

TÜRKİYE GIDA SANAYİNİN REKABET GÜCÜNÜ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE SORUNLAR

Ahmet BAYANER¹

Taylan KIYMAZ²

Türker DÖLEKOĞLU³

Gürkan EREL⁴

Özet

Rekabet göstergeleri ile belirleyici faktörler arasında kesin bir ayırım vardır. Bu çalışmada gıda sanayiinin sorunları ve rekabet gücünün belirleyicilerinden olan nüfus, uluslar arası anlaşmalar, gıda zinciri yapısı biyoyakıt talebi, tüketici tercihleri, küresel ısınma, AR-GE, teknoloji ve kredi temini tartışılmıştır. Rekabet gücü çok boyutlu bir kavramdır, göstergeler bir sonuçtur. Sektörle ilgili politika oluşturmada bu çok boyutlu yapıyı göz önünde bulundurmak gerekir. Bir sektörün rekabet gücü tüm zamanlar için belirlenemez. Pazar ve teknoloji şartları değiştikçe rekabet gücü de değişmektedir.

Anahtar kelimeler: Rekabet gücü belirleyicileri, gıda sanayii, Türkiye

FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF THE TURKISH FOOD INDUSTRY AND THE PROBLEMS

Abstract

There is a certain discrimination between the competitiveness indicators and factors determining competitiveness. In this study, the problems of food industry and some determinants of the competitiveness such as population, the structure of the food chain, demand for biofuel, consumers preferences, global warming, research and development, technology and credit availability are discussed. Competitiveness is a multi-dimensional concept, indicators are the outcomes. It is essential to take this multi-dimensional structure into account in policy development. The

¹Doç.Dr.Daire Başkanı, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, TÜGEM, Tel: 312-286 6984, e-posta: ahmet.bayaner@tarim.gov.tr

² Dr. Planlama Uzmanı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, e-posta: tkiymaz@dpt.gov.tr

³ Mühendis, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Tel: 312 287 33 60/ 22-67, e-posta: turker.dolekoglu@tarim.gov.tr

⁴ Dr. Şube Müdürü, T.C.Ziraat Bankası A.Ş. e-posta: genel@ziraatbank.com.tr

competitiveness of a sector cannot be determined for all time periods. As market conditions and technology change, competitiveness of the industry also changes.

Key words: Determining factors of competitiveness, food industry, Turkey

1. Giriş

Tarım ürünlerinin endüstriyel olarak dönüşümünü sağlayan gıda sanayii; beslenmedeki fonksiyonu, yarattığı katma değer ve istihdam katkısı itibariyle önemlidir. Uluslar arası ticaretin serbestleşmesi ve uluslar arası gıda firmalarının faaliyet alanlarını geliştirmekte olan ülkelere doğru kaydırmaları nedeniyle gıda sanayiinde artan bir rekabet yaşanmaktadır.

Rekabet gücünün göstergeleri ile rekabet gücünü belirleyen faktörler arasında keskin bir ayırım vardır. Rekabet gücü göstergeleri verimlilik, karlılık ve büyüme gibi ölçülebilir değerleri dikkate alır. Bu büyüklüklere dayalı yapılan değerlendirmeler ve oluşturulan stratejiler ve politika tasarımları eksik kalacaktır.

Bu bağlamda, Türkiye’de gıda sanayii için ulusal ve uluslar arası alanda rekabet edebilirliğin derecesi farklılaşmaktadır. Rekabet gücü üzerinde çok çeşitli içsel ve dışsal faktörler rol oynamaktadır. Çalışmada kantitatif bir rekabet gücü ölçümü yapılmamıştır. Çalışmanın amacı gıda sanayiinin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin değerlendirilmesidir. Bu faktörlerin hangi şartlarda ne ölçüde etkin oldukları, rekabet belirleyicilerinin nasıl değişeceği ve bunların çekicileri tartışılacaktır. Bildiri, rekabet gücü kavramını, dünyada ve Türkiye’de gıda sektörünün gelişimi, küresel gelişmeler ve gıda sektörüne etkilerini kapsamaktadır.

