

Türk Gıda Sanayi'nin Gelişimi

Öğr.Gör. Dr. Ece Nüket ÖNDOĞAN

Ege Üniversitesi, Ege Meslek Yüksekokulu, Meyve Sebze İşleme Programı, İzmir

ÖZET

Türkiye 1970'li yılların sonunda büyük bir ekonomik kriz yaşadıkdan sonra 1980'li yıllarda dış ticarete yönelmiştir. 1990'lı yıllarda, globalleşme ile birlikte dış ticaret artmıştır. Hızlı nüfus artışı ve tarım alanlarının giderek azalması Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de gıda sanayinin önemini ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışmada; yıllara göre (1998–2002) Türkiye'nin ve Türkiye'de Gıda sanayinin üretimi, ihracatı ve ithalatı incelenmektedir. Türk gıda sektörü açısından; ithalat ve ihracat tutarlarının dengelenmesi, ürün niteliğinin artırılması ve dış pazar paylarının genişletilmesi amacıyla rekabet güçlerinin artırılmasına yönelik öneriler getirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gıda ihracatı, gıda ithalatı, gıda üretimi, gıda sektörü, globalleşme

Development of Turkish Food Industry

ABSTRACT

After experiencing a serious economical crisis at the end of 70s, Turkey has tended to foreign trade in 80s. During the globalization in 90s, foreign trade has increased. Rapid growth in population and reduced agricultural fields has signified the importance of food sector in Turkey same as in the case of World.

In this study, while the annual shares of Turkey's Food Industry in the total production, export and import figures has been examined comparative to the export and import volumes to and from the EU countries. Some suggestions on increasing competitiveness for the purpose of balancing the export and import rates, product quality augmentation, and out market share expansion.

Keywords : Food processing, food import, food export, food industry, globalization

Giriş

20nci yüzyılın sonlarına doğru, gelişen ekonomi ve ilerleyen teknoloji ile birlikte Dünya'da hızlı bir değişim meydana gelmiş, bunun sonucunda da, toplumların yaşam tarzı, üretim, tüketim ve pazarlama anlayışları etkilenmiştir. Dünya ülkeleri, global boyutta siyasi ve ekonomik olaylara sahne olurken, siyasi ve ekonomik bloklar, yerlerini ekonomik temele dayanan, bölgesel ve global birleşmelere bırakmıştır. Bütün ülkeler gibi, Türkiye'de de ekonomi ve sanayide değişimler olmuş, dış ticaret ekonomik politikalarda etken olmaya başlamıştır (ESİAD, 1999). Gelişmekte olan ülkeler giderek "korumacı-kapalı ekonomi politikası" anlayışını terk edip "dışa açık-rekabetçi ekonomi" politikalarına yönelirken, gelişmiş ülkeler ticari üstünlüklerini koruyabilmek için rekabet güçlerini artırmaya yönelik üretim, pazarlama, ürün geliştirme konularında yeni politikalara yönelmişlerdir (Kutlu, 1998).

Bu çalışmada Türk gıda sanayinin globalleşme süreci içerisinde 1998–2002 yılları arasındaki gelişimi incelenmiştir. Türkiye'nin genel dış ticareti ile gıda dış ticareti ele alınmış, Türk gıda sanayii 8 alt sektörde incelenerek 1998–

2002 yılları arasındaki üretim değişimleri miktar bazında irdelenmiştir. Eldeki verilere göre sanayii için öneriler getirilmiştir.

I. Dünya'da Değişim Süreci

Günümüzde Dünya'da sosyal, ekonomik, politik ve kültürel olmak üzere her alanda meydana gelen değişim; gelişmiş, gelişmekte ve az gelişmiş ülkeleri hızla etkisi altına alarak, Dünya'da yeni bir düzenin oluşmasına neden olmuştur. Gelişen teknoloji ve uluslar arası ilişkiler sonucu artık hiçbir ekonomi kendi kendine yetmez hale gelmiş, en gelişmiş ülkelerde bile dışa bağımlılık ortaya çıkmıştır. Ülkeler artık, dışa yönelik ekonomi politikası izlemekte, uluslar arası rekabette öne geçebilmek için ürün, emek ve sermaye konularında ekonomik işbirlikleri ve bölgesel birleşmelere ağırlık vermektedir (Özkıvrak ve Ark., 2003).

