909	27.692
3	TR62 – Adana, Mersin	67.819.909	3.635.243	24.512.735	2.475.271
4	TR42 – Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	51.091.536	16.655.080	5.654.720	3.464.139
5	TR90 – Trabzon, Ordu, Giresun, Rize Artvin, Gümüşhane	15.423.942	718.167	2.409.101	29.208
		
	Türkiye Toplamı:	763.699.717	600.290.214	155.273.794	189.773.904

KAYNAK: (TÜİK, 2003 - 2013)

Türkiye bal üretim miktarı ve değerinde Çin'den sonra dünya genelinde ikinci sırada yer almaktadır. FAO'nun verilerine göre Türkiye'de 2011 yılında 95.000 ton civarında bal üretilmiştir. Üretilen bu balın değeri yaklaşık 236,5 milyon \$ tutarındadır. Önemli bir bal üreticisi olmasına rağmen, Türkiye kovan başına elde edilen bal verimliliğinde Çin, Ukrayna, ABD, Rusya, Arjantin, Meksika, Brezilya, Kanada gibi diğer bal üreticisi ülkelerin arkasında kalmaktadır. (FAOSTAT, 2011) Bu durum Türkiye'nin sektördeki temel sıkıntısının verimlilik olduğunu ve bu sıkıntıdan kaynaklı olarak sektörden yeterince katma değer elde edilemediği gözler önüne sermektedir.

Türkiye içinde arıcılık ve bal üretiminin yoğunlaştığı ilk 4 şehir ise sırasıyla Ordu, Muğla, Adana ve Mersin'dir. İlçe bazlı değerlendirildiğinde ise Adana/Kozan bal üretim miktarında ülke genelinde ilk sırada yer alırken, ilk 20 ilçe arasına TR62 Bölgesi'nden Adana/Yüreğir, Adana/İmamoğlu, Mersin/Tarsus da girmektedir. Kozan tek başına Türkiye'deki 78 ilden daha fazla bal üretimi gerçekleştirmektedir. (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014, s. 126) Bal üretiminde öne çıkan illerle kıyaslanınca bölge illerinin farklı avantajları da bulunmaktadır. Öncelikle, TR62 Bölgesi kışın arıların konaklatıldığı ve kışlatılabildiği ilk bölgedir. Bu sayede yılın ilk balı buradan alınmaktadır. Bunun dışında, en çok tercih edilen bal olan çiçek balı üretiminde TR62 Bölgesi ilk sırada yer almaktadır. Ordu'da petek balı üretilirken, Muğla'da daha çok çam balı üretilmektedir. Muğla bu anlamda dünya çapında öne çıkmaktadır. Ancak dünya genelinde talebin en yoğun olduğu türün çiçek balı olduğu düşünüldüğünde TR62 Bölgesi'nin arıcılık ve bal üretiminde bir adım daha öne çıktığı anlaşılmaktadır. Çiçek balına ek olarak bölgede narenciye balı da üretilmektedir.

⁴⁶ B.Y.S Gıda Maddeleri İmalatı alt sektörünün ISIC Rev. 31. sınıflandırma sistemine göre kapsamını görmek için Bkz. <http://TUIKapp.TUIK.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?suruId=7&kod=15.49&ustKod=15.49&seviye=1&detay=E&turlid=1&turAdi=8&satirId=566719>



Arıcılık faaliyetlerinin bölgede yoğun olmasının yanında bal ve diğer arı ürünlerini işleyen ve paketlenen önemli imalat sanayi firmaları da TR62 Bölgesi'nde faaliyet göstermektedir. TR62 Bölgesi arıcılık ve bal üretiminde farklı birçok avantaja sahip olmasına rağmen, sektörden yeterince katma değer elde edememektedir. Katma değer artırılabilmesi için kovan başına elde edilen verimliliğin yükseltilmesi ve arıcılık ile bal imalatı sanayi arasındaki entegrasyonun artırılması bölge adına temel stratejik amaçlar olmalıdır.

Türkiye arıcılığının en temel sorunu dünyadaki diğer ülkelerle kıyaslandığında kovan başına elde edilen bal miktarının düşüklüğüdür. Örneğin, en büyük bal üreticisi konumunda olan Çin kovan başına 49,8 kg verim alırken, bu rakam Türkiye için ortalama 15,6 kg'dır. Her ne kadar kovan başına elde edilen 17,8 kg bal miktarıyla TR62 Bölgesi ülke ortalamasının üzerinde yer alsada dünya ortalamalarının çok altında kalmaktadır. Bu sebepten ötürü, sektörden elde edilen katma değeri artırmak için öncelikle verimliliğin yükseltilmesi gerekmektedir. Hali hazırdaki arıcılık destekleri kovan başına verildiği için çiftçi tarafından arı kolonileri bölünerek kovan sayıları çoğaltılmaktadır. Türkiye'nin sektördeki ana hedefi daha az arıyla daha verimli ve kaliteli bal üretmek olmalıdır.