2. Rekabet Gücü

Rekabet gücü, iktisat yazınında oldukça sık karşılaşılan ama tanımı konusunda farklı yaklaşımların bulunduğu bir kavramdır. Rekabet gücünü Fisher ve Schornberg (2007), karlılık, verimlilik ve ekonomik büyüme şeklinde göstergeleri olan çok boyutlu ekonomik performans, Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development) bir ülkenin katma değerde sürekli artış yaratabilecek bir çevre oluşturabilme yeteneği, Porter, ulusal ölçekte verimlilikle eş anlamlı olduğunu, OECD serbest piyasa koşulları altında, bir ülkenin reel milli gelirini artırmaya paralel olarak yabancı rekabete dayanabilecek mal ve hizmet üretebilme yeteneği (Fisher ve Schornberg, 2006), Rekabetçi Politika Konseyi (Competitiveness Policy Council) bir taraftan yurt içi piyasalarda istikrarlı bir şekilde gelirleri arttırabilme, diğer taraftan da uluslararası piyasalarda mal satabilme yeteneği (Fisher ve Schornberg, 2007), Kibritçioğlu, (1996) yerli bir firmanın ulusal veya uluslar arası piyasada rekabet gücüne

sahip olması, ilgili firmanın yerli veya yabancı rakiplerine karşı fiyat-kalite, zamanında teslim ve satış sonrası hizmet gibi unsurlar açısından hali hazırda ve gelecekte onlara eşit veya onlardan daha üstün olmasıdır şeklinde tanımlanmışlardır. Aktan (2004), rekabet gücü kavramının genel olarak iktisat yazınında; firma, endüstri ve ulusal düzeyde olmak üzere üç farklı düzeyde ele alınmakta ve tanımlanmaya çalışıldığını belirtmektedir.

Uluslararası rekabet gücüne farklı bir bakış açısı getiren Krugman ve Porter, ülkelerden ziyade endüstrilerin rekabet gücünün önemli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Krugman, sadece ulusal ekonomiler dikkate alınarak rekabet gücünü açıklamanın anlamlı olmayacağını belirtmektedir. Krugman rekabet gücünün bir saplantı haline gelmesinin de yanlış ve tehlikeli olacağını belirterek, sadece dış ticaretle ilgili faktörler dikkate alınarak rekabet gücünün analiz edilmesinin sonuçlarının yanlış olabileceğini ifade etmektedir (Çoban ve Çoban, 2004).

Porter'a göre rekabetçi avantajlar anlamında bir ülkenin ilerlemesine katkı sağlayabilecek, ya da bir ülkenin ilerlemesini engelleyebilecek ülkeye özgü faktörleri dört gruba ayırmıştır: 1) Doğal kaynaklar, iklim, niteliksiz ve yarı nitelikli emek, sermayeden kaynaklanan faktörel şartlar; 2) Hanehalkı talebinin durumu, hanehalkı talebinin büyüklüğü gibi unsurlardan kaynaklanan talep şartları; 3) Uluslararası rekabetçi firmaların oluşturduğu endüstrilerin sağladığı rekabetçi avantajlardan kaynaklanan bağlantılı ve destekleyici endüstriler ve 4) Firmaların varoluşları, organize olmaları ve yönetilmeleri ve ulusal rekabetin doğası gibi faktörleri içeren firma stratejileri ve endüstriyel yapılarıdır. Porter, fırsatlar ve hükümet olmak üzere iki tane dışsal değişkenin de rekabet gücü açısından dikkate alınması gerektiğini belirtmiştir. Porter tarafından literatüre kazandırılan rekabet gücü artırma stratejiler maliyet liderliği, ürün farklılaştırması ve zaman liderliğidir. Maliyet liderliği, rakibine göre çok daha ucuz, ürün farklılaştırması, rakibine göre çok daha farklı ürün ve zaman liderliği ise, rakibine göre çok daha hızlı üretmek şeklinde tanımlanmaktadır (Çoban, 2003; Kesbiç vd., 2005).

