

Derleme/Review

Türkiye’de Domates Salça Sanayi ve İç Piyasada Fiyat Değişimleri

Gülşen KESKİN

TKB Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Ankara
e-posta: gulsenkeskin@gmail.com; Tel: +90 (312) 287 5833 / 1327

Özet: Türkiye’de domates salçası üretimi son yıllara kadar ihracat odaklı bir yapıya sahipken, dünya piyasalarındaki artan rekabet koşulları ve yurtiçi kullanımın artması ile iç piyasanın önemi daha da artmıştır. Bu çalışmada domates salça sanayi hammaddeden ihracata kadar genel yapısı itibariyle anlatılmakta ve 1994 - 2009 yılları arasında üretim, ihracat ve yurtiçi tüketici fiyatlarındaki gelişmeler incelenmektedir. Domates salçası fiyatlarının 2003 yılından itibaren uzun yıllar ortalamasına göre azalma eğiliminde olduğu ve domates eşdeğeri olarak domates ve salça fiyatları karşılaştırıldığında ise salça fiyatlarının yaklaşık %45 daha düşük olduğu ortaya çıkmaktadır.

Anahtar kelimeler: Domates salçası, Tüketici fiyatları, Salça sanayi.

Tomato Paste Industry in Turkey and Price Changes in Domestic Market

Abstract: While tomato paste production in Turkey was focused on exports until recent years, the importance of domestic markets was increased with competitive world market conditions and increasing domestic consumption. In this study, tomato paste industry was examined regarding to their structure from raw materials to the exports in terms of production, export and domestic prices in 1994-2009 period. It was observed that tomato paste prices have tend to decline from 2003 according to long term averages and when it was compared the prices of tomato and tomato paste as tomato equivalent, tomato paste prices was cheaper approximately 45%.

Key words: Tomato paste, Consumer prices, Tomato paste industry.

Giriş

Türkiye’de ortalama 40 milyon ton yaş meyve sebze üretilmekte ve domates üretimi tek başına yaş meyve sebze üretiminin yaklaşık ¼’ünü oluşturmaktadır. Türkiye domates üretiminde Dünya’da 3., ihracatta miktar olarak 6. ve değer olarak 10. sırada yer alan önemli ülkelerin başında gelmektedir (FAO 2009, TÜİK 2008). Gıda sanayi üretiminde de domates salçası üretim kapasitesi bakımından Dünya’da 4. ve salça ihracatında 7. sırada yer almaktadır (FAO 2009; Sarısaçlı 2009).

Domates üretimi Türkiye’nin tümünde mümkün olmakla birlikte, sanayi tipi domates üretimi daha çok Marmara ve Ege Bölgelerinde özellikle de Bursa, Manisa ve İzmir illerinde yoğunlaşmıştır. Türkiye’de üretilen domatesin yaklaşık %20-30’u gıda sanayinde işlenmekte, kalan miktar taze tüketime gitmektedir. İşlenen toplam miktarın %80’i salça, %15’i konserve domates üretimi için kalan kısım ise ketçap, domates suyu vb. domates ürünlerinin imalatı için kullanılmaktadır (Sarısaçlı 2009).