Dünya'daki teknolojik ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak, tüketim istek ve eğilimi artmıştır. Kişilerin artan tüketim eğilimi ile üreticilerin daha fazla ürün satma, daha fazla kâr elde etme hedeflerinin birbirini beslemesi sonucu, ekonomik gelişme süreci daha da hızlanmıştır (Kotler, 2000). Milletlerin kültürel ve geleneksel değerleri arasında geçişler yaşanmaya başlanmış, bir ülkenin geleneksel tatları diğer ülke halkları tarafından da benimsenip başka ülkelerin geleneksel tadı arasına girmeye başlamıştır. Bunun en belirgin örneklerinden birisi de fast-food tarzı beslenme düzenidir.

Günümüzde gelişmekte olan ülkeler giderek zorlanmaktadır, çünkü değişim sürecinde Dünya ülkeleri gelişme politikalarını anında izlenmekte ve sürekli müdahale etmektedir. Bu müdahaleden en az etkilenmek için gelişme sürecinde eskiye oranla daha kısa zamanda daha çok yol almak zorundadırlar (WTOa, 2001). Globalleşme sürecinde uluslar arası rekabetin şiddetlenmesi ile ülkeler arasındaki bölgesel bütünleşmelerin siyasal, ekonomik ve sosyal etkenler gibi nedenlerle önemi artmıştır. Bölgesel ekonomik bütünleşmeler, globalleşme karşısında güçlü kutuplaşma yaratmakta, ülkeler bölgeselleşme hareketleri içinde yer alarak, rekabet güçlerini arttırmaya çalışmaktadırlar (Çalışkan, 2003).

Gelişme sürecinde Dünya'daki ülkeler stratejik konumlarına, ekonomik, siyasi ve benzer özelliklerine göre farklı gelişme düzeyi göstermektedir. 2003 yılında Dünya ekonomisindeki büyümelerde tahmini rakamlar Çin Halk Cumhuriyeti için yüzde 8, Türkiye için yüzde 7, ABD için yüzde 3, AB için yüzde 1.5'dir. Bu tahminlerden de görüldüğü gibi Türkiye'nin ABD ve AB'den çok daha hızlı bir ekonomik gelişme göstermesi beklenmektedir (WTOb, 2003).

II. Türkiye'de Değişim Süreci

1980'li yıllardan itibaren Türkiye "ihracata dayalı kalkınma" stratejisi ile birlikte, dış ticarete yönelmiş, ihracatta ürün kompozisyonunu tarımsal ürünlerden sanayii ürünlerine doğru geliştirmiştir. Dünya'daki değişim süreci ile birlikte 1990'lı yıllara kadar uygulanan dış ticaret politikaları ile de ihracat miktarını artırmıştır. 1990'lı yıllarda artış gösteren ihracat miktarı 2000'li yıllara gelindiğinde ise ithalat oranının gerilerinde kalmıştır (Ener, 2003). Bu değişim süreci içinde Türkiye açısından ekonomik bütünleşmeler de giderek önem kazanmaya başlamıştır.

Ekonomik bütünleşme hareketleri içerisinde Türkiye'ye en çok etkisi olanların başında, AB gelmektedir. Bu nedenle, 01.01.1996 tarihinde, AB ile Türkiye arasında, Türkiye için AB'ne adım olarak kabul edilen GB imzalanmıştır (Karabağlı ve Ark., 1997; Nebioğlu, 1997). Bütün bu çalışmalar doğrultusunda ihracatın gelişebilmesi, ihracat ve ithalat dengesinin sağlanması, dış pazarda daha fazla paya sahip olmak için stratejik çalışma ve politikalar gerçekleştirilmektedir. 1980'li yıllardan itibaren, rekabet gücünü artıracak politikalara uyum sağlama çabası içinde olan Türkiye, bu çabalarının sonucu 1997 yılında yaklaşık 26 milyar dolarlık bir ihracat miktarına ulaşmıştır.

1997 yılında Türkiye'nin dış ticaretinde ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 56.6 iken, bu oran 1998 yılında yüzde 70.6'ya çıkmış, 1999 yılında ise daha da artarak yüzde 84.6'ya ulaşmıştır. 1999 yılından sonra dış ticarete ihracatın ithalatı karşılama oranı hızla düşüp yüzde 65.7'lere gerilemiştir. Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) verilerine göre 2000 yılında ihracatta yüzde 2.6 gibi bir düşüş yaşanırken, ithalatta yüzde 37.7 artış meydana gelmiştir. 2001 Ocak ayı sonunda, ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 54.6'ya düşmüştür.