Fisher ve Schornberg (2007) rekabet gücü göstergelerini bir ekonomik sonuç, belirleyicilerini ise süreç ya da sonuç elde etmek için gerekli girdiler olarak belirtmiştir. Wijnands vd. (2006) rekabet gücü göstergelerini şöyle sıralamıştır: 1) Endüstriler arası girdi rekabetinin göstergesi olan gıda endüstrisinde bir alt sektörün katma değerinde büyüme, 2) Bir ülkede bir gıda alt sektöründe ihracatta uzmanlık göstergesi olan Kantitatif endeksler (Balassa endeksi, Nispi İhracat Üstünlük Endeksi, İhracat Üretim Oranı ve Nispi İhracat Üretim Oranı Endeksleri (Fischer and Hartmann, 2003), Globalleşme Endeksi (Çoban ve Çoban, 2004), 3) Dünyada ihracat payının büyümesi, 4) Birim işgücü maliyetini ve oransal fiyatları etkileyen reel işgücü

verimlilik artışı ve 5) Endüstrinin dinamizmini gösteren endüstrinin reel katma değer büyümesidir.

3. Gıda sanayiinin Gelişimi ve Sorunlar

Gıda sanayiinin ihracat potansiyeli ve gelişmiş ülkeler kökenli yabancı sermayenin yeni pazar arayışları gıda sanayiine yönelik yatırımların tüm dünyada artmasına neden olmaktadır. Ancak, ticarete belirgin bir oligopolleşme ve yerel düzeyde oligopolleşme söz konusu olabilmektedir. Gıda sanayiinde ABD firmalarının %40'ı dünyanın ilk 50 firması arasında yer almaktadır. Bunlar dünyanın en büyük gıda ve içecek ihracatçı ve ithalatçısı durumundadır. Gıda sanayiinin ihracata dönük büyüme hedefleri ile geliştiği, doğal kaynak avantajı olan dört gelişmekte olan ülke Arjantin, Brezilya, Malezya ve Tayland'ın dünya işlenmiş gıda ihracatından aldığı pay değer olarak %40 civarındadır (Tozanlı vd., 2007).

Türkiye'de gıda sanayiinin imalat sanayii üretim değeri içindeki payı 50 yıl içerisinde yüzde 30'lardan yüzde 15'lere gerilerken gıda sanayii Türkiye'de üretim değeri itibarıyla, AB'de olduğu gibi, en büyük imalat sanayii sektörü olarak görülmektedir. Günümüzde yaklaşık 28 bin civarında işletme TÜGİS (Ertunç, 2008)'e göre yaklaşık 750 bin kişiye istihdam sağlamaktadır (TKB, 2006). Türkiye'de 2002 yılında toplam 1,8 milyon işletmenin %99,8'i KOBİ niteliğinde olup bunların %96'sı mikro (10'dan az çalışanı olan) işletme statüsündedir (TÜİK, 2002).

Üretim değeri olarak %37,8'lik payla en büyük sektör hububat işleme sanayiidir. Bunu %15 ile süt ve ürünleri, %14,6 ile mezbaha ürünleri, %11 ile şeker ve şekerli mamuller, % 9 ile meyve-sebze ve % 4,8 ile ye sanayi izlemektedir (DPT, 2007).