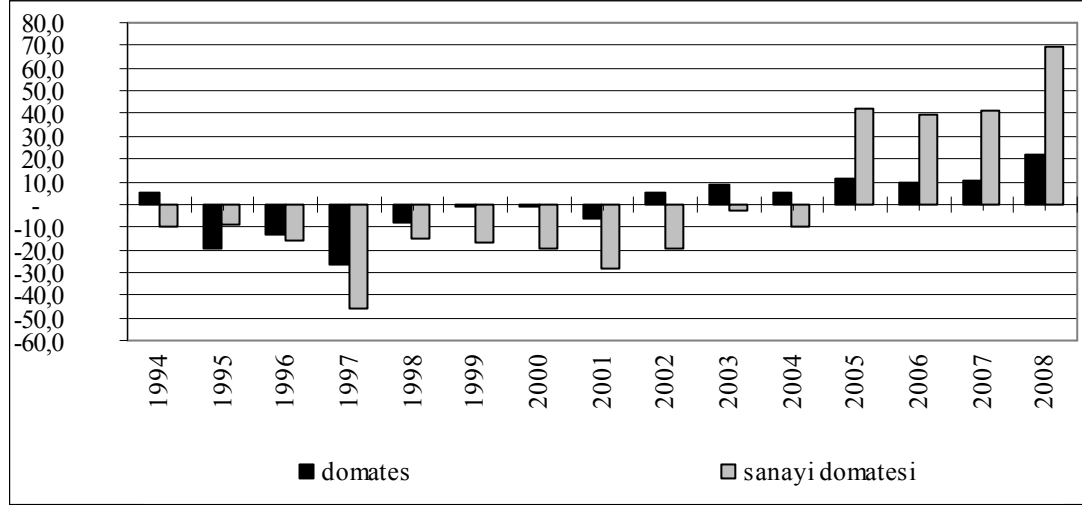
Hazır gıda tüketimindeki artış, kadınların iş hayatında aktif rol almaları, hızlı kentleşme ve ürün çeşitliliği ile salçanın ara mamul olarak kullanımı gibi nedenlerle sanayi ürünlerine talep giderek artmaktadır. Türkiye’de yapılan çeşitli çalışmalar sanayi salçası tüketiminin yıllara göre değişmekle birlikte 1,5-2 kg/kişi arasında olduğunu göstermektedir (Keskin ve ark. 2005; Gül ve ark. 2004; SİİD 2008) Bununla birlikte maliyetlerin düşük olduğu Çin ve AB’ye üyeliğin avantajını kullanan İtalya nedeniyle rekabet koşulları ağırlaşan sektörde iç piyasanın gelecek yıllarda daha fazla önem kazanması beklenmektedir (SİİD 2008). Zira geçmiş yıllarda salça sanayi üretiminin %55-60’ı ihraç edilirken bu durum tersine dönmüş ve iç pazarın önemi artmıştır. Türkekul ve Abay (2000) tarafından yapılan çalışmada da domates salçasında dünya piyasalarında rekabetin giderek artacağı ve Portekiz, İtalya ve Yunanistan’ın daha fazla uluslar arası rekabet gücüne sahip olduğu belirtilmiştir.

Bu çalışmanın amacı gıda sanayinin önemli bir alt sektörü olan salça sanayinin genel yapısını ve son yıllarda iç piyasada gittikçe artan talep nedeniyle tüketici fiyatlarının değişimini incelemektir.

Türkiye Domates Üretimi ve Salça Sanayi

Türkiye’de 2001 Tarım Sayımı verilerine göre 282 bin işletmede domates üretimi yapılmaktadır. Bu işletmelerin %28’i Ege Bölgesinde, %14’ü Akdeniz Bölgesinde ve %7’si Marmara Bölgesinde bulunmaktadır. Her bölgede domates üretimi yapılmakla birlikte sanayinin yoğunlaştığı Ege ve Marmara Bölgeleri salçalık domates üretiminde önemli bölgelerdir.

Domates üretim miktarlarında 1994-2008 yılları arasındaki uzun yıllar ortalamasından (9,013,085 ton) sapmalara bakıldığında 2005 yılından itibaren domates üretiminin önemli artış gösterdiği görülmektedir. Bu artış hem sofralık hem de sanayi tipi domates üretiminden kaynaklanmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Uzun Yıllar Ortalamasına Göre Türkiye’de Domates Üretimindeki Değişim (%) (TUIK verileri kullanılarak hazırlanmıştır).

TUIK tarafından yapılan bitkisel üretim istatistiklerinde sofralık ve sanayi domatesi ayrımı 2005 yılından itibaren yapılmaya başlanmıştır. Bu tarihe kadar toplam domates üretiminin yaklaşık 1.5-2 milyon tonunun (%15-%20) sanayide kullanıldığı kabul ediliyordu (DPT 2007a). İstatistiklerdeki bu ayırmadan itibaren Türkiye’nin sanayi domatesi üretimi 3 milyon ton civarında gerçekleşmiş ve 2008 yılında 3.5 milyon ton ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır (Çizelge 1).

Çizelge 1. Domates Salçası Üretim ve Kapasite Kullanımı (bin ton)

	1995	2000	2008
Domates üretimi	7,250	8,890	10,985
Sanayi domatesi üretimi	1,920	1,700	3,566
Salça için kullanılan domates miktarı	1,320	1,560	2,280
- Sanayi domatesi içindeki payı (%)	68.8	91.8	63.9
- Toplam üretimdeki payı (%)	18.2	17.5	20.8
Salça üretimi	220	260	380*
Salça üretim kapasitesi	420	683	756**
- Kapasite kullanım oranı (%)	52	38	50

* tahmin

** TKB Gıda Sanayi Envanteri 2004 yılı verisi

Kaynak: TUIK, TKB, DPT, IGEME, SİİD verilerinden hazırlanmıştır.