Ihracatın düşmesinde Türkiye'nin ekonomik ve siyasi yapısı dışında Dünya ekonomisindeki değişimler de etkili olmuştur. Özellikle son yıllarda Uzakdoğu'da yaşanan kriz diğer ülkeleri olduğu gibi Türkiye'yi etkilemiş ve Türk gıda sektörüne de yansımıştır. Yaşanan Güneydoğu Asya krizinden sonra özellikle dış pazarlarda Türkiye'ye rakip ülkelerde fiyatların düşmesi Türkiye'de de fiyatların düşmesine neden olmuştur. Ayrıca rakip ülkelerdeki işletmeler finansmanı yüzde 5-6 gibi düşük bir faizle kullanırken, Türkiye'deki işletmeler finansmanı yüzde 25 faizle kullanabilmektedir. Bu da dış pazarlarda Türk işletmelerinin rekabet gücünü azaltmaktadır. Bunun yanında Dünya'daki en pahalı enerjiyi kullanıyor olmaları Türk işletmeleri için büyük bir dezavantaj oluşturmaktadır.

Türkiye ekonomisi 2001 yılında yüzde 9.5 daralmış ardından, 2002 yılında yüzde 7.8 oranında büyümüştür. Stokları yenileme, imalat sanayii üretim artışları ve ihracat artışı büyümenin itici gücünü oluşturmuştur. DTÖ kayıtlarına göre Türkiye'nin 2001 yılında mal ihracatı yüzde 12 büyüme göstererek 31.2 milyar dolara; 2002 yılında yine yüzde 12 artışla 35.1 milyar dolara ulaşmıştır. Mal ithalatı ise, 2001 yılında yüzde 26 küçülerek 40.6 milyar dolar; 2002 yılında yüzde 20 artışla 48.8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (DTMa, 2003). Türk gıda ürünlerinin ihracat miktarı ise 1997 yılından itibaren sürekli olarak azalmaya başlamış, ancak 2003 yılının ilk çeyreğinde bir artış kaydetmiştir. Bu sonuç GB'nin ihracat artışını etkilemediğini göstermektedir. Gıda ürünleri açısından ihracatta yaşanan düşüş ithalatta da aynı şekilde görülmüş, diğer ürünlerin tersine 2000 yılına kadar azalma gösteren gıda ithalatı 2000 yılında artmış, ancak 2001 yılında tekrar düşüş göstermiştir. 2002 yılında ise, gıda ithalatında tekrar bir yükselme meydana gelmiş, bu yükselme 2003 yılının ilk çeyreğinde de kendisini göstermiştir (DİE, 2003).

III. Türk Gıda Sanayii'nin Gelişimi

Dünya nüfusunun hızla artması, çalışan sayısının giderek artması ve gelişen teknoloji ile birlikte Gıda sanayinin de önemi ortaya çıkmıştır. Türkiye'nin uluslar arası pazarda yer almak için önem verdiği hedef sektörlerden biri de gıda sektörüdür. Türkiye'nin ihracatı sektörel yönden incelendiğinde ciddi farklılıklar göze çarpmaktadır. O nedenle hedef sektörleri belirlerken getirdiği faydalar büyük önem taşımaktadır. 2000'li yıllarda Dünya pazarlarında rekabet etmek ve ihracatını artırmak isteyen Türkiye'nin Dünya trendlerine uygun, katma değeri yüksek, sermaye ve bilgi yoğun ileri teknoloji içeren sektörlerle doğru yönelmesi zorunluluğu ortaya çıkmaktadır (DTM, 2003a). Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de sanayileşme gıda ile başlamıştır. Türkiye'de bir tarım ülkesidir. Nüfusunun %45'i tarım ile uğraşmaktadır. Bu nedenle tarım, buna bağlı olarak da gıda sanayii sosyoekonomik açıdan büyük önem taşımaktadır (Başer ve Akgül, 2002).