Bu amaç doğrultusunda ilk olarak mevcut arı popülasyonunun ihtiyacını karşılayacak ana arı yetiştirilmelidir. Türkiye'nin 1 – 1,5 milyon arası ana arı ihtiyacı bulunurken, mevcut ana arı miktarı 300 bin civarındadır. (DPT, 2007, s. 21) Arıcılıkta verimi düşüren bir diğer etmense gen kaynaklarının yeterince korunamamasından kaynaklanan arı ırklarının melezleşmesi durumudur. Arı ırkı çeşitliliği fazla olan Türkiye'de gezici arıcılığın yapılması, arı ırklarının melezleşmesine neden olmaktadır. Melezleşme sonucunda soysuz arıların sayıları artmakta, elde edilen bal verimi düşmektedir. Bu sebeple arıların gen kaynakları iyi korunmalı, genlerinin ıslah ve seleksiyonuna yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bal üretiminde verimliliği artırmak için uygulanabilecek bir diğer strateji, nektarlı bitki ve bal ormanı ekiminin yaygınlaştırılmasıdır. Bal arılarının özellikle çiçeklenmenin az olduğu dönemlerde nektar bulmakta zorlanmalarını için arı otu ekimi ve bal ormanı kurulumlarına ağırlık verilmelidir. Kovan başına elde edilen verimin düşüklüğüne neden olan diğer bir etmen ise Türkiye'de arıcılığın sürekli bir iş kolu olarak görülmemesi ve profesyonel olarak yapılmamasıdır. Türkiye'de arıcılık birçok yörede ek iş olarak değerlendirilmekte ya da işsizlikle kısa vadeli mücadele stratejisi olarak görülmektedir. (Kekeçoğlu, Soysal, & Gürcan, 2007, s. 228) Bu durum, teknik bilgi isteyen arıcılık alanında profesyonelleşmeyi azaltmakta ve teknolojiden yararlanma düzeyini düşürmektedir. Sektördeki verimliliğin artırılması için arıcıların teknik bilgi seviyelerini yükseltmelerine ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmalarına yönelik eğitimler verilmeli, arıcılığın ek iş olarak yapılmasının önüne geçilmeli, profesyonel arıcılık teşvik edilmelidir.

Gıda güvenliği konusu bütün gıda – içecek alt sektörleri için çok hassas bir öncelik alanı olmasına rağmen, bal ve diğer arı ürünleri imalatı sektöründe çok daha fazla öne çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda sık sık karşılaşılan sahte bal haberlerinden sonra bal ürünlerinin güvenliğine karşı kamuoyunda ciddi bir kaygı ve kafa karışıklığı yaşanmaktadır. Bu kaygıları aşabilmek için sektörde gıda güvenliğine azami özen gösterilmesi gerekmektedir. Toplum nezdinde petek bal daha doğal ve daha güvenilir algısı bulunmaktadır. Ancak, petek balın analizi daha zor yapılmaktadır. Bunun yanında, petek balda güve düşmemesi için naftalin kullanma gibi insan sağlığı için tehlikeli durumlarla karşılaşmaktadır. Süzme balın ise analizi daha kolaydır. Ne var ki süzme balın doğal olmadığı, kimyasal kullanıldığı gibi bir tüketici algısı mevcuttur. Bu algıyı kırmak için bilgilendirme ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca, bal ve diğer arı ürünlerinde gıda güvenliğinin sürekli denetlenebilmesi için bal analiz laboratuvarı kurulmasına yönelik bölgedeki sektör temsilcilerinin talepleri bulunmaktadır. Yine gıda güvenliğinin artırılmasıyla ilgili olarak özellikle arı sütü, polen ve propolis gibi yan ürünlerin hijyenik koşullarda muhafazası için soğuk hava depolarının, depolama ve kurutma imkânlarının artırılması gerekmektedir.



Verim düşüklüğü ve gıda güvenliği, arıcılıkla alakalı temel ve genel geçer sorunlardır. Bunların yanında, TR62 Bölgesi'nde sektördeki çiftçilerin ve imalat sanayi kuruluşlarının örgütlenme sorunu bulunmaktadır. Sektörün işbirliği ve koordinasyon düzeyinin düşük olması, bölgenin bal üretiminde marka haline gelmesini engellemektedir. Bu noktada, sektörün örgütlenme ve işbirliği düzeyi artırılarak hem bölgenin hem de firmaların tanıtım, markalaşma ve pazarlama alanlarında gelişim kaydetmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca, koordinasyonun artırılmasına yönelik olarak bölgedeki sektör temsilcilerinin bal borsası kurulmasıyla ilgili ihtiyaç ve talepleri de bulunmaktadır.

Gerek ülkenin gerekse bölgenin bal ve diğer arı ürünleri imalatı sektöründe yaptığı ihracat, potansiyeline göre düşüktür. Bu durum, ülkemizdeki firmaların dünyadaki rakipleriyle fiyat konusunda rekabet edememelerinden kaynaklanmaktadır. Arıcılığın küçük ölçekli ve babadan kalma metotlarla yapılması, verimin az olması, markalaşma ve pazarlama faaliyetlerinin eksikliği gibi faktörler Türkiye'de üretilen balın fiyatının yüksek olmasının yapısal nedenleridir. Bunun dışında, dünya genelinde en büyük üretici konumunda olan ve dünya pazarlarına da hâkim olan Çin, içine su karıştırılmış %100 bal olmayan ürünleri daha uygun fiyatlara satabilmektedir. Bu ürünlerin ihracatı Gıda Kodex'ine uygun olduğu için de Çin gibi ülkeler bu ürünlerin dış pazarlara satışında teknik anlamda herhangi bir problemle karşılaşmamaktadır.

Fiyat konusunda ulusal ve yerel düzeyde rekabetçi olunabilmesi için öncelikle yapısal problemlerin giderilmesi gerekmektedir. Son dönemde sağlıklı yaşam ve apiterapi (arı ürünleri ile tedavi) bilincinin yükselmesiyle birlikte diğer arı ürünlerine olan talep giderek artmaktadır. Çiftçilerin ve firmaların bal fiyatına bağımlılıklarının azaltılması için arı sütü, polen, propolis, arı zehiri gibi yan ürünleri üretmeleri teşvik edilmeli, bu alanda ürün çeşitlendirme faaliyetlerine yönelmeleri desteklenmelidir. Bu sayede, bal fiyatları daha dengeli bir hale gelecek, fiyat rekabetindeki dezavantajlı durum nispeten azalacaktır. Böylece katma değeri yüksek farklı ürünler satılmasının yanında, bal fiyatlarında rekabet edilebilirliğin artmasından bal satışları da olumlu anlamda etkilenecektir.