Salçalık domates üretiminin yoğunlaştığı Bursa, Manisa, İzmir, Balıkesir ve Çanakkale illerindeki üretim ise 2008 yılında sanayi domatesi üretiminin %82’sini oluşturmaktadır. Aynı illerde sofralık üretimin payı %1 ile %6 arasında değişmekte ve Türkiye’nin sofralık üretiminin %18’i bu illerden sağlanmaktadır (Çizelge 2).

Çizelge 2. Salçalık Domates Üreten Önemli İllerin Üretimdeki Payları (2008)

	Sanayi Üretimi (ton)	%	Sofralık Üretim (ton)	%
Bursa	860,105	24	204,466	3
Manisa	759,772	21	194,325	3
İzmir	714,938	20	446,392	6
Balıkesir	366,785	10	56,531	1
Çanakkale	210,472	6	335,434	5
İller Toplamı	2,912,072	82	1,237,148	18
Türkiye Toplamı	3,565,541	100	7,419,814	100

Kaynak: TUIK 2008.

Sanayi domatesi alımlarının yaklaşık %80'i ise sözleşmeli üretim ile yapılmaktadır. Türkiye'de domates özel sektör tarafından kurulan fabrika ve işletmelerde sanayi üretimine dönüşmektedir. Günümüzde yaklaşık 100 işletme ve tesiste konserve sanayinin diğer ürünlerinin yanı sıra ağırlıklı olarak domates salçası üretilmektedir. Salça üreten firmaların %63'ü sanayi domatesi üretiminin %80'inden fazlasını yapan İzmir, Bursa, Balıkesir, Manisa ve Çanakkale illerinde bulunmaktadır (Çizelge 3).

Çizelge 3. Salça Üreten Firmaların İllere Dağılımı

İller	Sayı	Oran (%)
İzmir	20	20
Bursa	14	14
Balıkesir	13	13
Manisa	9	9
Çanakkale	7	7
Mersin	4	4
Tokat	4	4
Konya	4	4
Gaziantep	4	4
Hatay	4	4
10 İlin Toplamı	83	84
Toplam	99	100

Kaynak: TOBB 2009.

Domates salçası üretiminin 2004 yılında yaklaşık %75'i 11 firma, 2005 yılında ise %67'si 13 firma tarafından üretilmiştir. Sanayi işletmeleri genel olarak ileri ülkeler düzeyinde ve modern tesislerden oluşmaktadır. Ancak, imalathane düzeyinde üretim yapan işletmeler de mevcuttur (Keskin ve ark. 2009). Türkiye yaklaşık 700 bin ton mevcut üretim kapasitesi ile İtalya'dan sonra Avrupa'da ikinci sırada, Dünya'da ise ABD ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin ardından dördüncü sırada bulunmaktadır (Kıymaz 2003, Sarısaçlı 2009).

Türkiye'nin domates salçası üretiminde 1995-2008 yılları arasında kurulu kapasite ve üretim bakımından önemli miktarlarda artış kaydedilmesine karşın kapasite kullanım oranının halen %50'ler düzeyinde bulunması sektördeki önemli yapısal sorunlardan birisidir (Çizelge 1). AB'de hasat edilen ürünün yaklaşık %60'ı sanayide kullanılmaktadır. Türkiye'de üretilen domatesin sanayide kullanılma oranı ise yaklaşık %50 kapasite kullanma oranı ile AB'nin 1/3'i kadardır (Keskin ve ark. 2009). Türkiye'de gıda sanayinde kapasite kullanımının genel olarak düşük olması, mevsimsel dalgalanmalara bağlı oluşan atıl kapasiteler, ihracat politikaları, bazı alt sektörlerde üretimdeki istikrarsızlık ve uygun hammadde teminindeki güçlüklerden kaynaklanmaktadır. Salça sanayinde buna ilave olarak kurulu kapasitenin