Teknolojinin ilerlemesi, Dünya'daki tarıma dayalı ürünlerde çeşitlenme ve kaliteyi hızla artırmaktadır. İnsanların beslenmesi ile doğrudan bağlantılı olarak, tarım ürünlerinin tüketime hazır hale getirilmesi süreci, gıda sanayinin faaliyet alanını oluşturmaktadır. Gıda Sanayii; bitkisel veya hayvansal tarım ürünlerini hammadde olarak alıp, endüstri üretimi sürecinde yardımcı veya katkı maddeleri ile işleyerek daha dayanıklı, farklı veya benzer özelliklere sahip katma değeri yüksek yeni ürünlerin üretilmesi ve pazarlanmasını sağlayan bir sanayi dalıdır. Özellikle tarımsal ürünlere dayalı olan ve imalat sanayii kapsamında yer alan **Gıda Sanayii**, ürünlere dayalı; "Bitkisel Sıvı ve Katı Yağ Ürünleri", "Et ve Et Ürünleri", "Meyve Sebze Ürünleri ve Dondurulmuş Ürünler", "Süt ve Süt Ürünleri", "Şekerleme Çikolata ve Kakaolu Ürünler", "Hububat ve Ürünleri", "Su Ürünleri" ile "Alkolsüz İçecekler" adı altında belli başlı sekiz grupta incelenmektedir. Kimi sıralamalarda, alkollü içecekler ile tütün imalatı da gıda sanayinin içinde sayılmakta, bazı kuruluşlar sektörü "gıda, içki ve tütün sanayii" olarak tanımlamaktadır (Tezcanlı, 1996).

Milli Prodüktivite Merkezi'nin (MPM) yaptığı bir çalışmaya göre, Türkiye genel sanayinin yüzde 97'si küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta, bu oran gıda sanayinde yüzde 99'a varmaktadır (Düzenli, 2000). Gıda teknolojisindeki gelişmeler sonucu gıda sektöründe doğrudan ihracata yönelik üretim oluşturularak, uluslar arası piyasalarda rekabet edebilir konuma ulaşmıştır. 2000 yılında büyüyen ülke ekonomisi ve artan talep ile birlikte gıda sanayii üretimi bir önceki yıla göre yüzde 3.5, talebi ise yüzde 5.3 artmıştır. 2000 yılında, gıda sanayii dış ticaretinde cari fiyatlardaki azalış 1999 yılında olduğu gibi devam etmiştir. Çizelge 1.'de gıda sanayinin alt sektörler itibarı ile yıllara göre (1998–2002) üretim miktarları verilmiştir (Varol, 2003).

Çizelge 1. Türkiye gıda sanayi üretimi (1998-2002) (1.000 Ton)

Sektörler	1998	1999	2000	2001	2002
Meyve sebze, dondurulmuş ürünler	1.917	1.948	1.999	2.021	2.126
Şekerleme,çikolata, kakaolu ürünler	3.068	2.394	2.470	2.568	2.701
Hububat ve ürünleri	24.693	25.000	25.487	25.668	26.064
Bitkisel katı ve sıvı yağ ürünleri	3.336	3.781	3.372	3.401	3.498
Alkollü ve alkolsüz içki ürünleri	4.004	4.293	4.654	4.778	4.980
Süt ve süt ürünleri	1.520	1.590	1.755	1.777	1.814
Et ve Ürünleri	1.110	1.113	1.227	1.295	1.305
Su ürünleri	544	637	582	595	601

Çizelge 1.'den görüldüğü gibi, gıda sanayinin üretiminde yıllara göre sürekli bir artış yaşanmıştır. Sadece yağ sektöründe yaşanan düşme 2002 yılında tekrar artışa geçmiştir. Üretimin ülke koşullarına göre az ama sürekli artış göstermesi sevindirici bir gelişmedir.

Üretimde sürekli artış görülürken, dış ticarete iniş çıkışlar meydana gelmiştir. Gıda ihracatı 1994 yılına kadar önemli derecede artmazken, 1994 yılında hızlı artış göstermiştir. Bunun en büyük nedenlerinden biri 1994 yılında yapılan devalüasyon ve Türk parasının diğer ülke para birimleri karşısında değer kaybetmesidir. Böylece, Türk ürünleri uluslar arası pazarda cazip hale gelmiştir. Daha sonra gıda ihracatı 1997 yılına kadar artmış, 1997 yılından itibaren de ise azalmaya başlamıştır. Gıda ithalatı, 1990'da yüksek iken, 1991'den 1995'e kadar azalma göstermiştir. 1994'de yapılan devalüasyon ile Türk Lirası değer kaybettiği için ithalat iyice azalmış, 1995'den sonra yükselmeye başlayan ithalat 1996 yılında en yüksek düzeyine çıkmıştır. Ancak, 1997 yılından itibaren tekrar azalmıştır. Çizelge 2.'de 1998-2003 yılları itibarı ile Türkiye'nin dış ticaretteki genel ve gıda sektörüne ait ihracat ve ithalat tutarları milyon \$ bazında gösterilmiştir (DTMb, 2003).