GIDA ÜRÜNLERİ VE İÇECEK İMALATI SEKTÖREL ANALİZ RAPORU



TR 62 BÖLGESİ GIDA - İÇECEK ALT
SEKTÖRLERİ İÇİN STRATEJİK AMAÇ VE
TEDBİR ÖNERİLERİ



7. TR 62 BÖLGESİ GIDA - İÇECEK ALT SEKTÖRLERİ İÇİN STRATEJİK AMAÇ VE TEDBİR ÖNERİLERİ

TR62 Bölgesi'nin dış ticaret verilerine göre gıda ürünleri ve içecek imalatı sektöründe öne çıkan ve potansiyel taşıyan temel alt sektörler, ilgili akademik literatürden ve bölgedeki alt sektör temsilcileriyle yapılan yüz yüze görüşmelerden de yararlanılarak bir önceki bölümde derinlemesine değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme kapsamında alt sektörlerin bölgedeki genel durumu, yapısal problemleri, temel ihtiyaç ve talepleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu değerlendirmelerin sonucunda alt sektörlerin bölge ekonomisine katkılarının daha da artırılabilmesi için temel stratejik amaçlar ve bu amaçlar doğrultusunda uygulanması gereken tedbir önerileri belirlenmiştir. Stratejik amaç ve tedbir önerileri oluşturulurken gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünün bütününe yönelik bir çerçeve oluşturulmamıştır. Bunun yerine her bir sektör için ayrı ayrı stratejik amaç ve tedbir önerileri ortaya konulmuştur. Böyle bir yöntem izlenmesinin temel nedeni, her ne kadar kesişen strateji ve tedbirler olsa da her bir alt sektörün beklenti ve önceliklerinin farklı olmasıdır. TR62 Bölgesi'ndeki gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörünü analiz etmeye çalışan bu raporun temel amacı da sektörün ihtiyaç ve beklentilerini mümkün olduğunca incelemek ve buna uygun stratejik amaç ve tedbirleri sunmak olduğu için böyle bir yöntem benimsenmiştir.

Tablo 7.1'de TR62 Bölgesi'nde öne çıkan ve potansiyel arz eden 8 alt sektöre yönelik stratejik amaç ve tedbir önerileri verilmiştir. Bu 8 sektörün belirlenmesinde istihdam ve ihracat verilerinin yanında bölgedeki paydaşlarla yapılan görüşmelerin de katkısı olmuştur. Böyle bir tablo oluşturulmasındaki temel amaç ise genel durumları, gelişim trendleri, ihtiyaç ve beklentileri bir önceki bölümde incelenen alt sektörler ile ilgili stratejik amaçların ve bu amaçlara ulaşılması için atılması gereken adımların belirli bir sistematik içinde ana başlıklarıyla sunulması isteğidir.

Tablo 7.1: TR62 Bölgesi Gıda - İçecek İmalatı Alt Sektörleri İçin Stratejik Amaç ve Tedbir Önerileri⁴⁷

Alt Sektör	Stratejik Amaç	Stratejik Amaç Doğrultusunda Tedbir Önerileri
1511 – Mezbahacılık, Etin İşlenmesi Saklanması: ⁴⁸	Rekabet gücü yüksek, büyük ölçekli bir sektör oluşturulması	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması• Üretim planlamasının güçlendirilmesi• Teknoloji seviyesinin yükseltilmesi, otomasyon sistemlerinin yaygınlaştırılması, üretim alanlarının fiziki altyapılarının modernizasyonu (mezbaha, üretim tesisi modernizasyonu vb.)• Yem arzının artırılması ve damızlık tavuk yetiştiriciliğinin yaygınlaştırılması• Markalaşma faaliyetlerine ağırlık verilmesi• Ürün çeşitlendirme faaliyetlerine gidilmesi• Pazar çeşitlendirme faaliyetleri üzerine yoğunlaşılması• Sertifikasyona dayalı üretimin yaygınlaştırılması (Helaç, Koşer vb.)• Simbiyotik ilişkinin geliştirilmesi ve organik atıkların yeniden değerlendirilmesi

⁴⁷8 alt sektörün yanında, "1544 – makarna, şehriye, kuskus vb. unlu mamuller imalatı" ve "1551 – alkollü içecek imalatı" alt sektörleri de bölge ihracatına önemli katkılar sunmaktadır. Ancak, her iki sektörde de faaliyet gösteren ölçeği büyük, ancak çok az sayıda firma olduğu ve ihracatın bu firmalardan kaynaklandığı düşünüldüğü için bahsedilen alt sektörlerle yönelik değerlendirme yapılmamış, stratejik amaç ve tedbir önerisi geliştirilmemiştir.

⁴⁸Bölgede bu alt sektörde yoğunluklu olarak "kümes hayvanlarının etlerinin imalatı ve saklanması" alt sektöründe bulunan firmalar faaliyet gösterdiği için genel itibarıyla bu alana yönelik stratejik amaç ve tedbir önerileri geliştirilmemiştir.