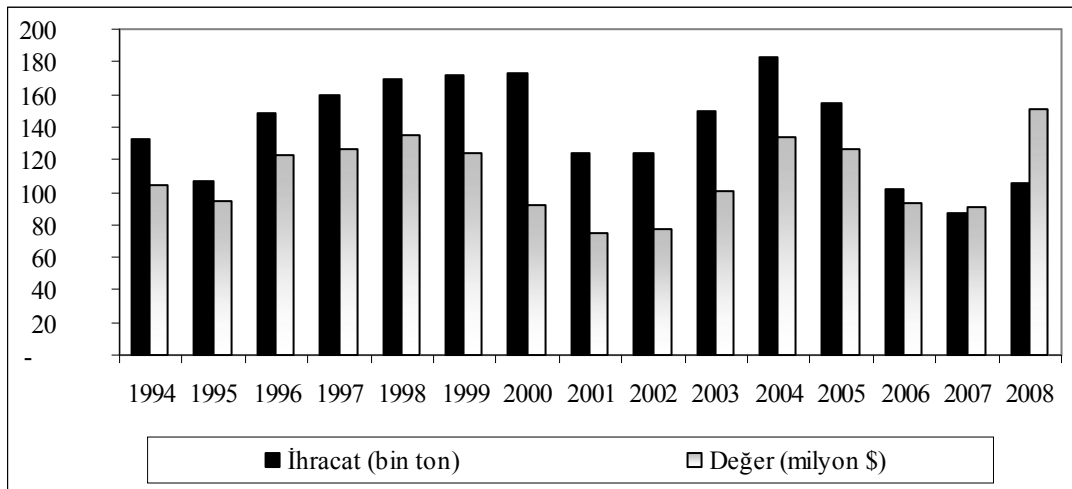
ihracata yönelik beklentiler ile yüksek olması ve hammadde üretimine bağlı olarak belli bir dönem üretimde bulunulması etkili olmaktadır (DPT 2007; Keskin ve ark. 2005).

AB'de hazır gıda ve ketçap gibi sos kullanımı yaygınken Türkiye'de taze ürün tüketimi ve ev yapımı ürünler beslenme alışkanlığında önemlidir. Bununla birlikte salça sanayi özellikle son yıllara kadar ihracata yönelik üretim yapan bir sektör iken özellikle kadınların çalışma hayatında aktif olmaları, hızlı kentleşme ve sanayi ürünü gıdaların fiyatlarının uygunluğu iç pazarda da hareketlilik sağlamıştır. Bunda özellikle salça sektörüne karşı gıda güvenliği açısından şimdiye kadar önemli bir sorun yaşanmamış olması ve modern üretim teknikleri ile üretim de önemli olmuştur. Ayrıca salça piyasasında ürün çeşitliliği ve organik ürünler de tüketici açısından bir cazibe yaratmaktadır.

Dünya salça üretiminin önemli bir kısmı ABD ve Çin başta olmak üzere İspanya, İtalya, Türkiye, Şili, Portekiz, Yunanistan ve Brezilya'da yapılmaktadır. ABD 1990 öncesine kadar önemli bir ithalatçı ülke iken üretimin artmasıyla birlikte salça ihracatına başlamıştır. Çin ise ucuz işgücü ve maliyet avantajlarıyla dünya piyasalarına büyük miktarlarda ürün sürmekte ve dünya domates salçası stoklarının artmasına neden olmaktadır (Keskin ve ark. 2005).

Türkiye'de salça piyasasıyla ilgili kapsamlı ve doğru verilere ulaşmak güç olmakla birlikte sanayide kullanılan domates miktarı baz alınarak pazarın büyüklüğü iç pazarda 150,000 ton/yıl, dış pazarda 100,000 ton/yıl olarak ifade edilmektedir (SİİD 2008). Üretimin yarısına yakını dış pazarlara satılan salçanın 1994 - 2008 yılları arasındaki en düşük ihracat miktarı 87 bin ton ile kuraklığın yaşandığı 2007 yılında olmuştur. Aynı yıllar arasında ortalama ihracat miktarı 139 bin ton ve ihracatın üretime oranı %55 olmuştur. 2001 - 2002 ve 2006 -2007 yıllarında ihracat miktarları önceki yıllara göre önemli miktarlarda azalmıştır. Dünya domates üretiminde 2008 yılındaki azalma ve salça talebinin artması domates üretimi artan Türkiye'nin döviz kurundaki düşüğe rağmen ihracat değerinin artmasına neden olmuştur (Şekil 2). Ayrıca, domates fiyatlarının 2007 yılında kuraklığın etkisi ile artması 2008 yılı salça fiyatlarına yansımış ve salça ihracatında birim fiyatlar 1,000 \$/ton'u geçmiştir. Çin'in 2007 yılında ihracatı ise 643 \$/ton olarak gerçekleşmiştir (FAO 2009). Türkiye'nin ihraç fiyatlarının yüksek olması rekabeti zorlarken, Çin'de son yıllarda salça fiyatlarının artması, AB'de desteklerin azaltılması ve Türkiye'de üretilen salçanın kalitesinin yüksek olması da gelecek yıllarda talebi olumlu etkileyebilecektir.

