



Küresel Kriz ve Gıda Sektörü*

Doç. Dr. Erdoğan GÜNEŞ

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

1. GİRİŞ

Tarım, hayvancılık ve balıkçılık sektörlerinden elde edilen hammaddelerin endüstriyel olarak dönüşümlerini içeren bir imalat sanayii kolu olan gıda sanayii, 2 trilyon doların üzerinde gerçekleştirilen yıllık satışları ile dünya imalat sanayiinin en önemli koludur. Gıda sanayii, gelişmiş OECD ülkelerinde yarattığı katma değer (dünya çapında toplam işleme sanayii tarafından yaratılan katma değer %15'i) ve istihdam açısından diğer imalat sanayii kolları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. **Gıdanın sadece bir ticari meta değil, aynı zamanda insan yaşamının en önemli ihtiyaçlarından biri oluşu, gıda sanayiinin sürdürülebilir ve daimi bir büyüme oranını korumasına neden olmaktadır.** Bu nedenle çokuluslu gıda şirketlerinin, küreselleşme ve dünya ekonomisinin serbestleşmesinde önemli rol oynamaktadırlar¹.

Gıda sektörü, üretim ve pazarlama alanında faaliyet gösteren firmalarıyla Türkiye ekonomisi içinde de önemli yere sahiptir. İmalat sanayiinin tüketim malları üreten grubunda yer alan ve içki sektörünü de içine alan gıda sanayiinin gelişimi, temelde tarım sektörünün gelişimine bağlıdır ve bu yönüyle tarımsal üretimdeki değişimlerden direkt olarak etkilenmektedir.

Günümüzde nüfus artışı ve hızlı kentleşme, beslenme bilinci ve alışkanlıklardaki değişimler, gıda sağlığına ve kalitesine verilen önem, gıda bilim ve teknolojisindeki gelişmeler, dağıtım ve pazarlama sistemlerindeki yenilikler gıda ürünlerine olan talebi artırmıştır. Bu süreç, gıda sektörünün ve

*9 Mayıs 2009 tarihinde düzenlenen EKONOMİK KRİZİN TARIMA ETKİLERİ konulu panelde bildiri olarak sunulmuştur.

gıda piyasalarının gelişimini hızlandırmış, talep elastikiyeti düşük olan temel ihtiyaç maddelerinin tüketicinin hizmetine sunulmasını sağlamıştır. Ancak son yıllarda önceleri küresel iklimsel değişimlerden kaynaklanan krizler, sonraları da enerji krizi, gıda -açlık- krizi ve nihayet küresel finansal kriz tüm sektörler gibi gıda sektörünü de bütünüyle etkilemeye başlamıştır.

Bu çalışmada tarım ile sanayi arasında yer alan ve kırsal alanda kalkınmayı gerçekleştirmede ilk akla gelen Türkiye gıda sanayinin, küresel krizden etkilenmesi **üretim, istihdam, yerli ve yabancı yatırım, iç ve dış ticaret, kapasite düzeyi, finansman yönleriyle ortaya konulacaktır.** Krizden etkilenen diğer sektörlerin özellikle de tarımın gıda sanayi üzerine etkileri, kriz ortamında tüketici alım gücü ve davranış değişimi ile gıda piyasalarındaki yapısal durumun gıda üretim ve perakendecilik sektörünü de olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle gıda ürünlerine yönelik talep ve sanayinin arz yapısının ortaya konulması da çalışmanın temel amaçları arasında yer almaktadır.

hızlı bir gelişme eğilimindedir. Tarım-sanayi sektörlerinin etkileşimi ve birlikte kalkınması, gıda sanayinin gelişimine bağlıdır. Son yıllarda azalma eğilimine girmesine karşın, GSYİH içinde sanayinin son 15 yıllık dönemde büyüme hızı %4,6-4,8 arasında gerçekleşmesine karşın², bu oran son 8 yıl ortalamada %3,3 düzeyindedir.

Ekonomide imalat sanayinin tüketim malları grubunu üreten gıda sanayi 2008 yılında 140.570 milyon TL değerle GSYİH'nın %19,2'sini oluşturmaktadır (Çizelge 1). Sektörde yer alan işletme sayısı giderek azalmakta, 2008 yılı sonunda 22.092 adet olarak gerçekleşmektedir. Sektör özellikle 2000'li yılların sonunda yaşanan özelleştirmeler ile büyük çoğunluğu özel sektör işletmelerine ait olarak faaliyette bulunmaktadır. TOBB veri tabanından elde edilen kayıtlara göre 186,4 milyon tonluk üretim kapasitesi ile faaliyette bulunan gıda sektörü, 2008 yılında 6.474 milyon dolar ihracat, 3.763 milyon dolar ithalat hacmi ile dış ticarete pozitif değere sahiptir.

Bu genel bilgi ve verilerden sonra, bu aşamada Dünya ekonomik krizinin Türkiye

Çizelge 1. Türkiye Ekonomisinde Gıda ve İçki Sektörü ve Büyüme Oranı (%)

Yıllar	Büyüme Oranları (%)		GSYİH içinde Gıda ve İçecek Oranı (%)
	GSYİH	Gıda-İçecek Sektörü	
2001	-5,7	1,3	20,3
2002	6,2	-0,3	20,8
2003	5,3	6,8	21,6
2004	9,4	1,7	20,3
2005	8,7	8,4	20,1
2006	6,9	3,9	19,2
2007	4,6	1,6	19,0
2008	3,0	2,8	19,2
Ortalama	4,8	3,3	20,1

Kaynak: TÜİK Veri Tabanı ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008.

2. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE GIDA SEKTÖRÜ, GELİŞİMİ VE KÜRESEL KRİZDEN ETKİLENMESİ

Türkiye'de gıda sektörü avantajlı hammadde kaynakları ve işgücü yapısı ile Cumhuriyetin ilk kurulan sanayilerini oluşturmaktadır. Türkiye'nin ihracata yönelik büyüme sürecinde gıda sanayi

gıda sektörü üzerine etkilerini, işletme arz ve talep yapısı, yatırım düzeyi, finans piyasalarıyla ilişkiler, dış ticaret değişimi açılarından incelemek mümkündür.