1512 – Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi Saklanması:	Bölgenin mevcut su ürünleri potansiyeli kullanılarak sektördeki üretim ve ihracat miktarlarının artırılması	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması• Avcılık ve yetiştiricilik faaliyetlerinde koruma/kullanma dengesinin gözetilmesi.• Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için sektörde üretim planlamasının yapılması• Fiziki altyapı – üstyapı eksikliklerinin giderilmesi (barnak, üretim tesisi vb.)• Teknoloji seviyesinin yükseltilmesi, bilişim altyapısının güçlendirilmesi• Su ürünleri yetiştiriciliğinin geliştirilmesi, tatlı su balığı yetiştiriciliğine ağırlık verilmesi• Yöreye özgü balık çeşitlerinin başta olmak üzere ürün çeşitlendirme faaliyetlerine gidilmesi
1513 – Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi Saklanması:	Bölgenin bitkisel üretimdeki gücü sanayiye entegre edilerek sektördeki üretim ve ihracat miktarlarının artırılması	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması• Endüstriye uygun bitkisel ürün yetiştiriciliğinin artırılması• Tanıtım, pazarlama ve markalaşma konularına ağırlık verilmesi• Sektör temsilcileri arasında işbirliği kültürünün geliştirilmesi• Simbiyotik ilişkinin geliştirilmesi ve organik atıkların yeniden değerlendirilmesi• Ürün çeşitlendirme faaliyetlerinin artırılması• Pazar çeşitlendirme faaliyetlerine gidilmesi• Organik tarımsal ürünlerden işlenmiş sebze meyve imalatı sektöründe daha fazla yararlanılması• Bitkisel üretim, organik tarım, ekoturizm, agroturizm ve endemik bitkilere yönelik bütüncül bir yaklaşım geliştirilerek bu alanda bölgenin bir marka olduğu algısının yaratılması
1514 – Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağ İmalatı:	Dünya genelinde artan talep dikkate alınarak sektördeki üretimin artırılması ve ülke genelinde verilen dış ticaret açığının kapatılmasına katkı sunulması	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması• Sektörün diğer gıda – içecek alt sektörleriyle entegre hale getirilmesi• Pazar çeşitlendirme faaliyetlerinin artırılması• Bitkisel – hayvansal yağlardan ve atıklarından yararlanılarak enerji üretimine yönelmesi• Sözleşmeli üretimin teşvik edilmesi.Çiftçi ve sanayicinin ekim öncesi, fiyat piyasa dengeleyici ve sözleşmeli tarım primleri ile desteklenmesi
1520 – Süt Ürünleri İmalatı:	Sektörden daha fazla katma değer sağlayabilmek için hayvan başına elde edilen süt verimliliğinin artırılması ve hayvancılık ile süt sanayi arasındaki entegrasyonun güçlendirilmesi	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması için soğuk süt zincirlerinin oluşturulması• Kaliteli ve uygun fiyatlı yem açığının giderilmesi• Hayvancılığın ve süt üretiminin büyük ölçekli tesislerde yapılması• Hayvancılık ve süt üretimi yapılan tesislerin modernizasyonu• Süt teknolojilerinin ve modern makinelerin yaygınlaştırılması• Profesyonelleşme, markalaşma ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi• Süt ve süt ürünleri imalatı sanayinde bölgenin özellikle öne çıktığı küçükbaş hayvancılıktan elde edilen ürünlerde çeşitlendirme faaliyetlerine gidilmesi• İhracat düzeyinin artırılması• Simbiyotik ilişkinin geliştirilmesi ve endüstriyel atıkların yeniden değerlendirilmesi



1531 – Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı:	Rekabet gücü yüksek, büyük ölçekli bir sektör oluşturulması	<ul style="list-style-type: none">• Hububat ve bakliyat ürünlerinin tarımsal üretiminin belirli bir üretim planlaması dâhilinde gerçekleştirilmesi• Kaliteli ve yerli tohum yetiştirilmesi• Sektördeki örgütlenme seviyesinin yükseltilmesi• Pazar çeşitlendirme faaliyetlerinin artırılması• Üretimde verimliliğin ve kalitenin artırılması
1532 – Nişasta ve Nişasta Ürünlerinin İmalatı:	Bölgenin ülke genelinde uzmanlaştığı, teknoloji kullanım düzeyi yüksek olan sektörün üretim kapasitesinin ve diğer sektörlerle bağlantısının artırılması	<ul style="list-style-type: none">• Ürün çeşitlendirme faaliyetlerinin artırılarak devam edilmesi• Ar – ge ve inovasyon faaliyetlerinin artırılarak devam edilmesi• Simbiyotik ilişkinin geliştirilmesi ve endüstriyel atıkların yeniden değerlendirilmesi• AB örneğinde olduğu gibi şeker üretimine uygulanan kotanın kaldırılması, özellikle şekeri ikame etmeyen glikozun kota kapsamında çıkarılması
1549 – B.Y.S Gıda Maddeleri İmalatı:⁴⁹	Sektörden daha fazla katma değer sağlayabilmek için kovan başına elde edilen bal verimliliğinin artırılması ve arıcılık ile bal imalatı sanayi arasındaki entegrasyonun güçlendirilmesi	<ul style="list-style-type: none">• Gıda güvenliğinin sağlanması• Arıcılıkta profesyonelleşmenin artırılması ve üretim ölçeklerinin büyütülmesi• Firmaların markalaşma düzeyinin yükseltilmesi• Sektördeki çiftçiler ve firmalar arasındaki örgütlenme düzeyinin artırılması• Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi• Bal üretimi dışında yan ürünlere yönelerek ürün çeşitlendirme faaliyetlerinin yaygınlaştırılması (arı sürü, polen vb.)• İhracat düzeyinin artırılması