Dünya piyasalarında rekabette verimlilik ve maliyetin düşük olması önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de tarımda yaşanan yapısal birçok sorun maliyetlerin ve ürün fiyatlarının dünya piyasalarından yüksek olmasına neden olmaktadır. Buna bağlı olarak gıda sanayinde de hammadde fiyatları maliyette önemli bir unsurdur.



Şekil 2. Türkiye'nin Domates Salçası İhracat Miktarı ve Değeri (İGEME verilerinden hazırlanmıştır).

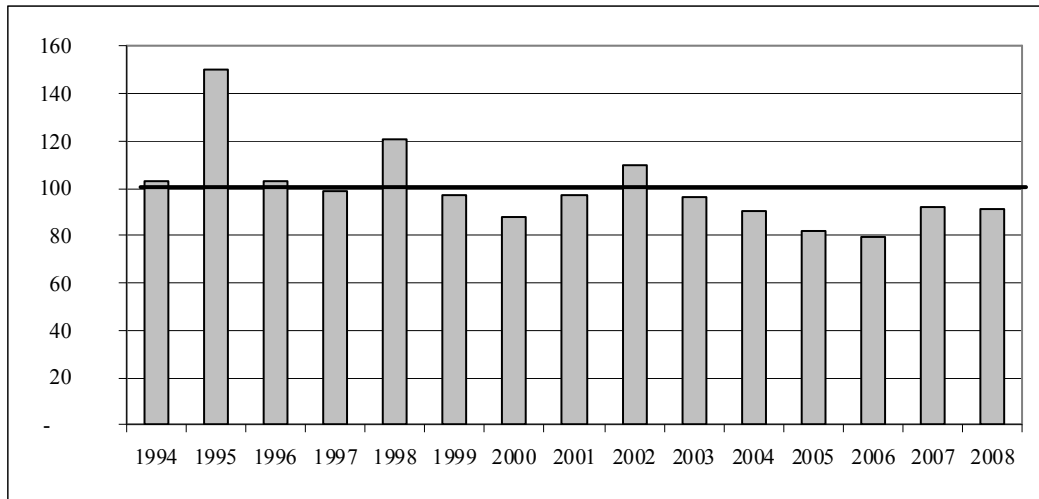
Domates salça maliyetinde aseptik ambalajda 2009 yılı verilerine göre maliyetin %63.9'unu hammadde, %8.1'ini işçilik ve %6.4'ünü varil oluşturmakta, 1 kg teneke ambalajda salça maliyetinde ise domates

%48.8, teneke kutu %21.8 ve işçilik %12.1 pay almaktadır. Diğer önemli maliyet unsurlarını ise doğalgaz (%4.8 - %6.3), elektrik (%1.7 - %2.3) ve yükleme – gümrük - nakliye (%3.9 - %4.2) oluşturmaktadır.

Sektördeki diğer önemli sorunlar ise kapasite kullanım oranının düşüklüğü, hammadde temini nedeniyle işleme süresinin kısalığı, işleme döneminde uygun miktar ve kalitede ürün temininde yaşanan sıkıntılar, AB ülkelerine göre domates veriminin düşük olması, küçük parçalı arazi yapısı ve işletme ölçeğinin küçük olması, Çin'in düşük maliyetli ürünlerle piyasaya girerek dünya ticaretinde etkin olmasıdır (Keskin ve ark. 2009). AB ile ticaret açısından ise topluluk tercihi dışında kalınması ve salça için %14,4 vergi ödenmesi önemli bir dezavantaj olarak görülmektedir (Sarısacılı 2009, DPT 2007).