Ekonomik kriz ülkemizdeki gıda işletme sayısının ve bu alanlarda çalışan işgücünün azalmasına neden olmuştur. Türkiye'de

sınıflama farklılıklarına göre değişmekle birlikte farklı ölçekte olan ve kayıt altında olmayan işletmeler de dikkate alındığında 25-30 bini aşkın gıda işletmesi faaliyette bulunmaktadır. TOBB veri tabanı kayıtlarına göre son yıllarda azalmasına karşın sayıları 20 bine yakın olan işletmeler içerisinde modern teknolojileri uygulayan büyük kapasiteli tesislerin sayısı fazla olmayıp toplam işletmelerin ancak %10'unu bulmaktadır. Türkiye'de gıda sektöründe yer alan işletmelerin büyük çoğunluğu, KOBİ niteliğinde ve ölçeğindedir. Sektörde irili ufaklı işletmelerin varlığı her biçimde hijyenik koşullarla üretimini, kalite kontrolünü, standart ürün ve hizmeti güçleştirmektedir. İlkel üretim yapan firma ile ileri teknolojiyi kullanan firmalar arasında haksız rekabet olmaktadır.

Türkiye gıda sektörünün 2006-2009 Mayıs ayı

Çizelge 2. Türkiye'de Gıda ve İçki Sektöründe İşletme Sayısının Gelişimi

Sanayii Alt Dalları	Yıllar				Değişim (%)		
	2006*	2007	2008	2009**	2006/07	2007/08	2008/09
İşlenmiş unlu ürünler	5.795	5.559	4.723	-	-4,1	-15,0	-
Sebze ve meyve işleme san.	4.070	4.449	4.381	-	9,3	-1,5	-
Süt ve süt ürünleri sanayii	2.255	3.301	3.250	-	46,4	-1,5	-
Bitkisel ve hayvansal yağ san.	1.259	2.075	2.041	-	64,8	-1,6	-
Diğer gıda sanayiileri	1.995	1.850	1.777	-	-7,3	-3,9	-
Un ve unlu ürünler	1.850	1.766	1.725	-	-4,5	-2,3	-
Şekerleme, kako, çikolata	1.546	1.616	1.553	-	4,5	-3,9	-
Et ve et ürünleri sanayii	806	972	959	-	20,6	-1,3	-
Yem sanayii	0	738	745	-		0,9	-
Şeker üretimi ve artımı	369	365	357	-	-1,1	-2,2	-
Su ürünleri Sanayii	170	204	196	-	20,0	-3,9	-
Maden suları	134	150	149	-	11,9	-0,7	-
Alkollü içecek sanayii	0	138	141	-		2,2	-
Gazozlar	115	93	95	-	-19,1	2,2	-
Toplam	20.364	23.276	22.092	14.878	14,3	-5,1	-32,7

Kaynak: TÜİK ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-200-2008

* 2006 yılı Ekim ayına aittir. ** 2009 Mayıs başına ait veridir.

işyeri sayısındaki değişime bakıldığında, sayısal olarak işletmelerin azaldığı görülmektedir. Krizin en son etkilenebileceği varsayılan bu sektörde işletmelerin kapanmaya başlaması, temel gıda maddeleri üretiminin geleceğini tehlikeye sokmaktadır. Özellikle krizin etkilerinin iyice hissedildiği son dönemde hemen hemen

tüm işletmelerde kapanma ciddi bir sorundur (Çizelge 2). Tarımsal ürünlerin önemli ölçüde pazarlandığı sanayideki bu değişim, tarım sektörünü de olumsuz etkileyecektir.

Benzer şekilde kapanan gıda işletmelerinde istihdam düzeyinde de gerilemeler görülmekte, işçi çıkartılmaları artmaktadır. Öyleki 2006 yılında 400 bine yakın istihdamın olduğu sektörde bu değer 2007 yılında 640 bine yükselmiş, 2008 yılında ise 470 bine düşmüştür. 2007/2008 dönemindeki istihdam azalışı %26,3 olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 3). Bu değer 2009 yılında daha da azalacağı belirtilmektedir. Sektörde ücretle çalışanların yaklaşık olarak %39'unun İstanbul, İzmir, Bursa, Kocaeli, Ankara gibi kentleşme oranının yüksek olduğu illerde yoğunlaştığı gözlenmektedir³.

Yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle

sektörün üretim yapısında da gerilemeler gözlemlenmiş, bunun bir sonucu olarak üretim endeksi ve kapasitesi istenilen oranda kullanılmayarak, kapasite kullanım oranı düşüş eğilimine girmiştir. Çizelge 4'de Türkiye'de 2005-2008 döneminde %13 oranında artış gösteren üretim endeksi,

Çizelge 3. Türkiye’de Gıda ve İçki Sektöründe İstihdam Düzeyi ve Gelişimi

Sanayii Alt Dalları	Yıllar			Değişim (%)	
	2006*	2007	2008	2006/07	2007/08
İşlenmiş unlu ürünler	83.305	98.429	65.431	18,2	-33,5
Sebze ve meyve işleme sanayii	113.203	134.457	117.408	18,8	-12,7
Süt ve süt ürünleri sanayii	27.778	63.337	28.543	128,0	-54,9
Bitkisel ve hayvansal yağ san.	26.451	44.327	23.746	67,6	-46,4
Diğer gıda sanayiileri	-	77.214	75.817	-	-1,8
Un ve unlu ürünler	29.769	27.990	24.572	-6,0	-12,2
Şekerleme, kako, çikolata	38.742	55.541	38.048	43,4	-31,5
Et ve et ürünleri sanayii	27.807	37.522	23.805	34,9	-36,6
Yem sanayii	-	26.149	22.800	-	-12,8
Şeker üretimi ve arıtımı	29.102	49.308	29.847	69,4	-39,5
Su ürünleri Sanayii	11.203	10.303	6.429	-8,0	-37,6
Maden suları	4.540	6.381	6.500	40,6	1,9
Alkollü içecek sanayii	2.217	3.886	3.949	75,3	1,6
Gazozlar	4.366	4.303	4.181	-1,4	-2,8
Toplam	398.483	639.147	471.076	60,4	-26,3

Kaynak: TÜİK ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008

2009 Ocak-Şubat ayları ortalamasında endeks altına düşmüştür. Sektör üretiminde görülen bu değişim, Türk gıda sektörünün yapısı ve ekonomideki önemi düşünüldüğünde istenilen düzeyde değildir. Özellikle son dönemlerde üretim endeksinin azalması, küresel krizin sektör üzerine etkilerini göstermektedir. Diğer yandan incelenen dönemdeki yıllık üretim endeksi tek hanelerde gerçekleşmiştir.

Türkiye’de gıda sektöründe üretim kapasitesi de 180 milyon ton düzeyindedir. 2006-

2007 yılları arasında üretim kapasitesi ortalama olarak %32,8 oranında azalma göstermiştir (Çizelge 5).