Çizelge 2. Türkiye genel ve gıda sanayii dış ticareti (1998-2003) (Milyon \$)

Yıllar	Genel İhracat	Gıda İhracatı	Genel İthalat	Gıda İthalatı
1998	26.973,952	4.687,675	45.921,392	2.311,218
1999	26.587,225	4.083,866	40.691,529	2.038,154
2000	27.774,906	3.542,575	44.996,143	2.133,154
2001	31.334,216	3.997,178	41.399,083	1.486,621
2002	35.761,981	3.619,676	51.270,196	1.902,775
2002 (Ocak-Mayıs)	13.665,553	1.002,560	18.869,162	524,998
2003 (Ocak-Mayıs)	17.777,570	1.209,455	24.783,697	530,543

Kaynak : IFS, 2002; DTMb, 2003

Çizelge 2.'den görüldüğü gibi, 1998 yılından sonra gerek genel dış ticaret gerekse gıda dış ticaretinde düşme yaşanmıştır. Bu düşmenin nedenleri arasında; bölgesel pazarlarda özellikle Asya ülkelerinde yaşanan ekonomik krizler, ayrıca Türkiye'nin 1999 yılında yaşadığı büyük deprem felaketi, istikrarsız politikalar ile Türk işletmelerinin global pazarda kendi markalarını yaratamamaları sayılabilir.

Gıda sanayindeki gerileme 2000 yılında da devam etmiş ve diğer sektörler pozitif yönde gelişme gösterirken, gıda sanayinin ihracat tutarı negatif yönde gelişme göstermiştir. 2001 yılında gıda ihracatı artış gösterirken, ithalat azalma göstermiştir. 2002 yılında ise tam tersi yaşanmıştır. 2003 yılının ilk beş ayı ise gerek ihracat gerekse ithalat açısından 2002 yılının ilk beş ayına göre daha iyi geçmiştir (DPT, 2000; DTM, 2003b).

Sonuç

Gerek bölgesel, gerek global entegrasyon yolunda atılan adımlar Türkiye'yi dolayısı ile Türk gıda sektörünü doğrudan etkilemektedir. Globalleşme ve gelişen teknoloji gıda sektöründe hızlı bir gelişme yaşatmıştır. Ancak geçmişe göre yaşanan bu hızlı değişim ihracat yönünden olumlu olamamış, ihracat azalırken, ithalat artmıştır. Bu da Türk gıda sanayinin dış pazarda olumsuz etkilemiştir. Bunun en büyük nedenleri arasında, tarım politikaları, gıda sanayinin diğer sektörler gibi diğer ülkelere göre finansmanı yüksek faizle elde etmeleri, enerjiyi pahalı kullanmaları, ekonomik dengenin düzensiz olması ve kendi markasını yaratmak yerine yabancı markalarda dış pazarda yer almaları bulunmaktadır.

Türkiye'de; globalleşme, bölgeselleşme ve mega rekabetin önem kazandığı günümüzde piyasa-devlet işbirliği içinde hızlı bir ihracata dayalı-sanayileşme hamlesini gerçekleştirmek; böylece uluslar arası rekabet gücünü arttırmak zorundadır. Bunun için, öncelikle, devlet ve piyasanın ekonomideki işlevlerinin yeniden tanımlanması gereği açıktır. 2003 yılında uluslar arası ticaret verilerini önemli ölçüde etkileyeceği tahmin edilen etkenler : Irak Savaşı; Uzakdoğu'da SARS hastalığı; Global ekonomideki durgunluk; Almanya ve ABD'de deflasyon riski; Doların uluslar arası piyasalardaki değer kaybı; Uzun vadeli etkileri dolayısıyla DTÖ Doha Kalkınma Raundu'nun seyri ve çok taraflı düzeyde global ticaretteki sorunlardır. Özellikle, globalleşmede önemli rol oynamaya başlayan Dünya Ticaret Örgütü (WTO-DTÖ) gündeminin Türkiye tarafından yakından izlenmesi ve Türkiye'nin, bu kuruluşta aktif olarak rol alması Türkiye açısından büyük önem taşımaktadır.