Salça Fiyatlarındaki Değişim

Domates salçası tüketici fiyatları 1994 baz yılı TÜFE ile sabit fiyatlara çevrilmiş ve 1994-2008 yılları arasındaki uzun yıllar ortalamasına göre yıllık değişimler hesaplanmıştır. Buna göre domates salçası tüketici fiyatlarının bir önceki yıla göre değişimine bakıldığında sabit fiyatlarda genel olarak bir azalma olduğu görülmektedir (Şekil 3, Çizelge 4). Fiyatlar sadece 1995, 1998 ve 2002 yıllarında ortalama değerinde artış göstermiştir. Salça piyasa yılının Eylül ayında başlaması ve stok imkanı nedeniyle sezon üretimi bir sonraki yılın fiyatlarını daha fazla etkilemektedir. Bu nedenle domates üretiminin düşüş gösterdiği 1994, 1997 ve 2001 yıllarını takip eden yıllarda tüketici fiyatları yüksek seyretmiştir. Tüketici fiyatlarını etkileyen faktörlerin başında iklim değişiklikleri nedeniyle domates üretim miktarında meydana gelen değişimler, talep ve krizlerin etkili olduğunu söylemek mümkündür.



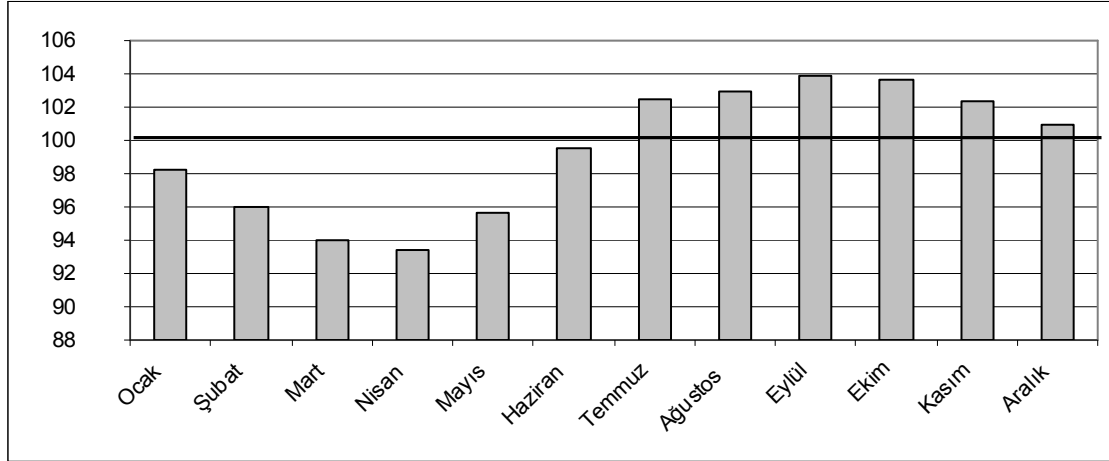
Şekil 3. Sabit Fiyatlarla Salça Tüketici Fiyatlarındaki Değişim (%) (TUIK verileri kullanılarak hazırlanmıştır).

Çizelge 4. Salça Tüketici Fiyatlarında Önceki Yıla Göre Değişim (%)

Yıllar	Minimum Fiyat	Maximum Fiyat	Ortalama Fiyat
1994	-	-	-
1995	52.9	37.6	44.9
1996	- 34.9	- 24.3	- 31.4
1997	- 10.2	10.1	- 3.8
1998	43.3	- 11.8	22.2
1999	- 20.7	- 18.9	- 19.5
2000	- 6.5	- 4.9	- 9.6
2001	14.9	5.8	10.8
2002	8.4	15.8	12.5
2003	- 8.5	- 17.3	- 12.3
2004	- 4.6	- 7.1	- 5.8
2005	- 10.4	- 8.5	- 9.3
2006	- 3.7	4.1	- 2.7
2007	16.9	10.6	15.5
2008	- 5.1	- 0.9	- 1.1