⁴⁹ Bölgede bu alt sektörde yoğunluklu olarak "bal ve diğer arı ürünlerinin imalatı" alt sektöründe bulunan firmalar faaliyet gösterdiği için bu alt sektör altında ilgili alana yönelik stratejik amaç ve tedbir önerileri geliştirilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü insan hayatı için en önemli ihtiyaç olan beslenmenin karşılanmasını sağlayan temel sanayi koludur. Giderek artan dünya nüfusu, kuraklık, doğal kaynakların tahribi, küresel ısınma, çevre sorunları gibi faktörlerle birlikte önümüzdeki yıllarda gıda ihtiyacının daha da artacağı, bu ihtiyacı karşılamanın ise zorlaşacağı öngörülmektedir. Bu noktada, gıda – içecek sektörünün ilerleyen dönemde daha da stratejik bir hale geleceği aşikârdır. 2000’li yıllara kadar gelişmiş ülkelerin hâkimiyetinde yürüyen sektör, bu tarihten itibaren gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. 2000 yılında gıda – içecek sektöründen elde edilen katma değer %25,5’i gelişmekte olan ülkelere karşılanırken, bu rakam 2011 yılında %40,4’e yükselmiştir. Üretim ve dış ticaret verilerinde de gelişmekte olan ülkelerin daha hızlı bir büyüme trendi mevcuttur. Bu ülkelerdeki yüksek nüfus rakamları emek yoğun yapıya dayanan sektör için hem önemli bir pazar hem de uygun personel maliyetleri anlamına gelmektedir. Önümüzdeki dönemde sektörün gelişmiş ülkelere doğru yöneliminin daha da artacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye ise 2011 yılı itibariyle dünya genelinde ilk 20 gıda – içecek üreticisi ülke arasına girmekte, gelişmekte olan ülkeler arasındaysa 6’ncı sırada yer almaktadır. Türkiye’nin özellikle son 10 yılda sektördeki ihracatı önemli oranda artış göstermiştir. 2003 yılında 2,6 milyar \$ olan Türkiye’nin gıda – içecek ihracatı, 2013 yılında 10,6 milyar \$’a yükselmiştir. Önümüzdeki dönemde özellikle Ortadoğu’da istikrarın yakalanması halinde Türkiye’nin sektördeki ihracat rakamlarının daha da artacağı öngörülmektedir.

Dünya’daki üretim ve katma değer payları her ne kadar gelişmekte olan ülkelere doğru kaysa da AB ülkelerinin üretim ve dış ticaret rakamları da artış göstermektedir. Avrupa Birliği, dünya gıda – içecek sektöründeki üretim ve ihracat miktarlarında halen ilk sırada yer almaktadır. AB’nin ithalatının yoğunlaştığı bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar ile balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması alt sektörlerinde Türkiye’nin üretim ve ihracat miktarları giderek artmakta ve bu alanlarda ülke önemli bir potansiyel taşımaktadır. Türkiye’nin bu alt sektörlerdeki üretim gücü ile AB ülkelerindeki talep birbiriyle örtüşürülebilirse ülkenin gıda – içecek sektöründe yaptığı ihracatta önemli bir sıçrama yaşanma potansiyeli bulunmaktadır.

Gıda – içecek sektörü Türkiye’deki imalat sanayi sektörleri arasında firma sayısına göre ilk, sağladığı istihdam miktarına göreyse 3’ncü sırada yer almaktadır. Bu durum, sektördeki firmaların diğer imalat sanayi kollarına göre daha küçük ölçekli olduğunu göstermektedir. Firma sayısı ve istihdam miktarlarının yanı sıra üretim değeri, ciro ve katma değer rakamlarında da gıda – içecek sektörü Türkiye’deki imalat sanayi sektörleri arasında ilk sırada yer almaktadır. İhracatta ise 6’ncı sırada bulunmaktadır. Özetle gıda – içecek sektörü Türkiye’ye hem istihdam hem de ekonomik değer yaratma anlamında çok önemli katkılar sunmaktadır.

Gıda – içecek sektörü yapısal olarak emek yoğun ve düşük teknoloji bir sektör olarak bilinmektedir. Sektörün teknoloji seviyesinin yükseltilmesine yönelik adımların atılması gerekmektedir. Ancak, 2013 yılında Türkiye’de toplamda yapılan 7 milyar TL, imalat sanayisinde ise 3,6 milyar TL Ar – Ge harcamasının yalnızca 123 milyon TL’si gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörüne yönelik gerçekleşmiştir. Yani, gıda – içecek sektöründe gerçekleştirilen Ar – Ge harcamalarının Türkiye imalat sanayinde gerçekleştirilen Ar – Ge harcamaları içindeki payı %3,4’ken, Türkiye’deki tüm Ar – Ge harcamaları içerisindeki payı sadece %1,7’dir.

Sektörün stratejik konumu ve önümüzdeki yıllarda daha da önemli bir yere geleceği göz önünde bulundurulduğunda, yapılan Ar – Ge harcamalarının hızla yükseltilmesi gerektiği açıktır.

TR62 Bölgesi'nin ekonomisi önemli ölçüde tarıma ve tarımdan doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen gıda ürünleri ve içecek imalatı, tekstil ürünleri imalatı, b.y.s makine ve ekipman ürünleri imalatı gibi imalat sanayi alt kollarına dayanmaktadır. Bunlar arasında gıda – içecek sektörü imalat sanayi içerisinde firma sayılarında %22,8 ve istihdam miktarlarında %16,7'lik payıyla ilk sırada bulunmaktadır. Türkiye ile benzer şekilde bölgedeki firma ölçekleri de diğer imalat sanayi kollarıyla kıyaslandığında küçüktür. Sektör, istihdam rakamları temel alınarak yapılan “Üç Yıldız Analizine” göre bölge imalat sanayi içindeki en rekabetçi 4 sektörden biridir.

2013 yılında TR62 Bölgesi ihracatına %16,7'lik payıyla en fazla katkıyı sunan imalat sanayi sektörü gıda ürünleri ve içecek imalatıdır. Ayrıca, ihracat rakamları temel alınarak yapılan “Balassa Endeksine” göre gıda ürünleri ve içecek imalatı sektörü bölge imalat sanayisinde yapılan ihracatın hem yoğun olduğu, hem de geliştiği tek sektördür. Özellikle son 10 senede 131 milyon \$'dan 567 milyon \$'a yükselen sektördeki ihracat değeri bölge dış ticaretinin de önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Sektör ihracatına en çok katkıyı öğütülmüş tahıl ürünleri, et ve et ürünlerin işlenmesi ve saklanması, bitkisel ve hayvansal sıvı katı yağlar b.y.s gıda maddeleri, makarna, şehriye, kuskus vb. unlu mamuller ve nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı alt sektörleri sağlamaktadır. Bölge üretimine, istihdamına ve ihracatına bu kadar önemli katkılar sunan gıda – içecek sektörünün aynı zamanda yapısal problemleri, ihtiyaç ve beklentileri de bulunmaktadır. Sektörden elde edilen katma değeri artırmak için problem, ihtiyaç ve beklentiler iyi analiz edilmeli; bunlara uygun stratejik amaç ve tedbirler geliştirilmelidir.