Türkiye'de rekabet gücü 1995-2005 döneminde et ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünler ve hazır yemeklerde düşük, bitkisel ve hayvansal yağlar ile süt ürünlerinde marjinal sınırdadır, işlenmiş meyve-sebze ürünlerinin büyük bir kısmı, içme suyu ve margarinde ise yüksek bulunmuştur. Ayrıca, meyve-sebze işleme, kakaolu ürünler ve şekerlemeler ile alkollü ve alkolsüz içeceklerde rekabet gücünün azaldığı izlenmektedir (Küçükkiremitçi, 2006; Kafalı vd., 2006). Hububat ürünleri, şeker ve şekerli mamullerin çoğunda rekabet gücü düşük görülmektedir. Zira, bu ürünlerde ihracat dahilinde işleme rejimi kapsamında gerçekleşmiştir. Dünya fiyatları ile yüz yüze kaldığında rekabet gücü de ortadan kalkacaktır (Kıymaz, 2008a). Dolayısıyla sektörün teşviklerle sürdürülebilir bir rekabet gücü kazanması mümkün gözükmemektedir.

Gıda sanayiinde dış satım açısından en avantajlı alt sektör meyve-sebze işleme sanayiidir. Bu sektör gıda sanayii ihracatının yüzde 40-50'sini oluşturmaktadır. Son yıllarda yaptıkları atılımla Çin ve Güney Amerika ülkeleri

bu alanda önemli rekabet avantajı elde etmiştir. Gelişmiş ülkelerin sübvansiyonları dolayısıyla zora giren piyasa koşullarından bahsetmek gerekir. Dolayısıyla, Türkiye’de gıda sanayiinin en rekabetçi olan dalları bile dünya piyasalarında rekabetin artmasıyla ciddi risklerle karşı karşıyadır. Diğer başlıca ihraç ürünlerinin şekerli mamuller, unlu mamuller ve diğer gıda mamulleridir. İthalatta ise en yüksek payı bitkisel yağlar oluşturmaktadır (DPT, 2007).

Yerli ve yabancı sermaye girişinin birçok ülkede yarattığı değişim, sektörde birkaç firmanın pazar gücünü etkilemiştir. Ülkemizde ilk 4 firmanın pazar payının (yoğunlaşma oran: CR4) nişasta ve nişasta ürünleri, balık ürünleri, bira, malt ve şarap imalatında %70’den büyüktür. Makarna vb. ürünler üretimi, alkolsüz içecek ve memba suları, çikolata ve şekerleme, süt ürünleri alt sektöründe ise bu oran %50-70 arasındadır (TÜİK, 2004).

Türkiye gıda sanayii iç pazar büyüklüğü ve jeo-stratejik konumu nedeniyle yerli ve yabancı sermayenin dikkatini çekmektedir. Ülkede 2006 yılı başı itibarıyla, 258 adet firma gıda ve içecek sektöründe faaliyet göstermektedir. Ülkeye yönelen tüm yabancı sermayeli şirketlerin %2’si gıda ve içecek sanayine yatırım yapmaktadır. Yabancı gıda şirketleri Türkiye’ye genelde ortakları aracılığıyla girmeyi tercih ederken (yurda giren sermayenin %64’ü), tamamı yabancı sermayeli şirketlerin toplam gıdaya yönelik yabancı sermayeli yatırımlar içindeki payı %36 düzeyindedir (Tozanlı vd. 2007, s. 180). Söz konusu yabancı sermayeli şirketlerin büyük kısmı AB ülkeleri kökenlidir.

Şirket satın alma ve birleşmeleri 1980’li yılların ortalarından itibaren gıda şirketlerinin önemli bir büyüme stratejisini oluşturmuştur. Türkiye’de alıcı olarak yerli şirketlerin ağırlıklı bulunduğu bu kapsamdaki işlemlerin önemli bir bölümü özelleştirmeler aracılığıyla gerçekleşirken, son yıllardaki şirket satın alma ve birleşme sayıları ile bunların tutarlarının düşük olduğu belirtilmelidir (Tozanlı vd. 2007, s.186).