Ancak sektörün üretim kapasitesi dalgalanmalar göstermektedir. Hayvansal ürün işleyen sanayilerde bu dalgalanma daha hissedilebilir düzeydedir. Bu nedenle günümüzde bu alanda ürün fiyatı ve giridilerden kaynaklanan maliyet ve fiyat sorunları bulunmakta, sanayilerin gelişimi durma aşamasına gelerek, küçülme hızlanmaktadır.

Çizelge 4. Gıda ve İçecek İmalat Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)

Aylar	Yıllar					Değişim Oranı (%)			
	2005	2006	2007	2008	2009	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09
Ocak	76,2	82,0	90,0	96,5	97,4	7,6	9,8	7,2	0,9
Şubat	68,9	80,9	86,9	89,0	87,3	17,4	7,4	2,4	-1,9
Mart	82,8	91,0	98,3	99,6	-	9,9	8,0	1,3	-
Nisan	78,1	86,6	92,0	97,2	-	10,9	6,2	5,7	-
Mayıs	85,9	96,5	99,9	111,2	-	12,3	3,5	11,3	-
Haziran	93,8	102,0	103,4	107,5	-	8,7	1,4	4,0	-
Temmuz	87,0	96,6	104,3	109,3	-	11,0	8,0	4,8	-
Eylül	122,6	126,7	124,4	118,2	-	3,3	-1,8	-5,0	-
Ekim	147,7	140,2	144,6	146,0	-	-5,1	3,1	1,0	-
Kasım	134,9	143,2	146,2	155,7	-	6,2	2,1	6,5	-
Aralık	127,1	121,0	103,5	118,0	-	-4,8	-14,5	14,0	-
Ortalama	100,0	106,0	109,0	113,0	92,0	7,1	3,0	4,8	-0,5

Kaynak: TÜİK Veri Tabanı Rakamlarından Yararlanılarak Hesaplanmıştır.

Sektörde 2006-2008 yılları arasında kapasite kullanım oranı en az %67,1, en yüksek %74,1 oranında gerçekleşmiştir (Çizelge 6). Ancak bu oranın son 3 yıl içindeki değişimi, giderek azalan bir durum ortaya koymaktadır. 2006-2008 yıllarında aylar bazından kapasite kullanımındaki değişim özellikle, bu yılın geçen yılın aynı

dönemine göre azalan oranda kapasitenin kullanıldığını göstermektedir.

Kapasitenin tam olarak kullanımının önündeki temel etkenlerin başında, iç talep yetersizliği gelmektedir (Çizelge 7). Bunun yanında gıda sektöründe düşük kapasitenin başlıca nedeni zamanında, istenilen miktar ve

Çizelge 5. Gıda ve İçecek Sanayinde Üretim Kapasite (1000 Ton)

Sanayii Alt Dalları	Yıllar			Değişim (%)	
	2006*	2007	2008	2006/07	2007/08
İşlenmiş unlu ürünler	9.300	4.506	20.712	-51,5	359,7
Sebze ve meyve işleme sanayii	5.756	9.078	10.420	57,7	14,8
Süt ve süt ürünleri sanayii	4.148	2.694	2.775	-35,1	3,0
Bitkisel ve hayvansal yağ san.	23.981	20.365	20.884	-15,1	2,5
Diğer gıda sanayiileri	-	9.330	10.881	-	16,6
Un ve unlu ürünler	56.775	40.568	41.010	-28,5	1,1
Şekerleme, kako, çikolata	2.501	2.542	2.616	1,6	2,9
Et ve et ürünleri sanayii	75.507	3.162	42.462	-95,8	1.242,9
Yem sanayii	-	22.657	22.770	-	0,5
Şeker üretimi ve artımı	9.812	11.375	11.485	15,9	1,0
Su ürünleri Sanayii	888	428	454	-51,8	6,1
Toplam	188.668	126.705	186.469	-32,8	47,2
Maden suları (milyon lt/yıl)	5.440	6.426	6.619	18,1	3,0
Alkollü içecek sanayii (milyon lt/yıl)	-	1.223	1.005	-	-17,8
Gazozlar (milyon lt/yıl)	2.658	2.715	2.835	2,1	4,4

Kaynak: TÜİK ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008

* 2006 yılı Ekim ayına aittir.

Çizelge 6. Gıda ve İçecek Sanayinde Kapasite Kullanımı ve Gelişimi (%)

Aylar	Yıllar			Değişim	
	2006	2007	2008	2006/07	2007/08
Ocak	67,1	68,7	70,5	2,4	2,6
Şubat	67,3	69,0	70,3	2,5	1,9
Mart	69,6	71,7	72,2	3,0	0,7
Nisan	69,6	72,0	70,8	3,4	-1,7
Mayıs	70,6	72,1	71,2	2,1	-1,2
Haziran	72,8	74,1	71,2	1,8	-3,9
Temmuz	72,7	70,8	71,9	-2,6	1,6
Ağustos	71,3	76,1	72,5	6,7	-4,7
Eylül	74,6	76,4	74,6	2,4	-2,4
Ekim	73,4	76,2	73,1	3,8	-4,1
Kasım	73,9	76,2	71,9	3,1	-5,6
Aralık	71,7	71,7	68,1	0,0	-5,0
Ortalama	71,2	72,9	71,5	2,4	-1,9

Kaynak: TÜİK ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008

kalitede tarımsal ürünün sürekli olmayışıdır. Hammadde üretimindeki dalgalanmalar gıda sanayiini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle tarımsal üretimin sürdürülebilir olması, işlenebilecek kalitede üretimi gerektirmektedir. Tarımsal üretimdeki gerileme ve kalite düşüklüğü direkt olarak gıda işleme sanayinde kapasiteyi düşürerek, birim maliyeti artırmaktadır. Gıda fiyatlarının artışı ile piyasa rekabetinde güçsüzlük, sektörün küçülmesini ve yatırımlarını olumsuz etkilemektedir.