Öncelikle, sektör için en hassas konu gıda güvenliğidir. Sektörde üretilen ürünlerin özellikle bazılarının raf ömrünün kısa olması, çabuk bozulabilmesine ve insan sağlığına zararlı hale gelebilmesine neden olmaktadır. Özellikle kümes hayvanlarının etlerinin işlenmesi ve saklanması, balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması, sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması, süt ürünleri imalatı ve bal ve diğer arı ürünleri imalatı alt sektörlerinde gıda güvenliği konusu daha da hassas bir hal almaktadır. Sektörde öncelikli olarak gıda güvenliği konusuna sıfır toleransla yaklaşılarak bu konuya azami hassasiyet gösterilmelidir.

Sektörün hem bölgede hem de ülke genelinde teknoloji kullanım düzeyi düşüktür. Bu durum sektörde yapılan Ar – Ge harcamalarına da yansımaktadır. Sektörden daha fazla katma değer sağlanabilmesi için teknoloji düzeyinin yükseltilmesi ve üretim alanlarının modernize edilmesi gerekmektedir. Teknoloji kullanımıyla birlikte sektörün yapısal problemlerinden biri de firma ölçeklerinin küçük olmasıdır. Orta vadede sektördeki firmaların ölçeklerinin büyümesi gerekmektedir.

Gıda – içecek imalatı sektörü temelde tarıma doğrudan bağlı bir imalat sanayi koludur. Bu nedenle tarımsal üretimin belirli bir üretim planlaması dâhilinde yapılması, sektördeki fiyatların optimum seviyede seyretmesine neden olacaktır. Bu sebeple, özellikle bazı alt sektörleri önemli oranda etkileyen yem, damızlık hayvan ve yağlı tohum gibi ürünlerin arz açıklarının kapatılmasına yönelik çalışmalar hızlandırılmalıdır.

Gıda – içecek imalatındaki birçok alt sektör ileri – geri bağlantılarıyla birbirlerini önemli oranda etkileme potansiyeline sahiptir. Bu yüzden gıda – içecek sektöründen bölgenin elde ettiği ekonomik değerin daha da artırılabilmesi için alt sektörlerin birbirleriyle daha entegre hale gelmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca, birbirlerine girdi oluşturan sektörler arasında simbiyotik ilişkiler geliştirilmeli, endüstriyel ve organik atıkların endüstride tekrardan hammadde olarak kullanılabilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Bölgedeki gıda – içecek firmaları arasında örgütlenme, işbirliği ve koordinasyon konularında ciddi eksiklikler yaşanmaktadır. Son yıllarda, özellikle Mersin’de bazı sektörlerde kümelenme çalışmaları ve URGE projeleriyle işbirliği ve koordinasyon faaliyetleri yoğunlaşmaya başlasa da bölgenin geneli için bu konuda önemli bir ihtiyaç bulunmaktadır. Sektörde bölgenin daha güçlü hale gelebilmesi için birlikte iş yapma kültürünün geliştirilmesine, işbirliği ve koordinasyonun artırılmasına yönelik faaliyetler gerçekleştirilmelidir.

Bölgedeki firmaların pazarlama, markalaşma ve profesyonelleşme gibi konularda da problemleri bulunmaktadır. Dünya sathında üretimde sınırların kalktığı bir dönemde, ürün satışında belirleyici olan pazarlama, markalaşma ve profesyonelleşme gibi bileşenlerdir. Bölgedeki firmaların sektörde önemli aktörler olabilmeleri için önümüzdeki dönemde işbirliği ve koordinasyon içerisinde bu konulara daha da ağırlık vermeleri gerekmektedir.

Yine sektörden elde edilen katma değerin artırılmasına yönelik olarak karlılığı yüksek, arz açığı fazla, niş ürünlere yönelmek gerekmektedir. Bu kapsamda; özellikle etin işlenmesi saklanması, balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması, sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması, süt ürünleri imalatı, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı ve bal ile diğer arı ürünlerinin imalatı alt sektörlerinde ürün çeşitlendirme çalışmaları yaygınlaştırılmalıdır.

Bölgenin gıda – içecek ihracatında bazı alt sektörler öne çıkmasa da önemli potansiyel taşımaktadır. Bölgenin tarımsal üretiminde görece avantaja sahip olduğu balıkçılık, hayvancılık, yaş meyve – sebze ve arıcılık gibi sektörlerin imalat sanayiyle entegrasyonları yeterince sağlanamadığı için bu alanlarda ürünlerin işlenerek dış pazarlara ihraç düzeyleri potansiyelin çok altındadır. Tarım – sanayi entegrasyonun sağlanması ve bu sektörlerdeki yapısal sorunların çözülmesiyle birlikte çok ciddi ihracat gelirleri elde etmek mümkündür. Bu bakış açısından hareketle; balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve saklanması, sebze ve meyvelerin işlenmesi ve saklanması, süt ürünleri imalatı ve bal ile diğer arı ürünlerinin imalatı sektörlerinin uluslararasılaşma düzeyleri artırılmalıdır.