Ticaretin ve uluslar arası ilişkilerin giderek serbestleştiği, şeffaflık ve kesinlik kazandığı Dünya'da, globalleşme süreci içinde diğer ülkeler gibi Türkiye'nin de dış ticarete önemli avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Sahip olunan avantajlar, Türkiye ihracatını arttırmaya yardımcı olurken, dezavantajların ihracat artışını engellemesini önleyecek önlemlerin alınması gerekmektedir.

Gıda sektöründe yeni atılımların başarılabilmesi için, var olan pazarlara ek olarak, yeni pazarlarda gelişme sağlanmalıdır. Dış pazarlarda hedefe ulaşmak ve hedef pazarlardan amaçlanan payın alınması için bazı önlemlerin alınması

gerekmektedir. Bunun için de öncelikle, teknolojik yapı yenilenmeli, teknoloji geliştirilmesi için sanayii desteklenmeli, gerekli yatırımlar konusunda teşvik edilmelidir. Yeni pazarlama yöntemleri geliştirilmeli, girdi maliyetleri Dünya ile rekabet edebilecek yapıya kavuşturulmalı ve uluslar arası mevzuata uyumun sağlanmalıdır.

Bunlara ek olarak, Türkiye'yi Dünya ekonomileri arasında ön sıralara çıkaracak ihracata ulaşmak için, ulaşım, haberleşme altyapısının geliştirilmesi, makro ekonomik istikrarın sağlanması, ihracat artışını sağlayacak yatırımların gerçekleştirilmesi, ihracatçıların örgütlenmesi, üniversite-sanayii işbirliğinin geliştirilmesi, eğitilmiş ara eleman yetiştirecek eğitim kurumlarının yaygınlaştırılması ve KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi sayılabilir.

Rekabet gücünde ortaya çıkan dış ticaret dengesizliğinin, üretim ve istihdam gibi ekonomik verileri son derece olumsuz yönde etkilediği açıktır. Türkiye'de dış ticaret açığı büyük oranda artmıştır. Türkiye'nin bir an önce dış ticaret açığını kapatabilmesi için, rekabet gücünde avantajlı olduğu bazı sektörlerde, KOBİ'leri destekleyici düşük kredi imkanları gibi, ihracatı teşvik edici ve özellikle üretimi artırıcı gerekli önlemleri almak zorunda olduğu görülmektedir. Globalleşme süreci içerisinde Türkiye'nin en büyük eksiklikleri; yurt içi tasarruflarının düşük olması, döviz açıkları, döviz kurlarındaki istikrarsızlıklar, alt yapı ve üretime yönelik yatırım eksikliği, üretimden ziyade rantın ön planda olması, üretim teşviklerinin uygulanan vergiler karşısında oldukça yetersiz kalması gibi etkenler sayılabilir (Tekin, 2003).

Sonuç olarak; Türkiye'de işçi ücretlerinin eskiye göre yüksek olması nedeniyle katma değeri düşük olan ürünler yerine katma değeri daha yüksek ürünlerin üretimine yönelmesi gerekmektedir. Türkiye'nin hedefi, kendi geleneksel ürünleri ile markalarını yaratarak veya geliştirerek, kendi pazarlama ağları ile satışlarını gerçekleştirmek olmalıdır. Ancak yalnızca bunu hedeflemek yetmemekte, araştırma, geliştirme ve disiplinli bir çalışma gerekmektedir. Öncelikle markalaşmaya bakışın ve pazarlama stratejisinin değiştirilmesi gerekmektedir. Dünya ticaretinden daha büyük bir pay almak için, daha iddialı ve daha cesaretli olunması, ancak, gerçekçi uygulamalara başvurulması gereği, toplumun her kesimince kabul edilmelidir.