2005-2009 döneminde gıda ve içecek ürünleri ortalamasında fiyat artışları çizelge 8'dedir. Buna göre ülkemizde 2005 yılı temel alındığında, fiyat artışlarının özellikle 2007 yılı ile birlikte hızlı olarak arttığı ve bu artışın 2009 Mart ayında çok hızlı olduğu ve enflasyon üzerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum tüketicilerin gıda ürünlerine olan taleplerinin giderek azalmasının temel nedeni olarak ifade edilebilir. Nitekim Türkiye'de hanehalkı tüketim harcamalarının gruplarına göre dağılımında,

Çizelge 7. Gıda ve İçecek Sanayinde Düşük Kapasite Nedenleri

Nedenler	Yıllar			
	2005	2006	2007	2008
İç Talep Yetersizliği	57,6	53,7	54,7	54,8
Dış Pazar Talep Yetersizliği	13,9	16,5	14,3	15,0
Diğer Nedenler	10,5	12,0	12,1	11,7
Yerli Hammadde Yetersizliği	11,1	12,3	12,6	11,5
Mali Sorunlar ve Enerji Yetersizliği	3,6	3,4	3,6	4,9
İthal Hammadde Yetersizliği	1,3	0,9	1,0	1,2
İşçi Sorunları	2,0	1,2	1,7	0,9
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0

Kaynak: TÜİK ve TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008

Krizin etkisi ile azalan kapasitede çalışma gösteren sektörde üretim maliyetlerinin artışı, tüketici fiyatların yansımıştır. Tüketici satın alma gücünde yaşanan gerileme, nüfusun gıda ürünleri talebini azaltarak tüketim harcamaları içerisinde gıdanın oransal payını düşürmüştür.

gıda ürünlerinin payı da giderek azalmaktadır (Çizelge 9).

Ülkede üreticilerin satın alma davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri, talepte bulunan ürünlerin fiyat değişimi ve bu arada kişisel gelir değişikliğidir. Yaşanan krizden olumsuz etkilenmemek için tüketicilerin aldıkları

Çizelge 8. Gıda ve İçekte Tüketici Fiyat Endeksi (2005=100)

Aylar	Yıllar				
	2005	2006	2007	2008	2009
Ocak	112,0	117,6	134,8	147,2	164,2
Şubat	112,9	120,4	136,9	154,7	164,2
Mart	113,0	122,0	137,8	156,3	170,6
Nisan	111,9	122,8	139,1	157,8	-
Mayıs	112,0	123,6	136,8	158,2	-
Haziran	110,1	120,3	134,1	152,9	-
Temmuz	108,9	122,0	133,2	153,5	-
Ağustos	108,8	120,5	135,4	153,5	-
Eylül	110,2	124,0	138,5	153,9	-
Ekim	112,7	124,9	143,3	159,9	-
Kasım	116,4	128,3	144,1	161,0	-
Aralık	116,1	129,1	144,6	161,8	-
Ortalama	112,1	122,9	138,2	155,9	166,3
Endeks	100,0	109,7	123,3	139,1	148,4

Kaynak: TÜİK Veri Tabanı Rakamlarından Yararlanılarak Hesaplanmıştır.

ilk önlem, tüketim harcamalarının kısılmasıdır.

Gıda sanayiinin yapısını ve gelişme eğilimini saptayan en önemli öğelerinden birisi de taleptir. Tüketim kalıplarının evrimi ve perakende sektörünün yapısı gıda sanayiinin gelişmesini direkt olarak etkilemektedir. Hane halkı gittikçe daha fazla gıda kalitesi ve güvenliğine önem vermeye başlamıştır. Bunun sonucu güvenilen markalar ve paketli ürünlerin tercihi artış göstermiştir. Benzer şekilde son yıllarda öne

ilerlemiştir. Diğer yandan özellikle gençlik çağındaki yaş grubunda fast-food alışkanlığı artmıştır. Ayrıca iş yaşamında kadının yer alması da ev dışı beslenme alışkanlıklarını artırmıştır. Hızlı şehirleşme ve endüstrileşme, batı kültürüne açılma, ev dışında çalışan kadınların artışı, yemek hazırlamaya ayrılan zamanının kısalığı, kitle iletişim araçlarının etkisi, reklamlar ve daha rahat yaşama isteği gıda tüketiminde değişime yol açmıştır. Tüketimde hazır gıdalara talep

Çizelge 9. Türkiye’de Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Gelişimi (%)

Harcama Çeşitleri	Yıllar				
	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Gıda ve İçecekler</i>	31,6	30,7	2,90	28,9	28,7
Giyim ve Ayakkabı	6,2	6,5	6,2	5,9	6,0
Konut ve Kira	28,3	27	25,9	27,2	28,4
Ev Araç-Gereçleri	5,7	6,6	6,8	6,2	6,0
Sağlık	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3
Ulaştırma	9,8	9,5	12,6	13,1	11,0
Haberleşme	4,3	4,5	4,3	4,2	4,5
Eğlence ve Kültür	2,2	2,5	2,5	2,2	2,1
Eğitim Hizmetleri	2,0	2,1	1,9	2,1	2,6
Lokanta ve Oteller	4,1	4,5	4,4	4,2	4,3
Çeşitli Mal ve Hizmetler	3,5	3,9	4,1	4,0	4,2
Toplam	100	100	100	100	100

Kaynak: TÜİK Veri Tabanı Rakamlarından Yararlanılarak Hesaplanmıştır.

çıkan bir başka eğilim de organik ya da doğal meyve ve sebzelerde ve bunlardan üretilen ürünlerde görülmektedir. Yüksek gelir grubu artık tarımsal kimyasalların kullanıldığı ürünleri tüketmek istememektedir. Diğer yandan, tüketim harcamaları içerisinde gıda ürünleri ve içeceğe ayrılan paylar, gittikçe artan bir şekilde de yolculuk ve gezi, kültür ve eğlence ve ev dışı yemek harcamalarına kaymıştır. Bu gelişmelere rağmen gıda harcamalarında görülen genel eğilim, fiyat esnekliğinin çok yüksek oranlarda seyretmesidir. Bu gelişmelere rağmen **perakende fiyatlar gıda ürünleri tüketim artışının önündeki gerçek engel olarak** ortaya çıkmaktadır. Mevsimlik ve bölgesel perakende fiyat farklılıkları kişi başına gıda tüketimini nitel ve nicel olarak doğrudan etkilemektedir⁴.

Bunlar yanında günümüzde sosyal ve ekonomik değişim, gıda tüketiminde alışkanlıkları değiştirmiş, iş yaşamı hızla artan yemek fabrikaları, hızlı gelişme gösteren alışveriş mağazaları aracılığıyla toplu beslenme yönünde

giderek artmakta, tüketim ve üretimde çeşitliliğe yönelim fazlalaşmaktadır⁵. Bu gelişmeler tüketim harcamaları içinde gıdanın yaşamsal önemini ve vazgeçilmezliğini ortaya koymaktadır. Ancak krizle ortaya çıkan fiyat artışları ve satın alma gücünün giderek azalması, toplam harcamalar içinde gıda harcamalarının payını azaltmaktadır (Çizelge 9).