TR62 Bölgesi’nin 2013 yılında gıda – içecek sektöründe yaptığı 567 milyon \$ ihracatın 221 milyon \$’ı yani %39’u Irak’a, 74 milyon \$’ı yani %13’ü Suriye’ye gerçekleşmiştir. Kısacası bu iki ülke, bölgenin gıda – içecek ihracatının yarısını karşılamaktadır. Özellikle; öğütülmüş tahıl ürünleri, kümes hayvanlarının etlerinin işlenmesi ve saklanması, bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağlar gibi bölgenin sektördeki ihracatının belkemiği olan alt sektörlerde Irak’a ve Suriye’ye önemli oranda bağımlılık söz konusudur. Ortadoğu coğrafyasındaki kaotik durum, siyasi ve ekonomik dengelerin çabuk değişmesi gibi durumlar göz önünde bulundurulduğunda tek pazara bu denli bağımlı olmak sürdürülebilir görünmemektedir. Bu bağlamda, TR62 Bölgesi’nin pazar çeşitlendirme faaliyetlerine ağırlık vermesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Çukurova Kalkınma Ajansı. (2014). 2014-2023 Bölge Planı. Stratejik Amaç 2: Bölge İçi Gelişmişlik Farklarını Azaltmak.

DPT. (2007). 9.Kalkınma Planı Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

EUROSTAT. (tarih yok). Annual Detailed Enterprise Statistics For Industry Database. sbs_na_ind_r2 adresinden alındı

FAO. (2012). The State of World Fisheries and Aquaculture.

FAO. (2013). State of World Aquaculture. <http://www.fao.org/fishery/topic/13540/en> adresinden alındı

FAOSTAT. (2011). Honey Production and Beehives Stocks.

FAOSTAT. (tarih yok). Trade. <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx> adresinden alındı

FOOD DRINK EUROPE. (2013 - 2014). Data&Trends of the European Food and Drink Industry.

İstanbul Sanayi Odası. (2013). Türkiye'nin İlk ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu.

Kekeçoğlu, M., Soysal, M. İ., & Gürcan, E. K. (2007). Türkiye Arı Yetiştiriciliğinin Bal Üretimi Bakımından Durumu. Tekirdağ: Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi.

Mersin Ticaret Borsası. (tarih yok). Mersin Bakliyat Piyasasının Merkezi. 04 24, 2014 tarihinde <http://www.mersintb.org.tr/tr/press/articles/article.php?ArticleId=42> adresinden alındı

SGK. (2013). İstatistik Yıllıkları 2013.

T.C Mersin Valiliği İl Tarım Müdürlüğü. (2011). Mersin Tarım Master Planı. 2011: Maestro Danışmanlık A.Ş.

T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bak. Balıkçılık ve Su Ürünleri Gen. Müd. (2013). Su Ürünleri İstatistikleri.

TCMB. (2010 - 2014). İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranları.

TEPAV. (2012). Konya'da Tarımsal Sanayide Yapısal Özelliklerin Analizi ve Rekabet Stratejilerinin Belirlenmesi.

Tosun, M. (2003). Bitkisel Sıvı Yağlar Sektör Araştırması. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.

TUBİTAK. (tarih yok). Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi. 04 07, 2014 tarihinde Peyniraltı Suyu Nasıl Değerlendirilir?:

http://www.biltek.tubitak.gov.tr/merak_ettikleriniz/index.php?kategori_id=22&SORU_ID=3643 adresinden alındı

TUIK. (2010 - 2013). Araştırma - Geliştirme Faaliyetleri Araştırmaları.

TÜİK. (2003 - 2013). Dış Ticaret İstatistikleri.

TÜİK. (2012 - 2013). Dış Ticaret İstatistikler.

TÜİK. (2012). Bitkisel Üretim Değerleri, Bitkisel Üretim Dış Ticaret Verileri.

TÜİK. (2012). Bitkisel Üretim İstatistikleri.

TÜİK. (2012). Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

TÜİK. (2013). Dış Ticaret Verileri.

TÜİK. (tarih yok). Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması , NACE Rev.2. TÜİK; Sınıflama Sunucusu:

<http://tuikapp.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?surumId=191&seviye=1&detay=H&turl=1&turAdi=%201.%20Faaliyet%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1> adresinden alındı

TÜİK. (tarih yok). Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması, ISIC Rev.3.1 (ISIC Rev.3.1). TÜİK, Sınıflama Sunucusu:

<http://tuikapp.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSurumDetayAction.do?surumId=7&turl=1> adresinden alındı

TÜİK; Su Ürünleri İstatistikleri. (2011).

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. (2013). TR72 Bölgesi Gıda Sektörüne Yönelik İmalat Sanayi Raporu. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.

UNIDO. (2013). International Yearbook of Industrial Statistics, 2013.

UNIDO. (2013). World Manufacturing Production; Statistics for Quarter III, 2013.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs. (2013). World Population Prospects: 2012 revision. United Nations.

www.suttozu.biz. (tarih yok). Peynir Altı Suyu Tozu (PAST) Nedir? Nerelerde Kullanılır?:

<http://www.suttozu.biz/peynir-alti-su%D1%83u-tozu-past-nedir-nerelerde-kullanilir.html> adresinden alındı

EKLER

EK 1 – GÖRÜŞME YAPILAN KURUM, KURULUŞ, FİRMA LİSTESİ:

Rapor çalışmaları sürecinde özellikle bölgede öne çıkan alt sektörlerin analizi için zaman ayırıp bilgi ve deneyimlerini bizlerle paylaşan aşağıdaki kamu kurum ve kuruluşu, üniversite, sivil toplum örgütü ve özel sektör temsilcilerine teşekkür ederiz.^{50 51}

- **ADANA GIDA MÜHENDİSLERİ ODASI**

Şehmus ALPASLAN – GIDA MÜHENDİSİ, ŞUBE BAŞKANI

- **ADANA İL GIDA, TARIM, HAYVANCILIK MÜDÜRLÜĞÜ**

Hamit AYGÜL – İL MÜDÜRÜ

Birsen ERGÜN – KOORDİNASYON VE TARIMSAL VERİLER ŞUBE MÜDÜRÜ

- **AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ**

Ali Can YAMANYILMAZ – SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER İHR. BİRLİĞİ BAŞKANI