Perakende sektörü; gıda sanayii üretiminin sunulduğu önemli bir ortam olup, ürün pazarlama yönünü yakından ilgilendirmektedir. Perakende sektöründe 2005 yılında gerçekleşen Carrefour-Gima ve Migros-Tansaş gibi birleşmeler ve açılan yeni mağazalarla birlikte Migros, Carrefoursa, Bim, Tesco ve Metro gibi 5 büyük perakendecinin gıdada ciro toplamı yaklaşık 13,8 milyar YTL düzeyine ulaşırken, sayıları 5 bini bulan yerel marketlerin toplam cirosu ise yaklaşık 13 milyar YTL olmuştur. Öte yandan, AB’de 1 milyon kişiye ortalama 15 hipermarket ve 150 süpermarket faaliyet gösterirken Türkiye’de 1 milyon kişiye 2 hipermarket ve 16 süpermarket faaliyet göstermektedir (Rekabet Kurulu, 2007).

3.1. Sektörün Sorunları

Doğrudan ya da dolaylı olarak sektörün rekabet edebilirliğine etki eden gıda sanayiinin sorunları başlıca beş başlık altında toplanabilmektedir (Kıymaz, 2008b).

Tarımsal ürünlerin pazarlama ve aktarımı, tarım sektöründen gıda sanayiine yeterli ve kaliteli hammaddenin düzenli şekilde akışında zorluklar, tarım-sanayi bütünleşmesinin yeterli seviyede olmaması ve mevzuatta boşluk bulunması gıda sanayiinin büyüme performansını olumsuz yönde etkileyen sorunlar olarak öne çıkmaktadır.

Tarımsal ürün fiyatlarının dünya fiyatlarının üzerinde olmasından kaynaklanan sorunlar ise gelişmiş ülkelerin ihracat teşvikleri, Türk tarımında maliyetlerin yüksek, verimin düşük olması, ekonomik büyüklükte profesyonel çalışan işletmelerin azlığıdır.

Gıda güvenliğinde hayvan ve bitki sağlığı altyapısında zayıflık, kayıt dışılık, tarım üreticisi ve gıda işletmecilerinin gıda güvenliği sistemlerinin uygulanmasındaki yetersizlikleri ve eğitim ve bilgi yetersizlikleri sorunları gözlemlenmektedir.

Kamu kayıt ve denetim altyapısının koordinasyonsuzluğu ile denetim hizmetlerinin yeterli seviyede bulunmamasına ekten faktörler de kamuda teknik personel istihdamının yetersizliği, bütçe kısıtları, mevzuat eksiklikleri, Belediye Kanunu ile yerel idarelerin gıda mevzuatında taraf olması ve kamu kurumlarında yeniden yapılanma ihtiyacıdır.

Ar-Ge kaynaklarının yetersizliği, sektörde işbirliğinin zayıflığı, yeni ürün yerine taklit ürün geliştirme, yeni teknoloji geliştirememesi, üniversite eğitiminin uygulama ile buluşturulmaması ve inovasyonda yeterli düzeyde bulunulamaması, sanayide nitelikli işgücü ihtiyacının büyümesi sorunlarını ortaya çıkarmaktadır.

4. Küresel Gelişmeler ve Türkiye Gıda Sektörüne Etkileri

AB ile ilişkilerin gıda sanayiine en önemli yansıması gıda güvenliğinin önem kazanması ve gıdalar için bir yasanın çıkarılarak, sektörde üretim izinlerinden denetime ve dış ticaret önlemlerine kadar yeknesak bir sistemin kurulmasıdır. 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği Kararı ile gıdalarda mevzuat ve sistem uyumuna yönelik çalışmalar yoğunlaşmış, sektörde nitelikli eleman ihtiyacı büyümüştür. Gıda maddelerine ilişkin bu mevzuat uyumu ihtiyacının çıkış noktası aslında gıda maddeleri ihracatımızın %45'inin AB ülkelerine yönelik olmasıdır. Tüketici bilincinin yeni oluşmaya başladığı, dışa açılmakta olan bir ülke olarak Türkiye 1990'ların ortasında AB ile ticaretin geliştirilmesi açısından gıda üretimi alanında yeni yatırımlara girişmiş, yabancı sermaye girişi artmış ve gıda güvenliği kavramı anlaşıl-maya başlamıştır. Bugün tüketici, kamu politikaları ve üreticilerin bilinçliliği