Türkiye’de 2003-2007 yılları arasında tüketim harcamaları içinde gıda ve içeceklerin payı %31,6’dan %28,7’ye azalmıştır. Her gelir grubu için farklı düzeylerde önemli olmakla birlikte ortalama olarak hane halkı tüketim harcamaları içinde ulaşım, haberleşme, eğitim ve kültür gibi gelişmiş ülke niteliklerini oluşturan harcamaların artışı dikkati çekmektedir. Ancak harcamalar içerisinde gıda ve içেকে olan harcamaları azalması, sadece gıda ürünlerine olan talep ve dolayısıyla üretimi etkilememekte, aynı zamandan beslenmeye verilen önemi de sorgulamamıza neden olmaktadır.

Küresel kriz, Türkiye gıda sektöründe yatırımları ve bu arada yabancı sermaye

yatırımlarını olumsuz etkilemektedir.

Türkiye’de gıda ve içki alanında uygulan-an yatırım teşvikleri 2002 yılında 445 milyon TL iken, bu değer 2004 yılında 1.230 milyon TL’ye çıkarak en yüksek değerine ulaşmış, sonraki yıllarda 1 milyar TL’yi geçmemiş, ancak 2008 yılında 1.202 milyon TL düzeyine erişmiştir⁶. 2008 yılın da uygulanan teşvikler imalat sanayine uygulanan teşviklerin %11,8’ini oluşturmaktadır.

Ülkemizde yabancı sermayeli gıda firmalarına bakmadan önce, bu alanda Dünya’da çokuluslu gıda şirketinin etkinliğini ve Türkiye’ye yönelimini ortaya koymak gerekmektedir. Dünyada gıda alanında faaliyette bulunan gıda şirketleri oligopol yapı içerisinde önemli değişimler yaşamışlardır. Önemli endüstriyel ve mali yapısal değişimlerden geçen çokuluslu şirketlerin sadece %30’u 1974-2005 yıllarında aynı güçle ve boyutlarla en büyük 100 şirket sıralamasında kalabilmeyi başarmıştır. 2005 yılında toplam satıştan elde edilen gelir göz önüne alındığında, Kuzey Amerika (ABD, Kanada ve Bermuda), dünya toplamının %48’i ile en büyük güç olarak ortaya çıkmaktadır. Batı Avrupa (Avrupa Birliği ve İsviçre), bu toplamın %38’ini, Japonya ise %11’ini, diğer ülkeler (Kanada, Meksika, Avustralya, Filipinler) ise %4’ünü ellerinde bulundurmaktadır⁷. Günümüzde gıda şirketlerinin daha da büyümelerini artırmak ve kar hadlerini yükseltmek için birleşme ve satın alma stratejilerini izledikleri ve bunda da başarılı oldukları gözlenmektedir. Bunun yanında işletmelerin isim ve işletme haklarını satın alarak, ortak girişimde bulunarak, lisans ya da dağıtım anlaşmaları yaparak da (franchising) faaliyette buldukları görülmektedir. 2000’li yıllardan sonra düşüş eğilimine geçse de bu alanda hala önemli gelişmeler olduğu bilinmektedir.

Dünya ekseninde faaliyette bulunan yatırımcı gıda çokuluslu şirketlerin çoğu Batı Avrupa, ABD kökenli şirketler olarak gıda piyasalarında yer almaktadırlar. Bu şirketlerin ve firmaların, yatay yayılma sürecinde, ürün farklılaştırması ve pazar bölümlendirmesine önem ve ağırlık verdikleri görülmektedir⁸.

Türkiye’de 1954-2008 döneminde imalat sanayinde faaliyet gösteren yabancı sermayeli

firmaların (3.757 Adet) %10’a yakın bir bölümü (369 Adet) gıda ve içki sanayinde yer almaktadır⁹. Türkiye’nin nüfus ve talep yapısının canlı olacağını bekleyen yabancı yatırımcıların 2007 yılında 37 adedi, 2008 yılında da 33 adedi gıda sektöründe faaliyete bulunmaktadır (Çizelge 10). Türkiye’ye yatırım yapan şirketler arasında dünya çapında 15 çokuluslu gıda şirketi sıralamasına giren 7 yabancı sermayeli şirketin (Nestlé, Kraft Foods, Unilever, Pepsi Co., Cargill, Coca-Cola, Danone) Türkiye’de çok uzun yıllardan beri faaliyette olduğu bilinmektedir. Küresel krizden çok uluslu şirketler de etkilenecek yatırımlarını azaltmaktadırlar. 2009 yılı başında Türkiye’de birçok alanda faaliyet gösteren Unilever, satışların azalması ve maliyet artışı nedeniyle küresel talep azalması sorunuyla karşılaşmış, bu nedenle de karlılık düzeyinde %45 azalma ortaya çıkmıştır. Günümüzde özellikle perakende gıda satışlarında son 30 yılın en düşük satış hacmine ulaşılmış, bu nedenle de birçok firma tüketicinin ilgisini çekmek amacıyla internet pazarlamacılığında indirim kuponları dağıtarak düşen satışların artmasına yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Bu süreçte Eylül 2008 yılında geçen yılın aynı ayına göre %1 oranında azalan gıda satışları, 2009 Ocak ayında %9 düzeyinde artmıştır.

2006-2009 yılları arasında gıda sektöründe faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmalar büyük oranda azalmışlardır. Küresel kriz yabancı firmaların ülkemizdeki faaliyetlerini olumsuz etkileyerek, yarıdan daha fazla azalmalarını beraberinde getirmiştir.

Türkiye’de gıda sektörü, kredi ve finansal anlamda sorunlar yaşamaktadır. Özellikle kriz ortamında bu sorunlar iyice belirginleşmiştir. Türkiye’de gıda işletmelerin büyük çoğunluğunun sermaye yapısı yetersizdir ve KOBİ niteliğindedir. Hammadde ve ithal girdilerin fiyatlarındaki artışlar, işletme sermayesi yetersizliğini daha da artırmıştır. Mevcut ekonomik kriz işletmelerin kredi taleplerini de etkilemektedir. Sektörün yararlandığı kredilerin tüm krediler içerisindeki oranı giderek azalmaktadır. 2004 yılında gıda sektörü bütün kredilerin %5,7’sini oluştururken, bu oran 2005 yılında %5,5’e, 2006 ve 2007 yılında %4,1’e, 2008 yılında