Türk gıda sektöründe ihracat artışının düzenli olması, rekabet gücünün artırılması için; çağa uygun teknolojilerin izlenmesi, uluslar arası pazarlara uygun stratejik pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi, girdi maliyetlerinin düşürülmesi, uluslar arası mevzuata uygun üretimin yapılması, ekonomik, teknolojik yapılanmanın sürekli düzenlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- BAŞER, F., AKGÜL, B., 2002, **Dahilde İşleme Rejiminde Tarım ve Gıda Sanayii Ürünlerinin Yeri**, Dış Ticaret Dergisi Nisan 2002, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Ankara, ss. 1-2.
- ÇALIŞKAN, Ö. (2003). **Dünya Ticaretinde Son Gelişmeler ve Trendler**, Ekonomik Araştırmalar Değerlendirme Genel Müdürlüğü, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara, ss.1-3.

- DiE, (2003). **Türkiye Dış Ticaret Verileri**, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, www.die.gov.tr, Ankara. Erişim: Kasım 2003.
- DPT, (2000). **Türkiye-Avrupa Birliği Özel İhtisas Komisyon Raporu**, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Özel İhtisas Komisyonu, Ankara. Erişim: Ekim 2003.
- DÜZENLİ, N. (2000). **Gıda Sanayii Nereye Gidiyor?**, Gıda Bilimi ve Teknolojisi Dergisi, Punto Yayıncılık, İnönü Cd. Gülyolu Sk. No:4/A 81350 Maltepe-İstanbul, 3 (4) : 28-30.
- DTM, (2000). **Dış Ticaret İstatistikleri**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara.
- DTM, (2003a). **2002'de Dış Ticaretin Görünümü**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara. Erişim: Aralık 2003.
- DTM, (2003b). **Dış Ticaret İstatistikleri**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr/, Ankara. Erişim: Aralık 2003.
- ENER, Faruk. (2003). **Dış Ticaretin Görünümü**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr/, Ankara. Erişim: Aralık 2003.
- ESİAD, (1999). **Globalleşen Dünyada Ekonomik Bağımsızlık**, Egevizyon, Ege Bölgesi Sanayiici İşadamları Derneği, İzmir. 7(27) : 18-19.
- IFS, (2002). **World Development Indicators 2002**, IFS, Cenevre-İsviçre. Erişim : Haziran 2003
- KARABAĞLI, Arslan ve ALPKENT, Nurettin. 1997. **Türk Gıda Sanayinin Avrupa Birliği Pazarlarına Uyumu**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 600, MPM Yayın ve Halkla İlişkiler Bölümü, Ankara.
- KOTLER, Philip. (2000). **Kotler ve Pazarlama**, Çeviren: Ayşe ÖZYAĞCILAR, Sistem Yayıncılık, Şirket Kültürü Dizisi: 258, İstanbul. ss.90-101.
- KUTLU, E., 1998. **Globalleşme ve Etkileri**, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Eskişehir. 1-2(1068):363-386.
- NEBİOĞLU, Hüseyin. (1997). **Bölgeselleşme Hareketleri Bağlamında 21nci Yüzyılda Türkiye**, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Eylül 1997, Ankara
- ÖZKIVRAK, Özlem ve DİLEYİCİ, Dilek. (2003). **Globalleşme, Bölgeselleşme, Mega Rekabet ve Türkiye**, www.econturk.org/, Dokuzeylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir. Erişim: Ekim 2003.
- TEKİN, A. (2003). **Globalleşme Sürecinde Türkiye**, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İthalatı Geliştirme Müdürlüğü, Ankara, Erişim: Aralık 2003.
- TEZCANLI, Varış. (1996). **Gıda Sektörü: Bitkisel Yağ, Et ve Et Ürünleri, Meyve Sebze İşleme, Süt ve Süt Ürünleri, Şeker ve Şekerli Mamuller, Un ve Unlu Mamuller, Yem**, Sektör Araştırmaları Serisi No: 9, ss. 3, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Gıda Sektörü Araştırma Müdürlüğü, Aralık'1996, İstanbul.
- VAROL, M. (2003). **İşlenmiş Tarım Ürünleri Sektörü**, 24.05.2002-İzmir, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara, ss.1; 11.
- WTO, (2001a). **International Trade Statistics 2000**, World Trade Organization, pp. 3-4, 141-155, Cenevre-İsviçre.
- WTO, (2003b). **World Trade Figures 2002**, World Trade Organization (2003), www.wto.org/, Cenevre-İsviçre. Erişim: Kasım 2003.