Kaynak : TUIK verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

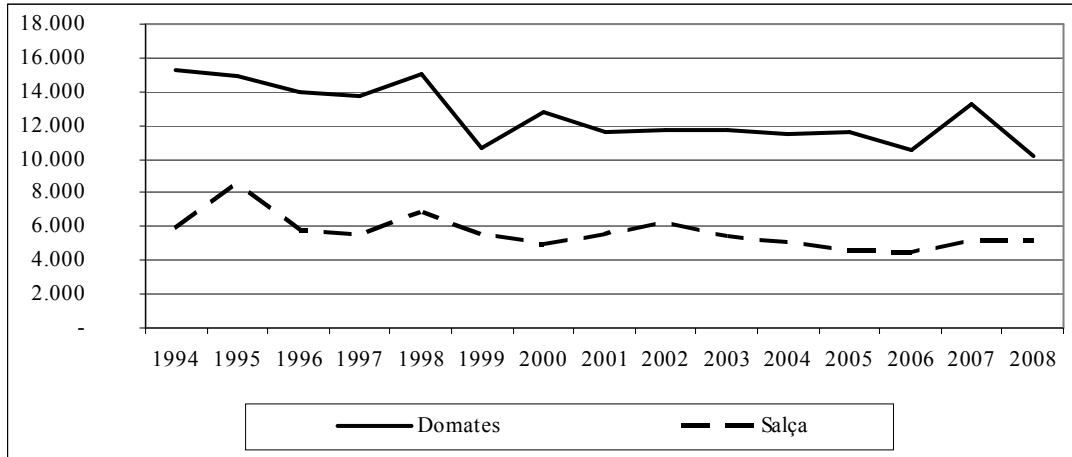
Salça tüketici fiyatlarının uzun yıllar ortalamasına göre aylık değişimlerine bakıldığında ise domates üretiminin başladığı Haziran ayından itibaren fiyatların artmaya başladığı görülmektedir. Salça fiyatlarının en düşük olduğu aylar Nisan ve Mart ayları, en yüksek olduğu aylar ise Eylül ve Ekim aylarıdır (Şekil 4). Piyasa yılının başlangıcı olan Eylül ayında yeni üretimin piyasaya girmesi ile fiyatlar bu aydan itibaren düşmeye başlamaktadır.



Şekil 4. Sabit Fiyatlarla Salça Tüketici Fiyatlarındaki Aylık Değişim (1994-2009, %)(TUIK verileri kullanılarak hazırlanmıştır).

Taze domates tüketici fiyatlarında ise uzun dönemde şubat ayındaki fiyatlar ortalama yıllık fiyatların yaklaşık %50'si kadar yüksektir (Weitzel ve ark. 2008). Domates fiyatları genel olarak salça fiyatlarının yüksek olduğu aylarda düşük, düşük olduğu aylarda ise yüksektir. Kasım ve Aralık aylarında ise üretim sezonunun sonu olması nedeniyle domates fiyatları da salçada olduğu gibi yıllık ortalama fiyatların üzerindedir (Weitzel ve ark. 2008).

İşlenmiş ürünler katma değer yaratmalarının yanı sıra sezondaki üretim tamamlandıktan sonra ürünün muhafaza süresini uzatarak sezon dışında tüketim imkanı sağlaması bakımından da önemlidir. Domates salçasında 28/30 brix için yaklaşık 6 kg domatesten 1 kg salça üretilmekte olup, domates eşdeğeri kullanıldığında domates (salçalık) fiyatının salçadan yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 5).



Şekil 5. Domates Eşdeğeri Sabit Fiyatlar (TÜFE 1994=100)(TUIK verileri kullanılarak hazırlanmıştır).

Ev yapımı ve sanayi salça üretiminin yıllara göre değişkenlik göstermesi salça piyasasını direkt etkilemektedir. Bununla birlikte fiyatın uygun olması nedeniyle sanayi tipi salça talebi artmaktadır. Adana ilinde domates salçası tüketim yapısı ile ilgili Gül ve ark. (2004) tarafından yapılan bir çalışmada ailelerin %53.6'sının tükettiği domates salçasının tamamını satın aldığını ve %37.7'sinin de tamamını evde kendi hazırladığı belirlenmiştir. Aynı çalışmada satın alınan domates salçasının daha ucuz olmasının satın almayı tercih etmede etkili bir faktör olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte daha hijyenik ve sağlıklı olduğu düşüncesi, yapım için zamanın kısıtlı olması, uygun çevresel imkana sahip olunmaması ve satın alınan salçanın damak zevkine daha uygun olmasının fiyat uygunluğundan daha önemli olduğu belirtilmiştir.

Yurtiçi pazarlarda salça fiyatının tüketici açısından fiyat avantajına sahip olduğu Şekil 5'den görülmektedir. Buna karşın özellikle hammaddenin maliyet içinde yüksek bir pay alması ve rekabetçi ülkelerde salça maliyetinin düşük olması yurt dışı pazarlarda rekabeti zorlaştırmaktadır. Bu nedenle salça sanayi için daralan dış pazarların yerini almaya başlayan yurtiçi pazarda fiyat avantajı önemli bir unsurdur. Zira fiyatların tüketici açısından uygun düzeyde olmaması ev yapımı ürünlerin yapımı ve tüketimi eğilimini artıracak veya tüketilen miktarlarda azalma olacaktır. Bu verilere göre gelecekte salça piyasasının şekillenmesinde yurt dışı pazarlar kadar yurtiçinde tüketici fiyatları da belirleyici olacaktır.