Çizelge 10. Türkiye’de Gıda ve İçki Sektöründe Yabancı Sermayeli Firma Sayısı

Sanayii Alt Dalları	Yıllar			Değişim (%)	
	2006*	2008**	2009**	2006/08	2008/09
İşlenmiş unlu ürünler	46	9	9	-80,4	-
Sebze ve Meyve İşleme Sanayii	126	32	30	-74,6	-6,3
Süt ve Süt Ürünleri Sanayii	22	2	1	-90,9	-50,0
Bitkisel ve Hayvansal Yağ San.	-	5	5	-	-
Diğer Gıda Sanayiileri	41	14	12	-65,9	-14,3
Un ve unlu ürünler	8	2	2	-75,0	-
Şekerleme, kako, çikolata	-	7	6	-	-14,3
Et ve Et Ürünleri Sanayii	29	4	4	-86,2	-
Yem Sanayii	-	5	5	-	-
Su ürünleri Sanayii	11	3	3	-72,7	-
Malt ve bira	-	1	1	-	-
Alkolsüz içkiler ve maden suları	-	7	7	-	-
Toplam	283	91	85	-67,8	-6,6

Kaynak: Gıda ve İçki Envanteri 2006-200-2008

Not: Burada bir firmanın birden fazla sektörde faaliyette bulunmaktadır.

* 2006 yılı ekim ayına aittir. ** 2008 ve 2009 yılı ocak ayı verileridir.

%3,3’e ve 2009 yılı nisan ayında da %3,1’e gerilemiştir¹⁰. Gıda sektörünün etkin olduğu KOBİ’lerin ticari kredilere olan beklentilerinin sorgulandığı ve Nisan 2009’da yayımlanan “Bankacılık Sektörü Yönetici Ke-simi Beklenti Anketinde”, önümüzdeki dönemlerde küçük ve orta boy işletmelerin ancak %23’ünün kredi talebinde bulunacakları, kalan %77 işletmenin bir kısmının mevcut durumda devam edeceği ve bir kısmının da kredi taleplerini kısacakları bildirilmektedir¹¹. **Bu durum gıda sektörünün mevcut üretimini en iyimser tahminle devam ettireceğini ya da azaltacağını göstermektedir.**

Türkiye’de gıda ve içki sanayi ürünleri dış ticareti sürekli fazla vermektedir. Dış ticaret dengesi 2006 yılı dışında 2 milyar doların üzerindedir. İhracat değerinin ithalat değerine oranı ile belirlenen dış ticaret oranının yüksek olması, sanayinin net ihracatçı olduğunun bir işareti olarak görülebilir ve bu durum gelişim açısından olumlu bir işarettir (Çizelge 11). Türkiye gıda ve içki sanayi içerisinde ihracatta meyve ve sebze işleme alt dalı öncü iken, ithalatta en büyük pay bitkisel ve hayvansal yağlara aittir. Ancak Türkiye’de gıda ürünleri

dış ticaretinde giderek artan bir ithalat hacmi de dikkati çekmektedir. Hatta son yıllarda ithalat oranının ihracat oranındaki artıştan daha yüksek olduğu görülmektedir.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dünyada etkili olan küresel mali kriz, Türkiye’de gıda sektöründe belli oranda daralma ve küçülmeye neden olmuştur ve bu süreç devam etmektedir. Ülkemizde kriz algısının şiddetlenmeye başladığı 2008 yılı ortası ile birlikte, iç ve dış talep daralması, kredi kaynaklarına erişimde yaşanan sorunlar, kapanan işletmeler ve bunun doğal sonucu olarak da istihdamdaki düşmeler sorunun derinliğini ortaya çıkarmıştır. Ancak gerçek etkiyi 2009 yılı sonunda açıklanacak veri ve bilgilerle ortaya koymak mümkün olacaktır. **Ancak Türk gıda sanayindeki bu değişimi, sadece küresel krize bağlamak, eksik bir değerlendirme olacaktır. Bu etken yanında yakın bir zamanda küresel ısınmaya bağlı olarak oluşan üretim azalmaları ile başlayan gıda krizi, tarımsal ürünlerin beslenme amacı dışında biyodizel, etanol gibi amaçlara yönelik kullanımının artışıyla başlayan**

Çizelge 11. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dış Ticareti

	Yıllar	Milyon \$	Ortalama	Dış Ticareti Karşılama Oranı	Değişim (%)	Değişim Ortalaması (%)
İhracat	2005	4.272	4.239	202,1		
	2006	4.339		176,9	1,6	
	2007	5.165		194,1	19,0	15,3
	2008	6.475		172,2	25,4	
	2009*	945		218,2		
İthalat	2005	2.114	2.284		16,0	
	2006	2.453			8,5	21,9
	2007	2.661				
	2008	3.760			41,3	
	2009*	433				
Dış Ticaret Dengesi	2005	2.158	1.955			
	2006	1.886				
	2007	2.504				
	2008	2.715				
	2009*	512				

Kaynak: TÜİK Veri Tabanı Rakamlarından Yararlanılarak Hesaplanmıştır.

* 3 aylık verilerden oluşmaktadır.

fiyat yükselişleri de¹² gıda sektörünün gelişimini olumsuz etkilemiştir.

Gıda sektörünün küresel ısınma ve kuraklıkla birlikte ortaya çıkan verim düşüklüğü, sonra da küreseleekonomikkrizdenetkilenmeyebaşlamıştır. Piyasa durgunluğu tüketicilerin harcamalarını azaltarak gıda talebini düşürmektedir. Son zamanlarda büyük market ve alışveriş mağazaları yerine pazardan alışverişin tercih edilmesi de kayıt dışılığı artırmaktadır. Kriz sürecinde gıda alanındaki yatırımlar azalmakta, diğer yandan da yatırım yapanların da daha stratejik planları dikkate alarak dikkatli hareket etmelerini ya da mevcut durumlarını korumayı amaç edindikleri görülmektedir. İşletmeler bu süreçte krizin olası etkilerinin kısa vadeli olacağını düşünerek bir yandan küçülmenin nedenlerini daha objektif olarak araştırırken, diğer yandan içsel yapılarında önlemler almayı ve yeni direnç alanları geliştirmeyi de planlamaktadırlar. Ekonomik kriz döviz kurundaki yükseliş nedeniyle gıda sektöründe en çok ithal ürünlere yansımaktadır. Sektörde görülen küçülme, kullanılan kredilerin geri dönüşünde sorunlar yaratabilir. Krizle artan kredi maliyetleri, krediye olası talepleri de azaltmıştır.