Ümit SARI – GENEL SEKRETER YARDIMCISI

H. Okan ŞENEL – UZMAN

- **BAL TANITIM DERNEĞİ(BALDER)**

Hasan ÖZKAN – BAŞKAN

- **BEYZA PİLİÇ**

Recep ÇALIŞKAN – YÖNETİM KURULU ÜYESİ

- **ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ GIDA MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ**

Prof. Dr. Turgut CABAROĞLU – BÖLÜM BAŞKANI

Prof. Dr. Zerrin ERGİNKAYA - AKADEMİSYEN

Prof. Dr. Nuray GÜZELER – AKADEMİSYEN

- **DOĞANAY GIDA A.Ş.**

Remzi DOĞANAY – YÖNETİM KURULU BAŞKANI

- **KIRMIZIDAM GIDA ORGANİK TARIM VE TURİZM LTD. ŞTİ.**

Sertaç KIRMIZIDAM – PAZARLAMA YÖNETİCİSİ

- **MERSİN SANAYİ VE TİCARET ODASI**

Hakan Sefa ÇAKIR – YÖNETİM KURULU ÜYESİ

- **MERSİN TARIM – GIDA PLATFORMU**

Mustafa ASPARUK – BAŞKAN

- **ÖZLER TARIM ÜRÜNLERİ ÜRETİM PAZ. SAN. VE TİC. A.Ş**

Ali KİLİTÇİOĞLU – GENEL MÜDÜR

Mehtap İNCESÖZ – İHRACAT SORUMLUSU

- **SANPEY GIDA – ANADOLU ARI ÇİFTLİĞİ**

Hasan ÖZKAN – GENEL MÜDÜR

- **SA-SU SU VE TARIM ÜRÜNLERİ LTD. ŞTİ.**

Ali Can YAMANYILMAZ – YÖNETİM KURULU BAŞKANI

⁵⁰ Teşekkür listesi kurumların alfabetik sırasına göre oluşturulmuştur.

⁵¹ Belirtilen kurum ve kişilerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Ancak, bölgenin sektörde faaliyet gösteren firma sayısı çok fazladır. Takdir edileceği üzere her firmayla yüz yüze görüşmeler yapmak zaman açısından mümkün olmayacağı için sektörde temsil kabiliyeti ve istihdam rakamları yüksek olan firmalar arasından bir örneklem grup seçilerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmeler kapsamında öne çıkan her bir alt sektörden en az 1 firmayla görüşülmeye dikkat edilmiştir.

- **SUNAR GRUP**

Uğur ÖZTÜRK – GENEL MÜDÜR YARDIMCISI
Burak ANDI – KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ

- **TARGİD A.Ş.**

Mustafa ASPARUK – YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

- **TAT BAKLIYAT SAN. VE TİC. A.Ş**

Tuba MEMİŞ – GENEL MÜDÜR

- **TEZKİM TARIMSAL KİMYA SAN. TİC. A.Ş. (TAT NIŞASTA)**

Ali TEZCAN – CEO

- **YÖRÜK SÜT ÜRÜNLERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.**

Cihan UÇAR – FABRİKA MÜDÜRÜ

EK 2 – ÜÇ YILDIZ ANALİZİ:

Analiz kapsamında sektörlere her ölçüt için bir yıldız atanmakta ve 3 yıldız alan sektörler rekabetçi olarak nitelendirilmektedir.

$$\text{Büyüklik} = \frac{e_i}{E_i}$$

$$\text{Başatlık} = \frac{e_i}{e_t}$$

$$\text{Uzmanlaşma} = \left(\frac{e_i}{e_t}\right) / \left(\frac{E_i}{E_t}\right)$$

- e_i : Analiz edilen alt bölgenin i sektöründeki istihdamı
 e_t : Analiz edilen alt bölgenin toplam istihdamı
 E_i : Referans alınan üst bölgenin i sektöründeki istihdamı
 E_t : Referans alınan üst bölgenin toplam istihdamı

EK 3 – BALASSA ENDEKSİ

Bir sektörün belli bir bölgedeki yığınlaşmasını ulusal referansla ölçmek için Yoğunlaşma Katsayısı - Location Quotients kullanılmaktadır. Aynı bölgenin o sektörün ihracatındaki uzmanlaşma katsayısını belirlemek içinse Yoğunlaşma Katsayısı endeksinin ihracat verileri kullanılarak yapılmış hali olan Balassa endeksi kullanılmaktadır.

$$LQ_s^i = \frac{\frac{e_s^i}{e_s^t}}{\frac{e_n^i}{e_n^t}}$$

e_s^i = Bölgede i sektöründe gerçekleştirilen ihracat

e_s^t = Bölgede tüm sektörlerde gerçekleştirilen toplam ihracat

e_n^i = Ülkede i sektöründe gerçekleştirilen ihracat

e_n^t = Ülkede tüm sektörlerde gerçekleştirilen toplam ihracat

$LQ_s^i < 1$ ise ilgili sektörde bölge uzmanlaşmamıştır.

$LQ_s^i > 1$ ise ilgili sektörde bölge uzmanlaşmıştır.



Çukurova Kalkınma Ajansı

Çınarlı Mah. Atatürk Cd. Sabancı İş Mrk.
No:1/7 Seyhan 01160 Adana/TÜRKİYE
T:+90 322 363 00 40 -F.+90 322 363 00 41
www.cka.org.tr / info@cka.org.tr

Üç Ocak Mah. Turgut Özal Blv.
Mersin Ticaret Kompleksi
(Liman D Kapısı Yanı)
Kat:2 3/21 Akdeniz/MERSİN
T.+90 324 237 80 86 - F.+90 324 237 86 26