Genel Değerlendirme

Türkiye domates ve salça üretiminde Dünya'da önemli üretici ülkelerin başında gelmesine karşın artan rekabet koşullarında ticaret giderek zorlaşmaktadır. Domatesin sanayide işlenen oranının düşüklüğü ve %50 kapasite kullanım oranıyla mevcut potansiyelin de yeterince kullanılmadığı görülmektedir. İç piyasada ise tüketici davranışlarındaki değişimlerle birlikte iç satışların önemi gittikçe artış göstermektedir.

Türkiye'de üretimin yarısına yakını dış pazarlara satılan salçanın 1994 - 2008 yılları arasındaki ortalama ihracat miktarı 139 bin ton ve ihracatın üretime oranı %55 olmuştur. Aynı dönemler itibarıyla ihracatta 2004 yılından sonra miktar olarak bir azalma meydana gelmiştir.

Domates salça fiyatları ise iç piyasada 2003 yılından itibaren uzun yıllar ortalamasına göre azalma eğiliminde ve domates eşdeğeri olarak salça fiyatları yaklaşık %45 daha düşüktür.

Salça tüketici fiyatları uzun yıllar ortalamasına göre açıkta domates üretiminin başladığı Haziran ayından itibaren artmaya başlamaktadır. Bu dönem aynı zamanda salça üretim sezonunun başlangıcına rastlamaktadır. Salça fiyatlarının en düşük olduğu aylar Nisan ve Mart ayları, en yüksek olduğu aylar ise Eylül ve Ekim aylarıdır.

Türkiye'nin hızlı nüfus artışı ve beslenme alışkanlığı dikkate alındığında talebin gelecek yıllarda artmaya devam edeceği, ancak dış pazarların da ihmal edilmemesi gereği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle artan rekabet koşullarına uyum sağlamak ve maliyetleri azaltıcı tedbirler almak önemlidir.

Kaynaklar

- DPT (2007) Gıda Sanayi, IX Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No: ÖİK 673, Ankara.
- DPT (2007a.) Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporu, IX Kalkınma Planı, Yayın No: ÖİK 666, Ankara.
- FAO (2009) www.fao.org (erişim 08.10.2009).
- Gül A, Özel R, Işık H, (2004) Adana İlinde Domates Salçası Tüketim Yapısı, C.Ü.Z.F Dergisi, 19 (3), s. 53-62.
- Keskin G, Çakaryıldırım N, Dölekoğlu C, (2005) Domates ve Domates Salçası Durum ve Tahmin : 2005/2006, TEAE Yayın No: 140, Ankara.
- Keskin G, Özudođru T, Nazlı C, S.van Berkum. (2009) Sectoral Analysis: Dairy, Tomato, Cereal, Poultry (Editors İlky Dellal and Siemen van Berkum), TEAE Publication number: 171, s.59-91.
- Kıymaz T, (2003) Gıda Sanayi Raporu, TMMOB Sanayi Kongresi 2003 "Küreselleşme ve AB Süreçlerinin Ülke Sanayi ve Mühendislerine Etkileri, Ankara.
- Sarısaçlı İE, (2009) Salça. www.igeme.gov.tr (erişim 20.07.2009).
- SİİD (2008) Salça Sektörü, www.siid.org.tr (erişim 15.07.2009).
- TKB (2004) Koruma Kontrol Genel Müdürlüğü Gıda Sanayi Envanteri.
- TOBB (2009) www.tobb.org.tr (17.07.2009).
- TUIK (2006) Tarım Sayımı 2001.
- TUIK (2008) www.tuik.gov.tr (erişim 20.07.2009).
- Türkekul B, Abay C, (2000) Tarım Ürünlerinin Uluslar arası Rekabetinin Ölçülmesi Domates Salçası Örneđi, IV. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 6-8 Eylül 2000 Tekirdađ.
- Weitzel EB, Keskin G, Brosig S, (2008) Der Türkische Tomatensektor Regionale Gesichtspunkte und Räumliche Marktintegration, IAMO Discussion Paper No: 120, ISSN 1438-2172, Halle/Germany.