Kendisinden önce haberi ile olumsuzluk yaratan kriz sürecinde **gıda işletmeleri bireysel olarak çeşitli önlemler alarak, olumsuz etkilerinden korunmaya ve hatta yeni fırsatlar yaratmaya çalışmışlardır.** Ancak bu işletmeler genel olarak büyük ölçekte, değişen piyasa koşullarından hemen etkilenmeyen, dış piyasalarda yer alan, üretim ve satış sürecinde yönetim stratejilerini planlayan ve uygulayan işletmelerdir. Bu işletmelerden bazıları krizin olumsuz etkilerini, kendi "**marka olgusuna**" güvenerek ve bunu yayarak fırsata çevirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu süreçte işletmelerin yatırımlarını değiştirmedikleri hatta artırdıkları da gözlemlenmektedir.

Kriz süreci tüketici davranış ve satın alma yapısını etkilemektedir. Bu ortamında satın alma gücü yüksek ya da enazından orta düzeyde olan tüketicilere yönelik üretim yapan işletmeler avantajlara sahiptirler. Ancak düşük satın alma gücüne sahip olan ve marka kavramını dikkate almayan-önemsemeyen-tüketicilerin alış-veriş davranışı işletmeleri zora sokabilmektedir. Bu tüketicilerin daha çok ucuz ürünlere kaydıkları ve bu durumun da kayıtdışılığı artırdığı belirtilmektedir. **Bu arada tüketicilerin kriz ortamında daha rasyonel davranış içinde oldukları ve özellikle**

de bilinen, inandığı markayı satın alan tüketicilerin arttığı ve işletmelerin de bu konuya çalıştıkları da gözlenmektedir.

Küresel krizden gıda sektöründe faaliyette bulunan işletmeler farklı farklı etkilenmektedirler. Bu etki işletme ölçekliliği, tanınmışlığı, güvenilirliği, sermayesi, pazarla olan bütünleşme, üretim çeşitliliği ve sektörü, dönemi ve kalitesi, ilgili pazarın yapısı ve büyüklüğü gibi etkenlere bağlı olarak değişim göstermektedir.

Son yıllarda 22 milyar doları aşan ve dünya organik gıda pazarı da *krizden olumsuz etkilenmektedir*. 2002-2006 döneminde iki katından fazla büyüyen **dünya organik gıda pazarı**, 2007'de 22,75 milyar doları bulmuştur¹⁴. "Enerji krizi ve iklim değişikliğine karşı sadece organik üretimle mücadele edilebilir" gibi sloganlarla ayakta kalmaya çalışan pazarda 2007 Aralık ayında büyüme %25,6 iken, aynı dönemde 2008 yılı sonunda bu oran %5,6 olarak gerçekleşmiştir. Benzer şekilde Türkiye'de son zamanlarda hızla büyüyen markalaşan **kırmızı et sektörü**, geçen yıl yem fiyatlarındaki artış ve bu yıl da krizle küçülme sürecinde bulunmaktadır. Yine **içecek sektöründe** bu yılın ilk üç ayında toplam pazarda %3'lük bir daralma görülmektedir. Alkollü içecekler 2006/2007 döneminde %1,2 oranında küçülme sürecini yaşamıştır. Bu daralma bu dönemde artarak % 23,8 düzeyinde gerçekleşmiştir. Krizin etkisiyle tasarrufa yönelen tüketici **ambalajlı su yerine musluk suyunu** tercih etmeye başlamıştır. 2008 Eylül-2009 Nisan arasında su talebinde %10 azalma gerçekleşmiştir.

Bunun yanında küresel *kriz ortamında gelişme örnekleri* de mevcuttur. Gıda ürünleri temel ihtiyaç maddeleri olduğu için **sektörel büyümenin özellikle güçlü firmalarda gerçekleştiği** görülmektedir. Et sektöründe küresel ekonomik daralmaya karşın örneğin **Pınar Et**, 2008 yılı brüt satışlarını 2007 yılına göre %9 oranında artırmıştır. **Koç grubu** salça, makarna, yoğurt, süt, meyve suyu gibi gıda ürünlerinde 2009 yılında %19 oranında büyüme hedefi koymuştur¹⁵. Türkiye'deki tesislerde üretilen "helal gıda" sertifikasına sahip yumuşak şekerler sayesinde Almanya'daki Türklere ve

müslüman ülkelere yönelik satışlarını artıran dünyanın en büyük yumuşak şeker üreticisi **Alman Haribo**, Türkiye'de 2006'da %11 olan pazar payını 2009'un mart ayında %30'a çıkarmıştır¹⁶. Türkiye'de gıda sektöründe yer alan Jacobs, Cipso, Patos, Milka, Tank gibi çok uluslu çeşitli şirketler marka tanıtımı ve tüketiciye yönelik promosyon çalışmalarıyla karlılıklarına devam etmektedirler. Özellikle sağlık ve doğal ürünlerle tüketicilere yönelen bu firmalar aynı zamanda son zamanlarda şirket satın almaları da yapmaktadırlar (Örneğin KAR Gıda)¹⁷. Türkiye'de gıda perakendiciliği alanında da önemli yatırımlar yapılmaktadır. Çok uluslu şirketlerin etkin olduğu bu alanda Metro, CarrefourSA, Migros, yanında BİM, Turk, Tasko gibi şirketler faaliyettedirler. Bu 5 zincir gıda perakende firmalar 72,3 milyar dolar değeri ve %40 pay ile pazarda yer alarak gelişimlerini krize rağmen sürdürmektedirler.

Ancak genel olarak **sektörü bir bütün olarak düşündüğümüzde ve çoğunun Kobi niteliğinde olduğu göz önüne alındığında** krizin etkilerinin Türkiye'de sektörde finans darboğazı yarattığı ve zaman içinde yansımalarının hissedilmeye başladığı söylenebilir. Günümüzde dış piyasalardaki daralma nedeniyle özellikle reel sektörde etkilenmeler başlamıştır. Global ekonomilerde büyümenin %3'e düşeceği beklentisi Türkiye'deki büyümeyi azaltacaktır ve bu gıda sanayine yansımacaktır. Likidite miktarındaki azalma Türkiye'de talep daralması yaratacak, dolayısıyla üretimi ve büyümeyi olumsuz etkileyecektir. Küresel ekonomilerdeki olumsuz gelişmeler ve para piyasalarının istikrara kavuşması zamana bağlı olması, ihracattaki daralmanın ve iç talebinin düşmesiyle reel sektörde küçülmeyi de artıracaktır. Bu ortamda **işletmelerin başvurdukları ilk önlemler arasında** yatırım erteleme, borçlanmadan uzaklaşma, zorunlu hallerde borçlanmada döviz tercih etmeme, piyasalarda ürün çeşitlendirmeye yönelim olabilmektedir. Gıda sektöründe işletmeler kendi yapısını koruyarak dengeli büyüme model ve stratejileri belirlemekte, iç piyasa taleplerinin karşılanmasına yönelik arge ve ürün çeşitlendirmesi çalışmalarına ağırlık vermektedirler.

AB ülkeleri kriz sürecinde gıda ve içecek sektörüne çok hızlı ve kapsamlı bir yaklaşımla sahip çıkmaya başlamışlardır. Belçika, bölgesel hükümetlerle birlikte, sanayinin genel maliyetini düşürmek için, vardiyalı çalışan şirketlere vergi indirimi, Gıda Güvenliği Ajansı (EFSA) aidatlarında indirim ve kredi sigortalarında vergilerin kaldırılması gibi tedbirler almaktadır. İngiltere'de ise KOBİ'lerin kredi ve nakit akışı sorunlarını gidermek üzere 14 Ocak 2009 tarihinde bir paket açıklanmış olup, bununla, kredi garantileri ile işletme sermayesi ve yatırım güçlüğü içindeki KOBİ'lere yardım hedeflenmiştir.

Türkiye gıda sektörünü krizin etkisinden kurtarmada öncelikle alınması gereken temel önlem; sektörün temel alt yapı sorunlarının (Kayıt dışılık, hammadde temini, sermaye kaynakları ve etkin pazarlama) çözümünden geçmektedir. Aynı zamanda AB sürecinde başlayan ve gelişme gösteren gıda güvenliği ve sağlığı alanındaki çalışmalara devam edilmelidir. Tarım-sanayii entegrasyonunun yasal ve örgütsel zeminde etkinleştirilmesi hızlandırılmalıdır. Ar-ge çalışmaları ve mevcut potansiyel durum dikkate alınarak, sanayinin envanteri ve gücü, zayıf yönleri ve gelişmeleri, senaryolarla ortaya konulmalı, bu konuda sektör temsilcileri, akademisyenler, piyasa belirleyiciler ve ülke yöneticileri tarafından politikalar üretilmelidir. Sadece krizden korunma değil, aynı zamanda planlı ve stratejik hareketle krizin fırsatlara dönüşümünü sağlayıcı çözüm alanları ortaya konulmalıdır. Bu süreçte gıda KOBİ'lerinin üretim-pazarlama alanının çeşitli evrelerinde birleşerek hareket etmelerine yönelik çalışmalar ve teşvikler yapılmalıdır.

KAYNAKLAR

BDDK Yıllık Raporları ve Aylık Bültenleri, Ankara, 2004-2009.

BDDK Bankacılık Sektörü Yönetici Kesimi Beklenti Anketi, Nisan 2009-15, s.22, Ankara.

Güneş, E. Türkiye'de Gıda Üretimi ve Tüketimi, ZMO-GMO ve Kimya Müh. Odası, Dünya Gıda Günü 2005, s.116, Ankara.

<http://www.referansgazetesi.com>, Helal Gıda Üretimi Hariba'ya 300 milyon Tüketicinin Yolunu Açtı, Referans Gazetesi, 05.05.2009, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=122096&KTG_KOD=195

<http://www.referansgazetesi.com>, Kriz organik

gıda sektörünü de vurdu, Referans Gazetesi, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=115762&KTG_KOD=216, 28.01.2009

<http://www.referansgazetesi.com>, Kriz, Gıda Alanında Derinleşmeyecek, Referans Gazetesi, <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/010601/21061/8>, 27.02.2009

<http://www.referansgazetesi.com>, Kriz organik gıda sektörünü de vurdu, Referans Gazetesi Haberi http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=115762&KTG_KOD=216, 28.01.2009

<http://www.referansgazetesi.com>, Krizde meyve ve sebze tad kaçmayacak, referans gazetesi, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=122131&KTG_KOD=195, 05.05.2009.

<http://www.referansgazetesi.com>, Küresel kriz gıdacıları etkiledi, firmalar hedef revize ediyor, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=109478&KTG_KOD=390, Referans Gazetesi, 30.10.2008.

<http://www.referansgazetesi.com>, Ülker krizde marka kimliğine güveniyor, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=121875&KTG_KOD=195, Referans Gazetesi Haberi, 29.04.2009.

TÜİK Veri Tabanı ve internet sayfaları, <http://www.tuik.gov.tr>

TGFD Gıda ve İçki Envanteri 2006-2007-2008.

Yücecan, S. Gıda Tüketimi ve Yeni Yönelişler, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Gıda Sanayi Kongresi, 239-246 s., 1991. Ankara.

⁵S. Tozanlı ve ark. Uluslararası Rekabet Stratejileri: Türkiye Gıda Sanayii, TÜSIAD Yayın No:10, , s. 17., 2007, İstanbul.

²E. Güneş, Türkiye'de Gıda Üretimi ve Tüketimi, ZMO-GMO ve Kimya Müh. Odası, Dünya Gıda Günü 2005, s.116, Ankara.

³S. Tozanlı ve ark. Age.....s. 25.

⁴S. Tozanlı, age.....s.22.

⁵S. Yücecan. Gıda Tüketimi ve Yeni Yönelişler, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Gıda Sanayi Kongresi, 239-246 s., 1991. Ankara.

⁶Gıda ve İçki Envanteri 2008, s. 47.

⁷S. Tozanlı age,.....s.18.

⁸S. Tozanlı age,.....s.20-21.

⁹Gıda ve İçki Envanteri 2008, s. 17.

¹⁰BDDK Yıllık Raporları ve Aylık Bültenleri, Ankara, 2004-2009.

¹¹BDDK Bankacılık Sektörü Yönetici Kesimi Beklenti Anketi, Nisan 2009-15, s.22, Ankara.

¹²Bu nedenle en fazla fiyat artışı bitkisel ve hayvansal yağlarda %50,9 oranı ile gerçekleşmiştir.

¹³Ülker krizde marka kimliğine güveniyor, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=121875&KTG_KOD=195, Referans Gazetesi Haberi, 29.04.2009.

¹⁴Kriz organik gıda sektörünü de vurdu, Referans Gazetesi Haberi http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=115762&KTG_KOD=216, 28.01.2009

¹⁵Krizde meyve ve sebze tad kaçmayacak, referans gazetesi, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=122131&KTG_KOD=195, 05.05.2009.

¹⁶Helal Gıda Üretimi Hariba'ya 300 milyon Tüketicinin Yolunu Açtı, Referans Gazetesi, 05.05.2009, http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=122096&KTG_KOD=195

¹⁷Kriz, Gıda Alanında Derinleşmeyecek, Referans Gazetesi, <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/010601/21061/8>, 27.02.2009