açısından önemli aşama kaydedilmiştir. AB tarama süreci sonunda, gıda güvenliği, hayvan ve bitki sağlığı konularının bir arada ele alınması gerektiği vurgulanmış, mevzuat ve sistem uyumunda eksiklikler görülmüştür. Öte yandan, gıda sanayiinin dünya ticaretinden daha fazla pay alabilmesi ve AB'ye uyum için gerekli olan gıda güvenliği kriterlerini sağlaması, önümüzdeki dönem ciddi biçimde modernizasyon yatırımlarına girişilmesini gerektirecek, bu da sektördeki finansman ihtiyacını artıracaktır.

Dünyada nüfus ve gelir artışının bir sonucu olarak gelişmekte olan ülkelerin dünya ekonomisinden aldığı pay yakın gelecekte de artmaya devam edecektir. Bu gelişme pirinç ve tahıllarla karşılaştırıldığında et, süt ürünleri, meyve ve sebze için talebi keskin bir şekilde artırırken aynı zamanda bu ürünler için gerekli tarımsal alan talebinde de değişime neden olacaktır (Anonim, 2007).

Gıdada uluslar arası ticaret ve yatırımlar konusunda da benzer bir ivme izlemek mümkündür. DTÖ Doha Turu ile ticaretin serbestleşmesi önündeki engeller azaldıkça bu ivme daha hızlı şekilde hissedilecektir. Dünyada en çok korunan pazarlar tarım ve gıda ürünleri pazarlarıdır. Bu da ticaretin serbestleşmesi ile oluşacak etkilerin diğer alanlara göre çok daha yoğun olacağı anlamına gelmektedir. DTÖ ve AB düzlemindeki uluslar arası politika gelişmeleri pazar fiyatı desteğinden doğrudan desteklemelere geçişi öngörürken iç fiyatlarla dünya fiyatları arasındaki farkın daralması beklenmektedir.

Wijnands vd. (2006)'ye göre Porter'ın Kuvvet Modeli gıda sektöründeki yüksek rekabete ışık tutmaktadır. Birçok gıda sanayiinde ölçek ekonomisi ve azalan firma sayısı gözlemlenmektedir. Ürün farklılaştırma, ürün değiştirme maliyetlerinin yüksek oluşu ve dağıtım kanallarına giriş zorluğu ve yeni ürün arzı gibi hususlar sektöre giriş engeli olarak öne çıkmaktadır. Gıda üreticileri perakendecilere az sayıda, aynı standart ve kalitede ürün sağlarlar. Dolayısıyla perakendeciler kolayca gıda üreticisini yani tedarikçilerini değiştirebilirler. Bu durum az sayıda perakendecinin gıda üreticilerine karşı daha güçlü olmalarını sağlar. Süpermarketler fiyat belirleme gücüne sahiptirler ki bu durum tedarikçiler açısından olumsuzdur. Üreticiler ise birincil üreticilerle karşı karşıyadırlar ve perakendeciler gibi piyasa gücüne sahip değildirler. Çünkü üreticiler küçüktür ve çok sayıdadırlar. Arz sınırlayıcı politikalar varsa bunlar da üreticileri olumsuz etkilemektedir.

Gıda hammaddesi ile alan rekabeti içinde olan biyoyakıt üretimi de giderek artan bir önem kazanmaktadır. ABD ve AB özellikle üretimin artırılması yönünde politikalar izlemektedir. Biyoyakıt üretimi tarımsal üretimde, alan kullanımında, ticarete ve fiyatlarda önemli kaymalara neden olmaktadır. Biyoyakıt üretimi ile ilgili en temel politika sorularının başında az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde gıda güvencesizliği doğmakta ve sera

gazi üretimi üzerindeki etkilerinin düşünüldüğü kadar düşük olmaması gelmektedir (Anonim, 2007).

Tarımsal üretimle giderek daha yakından ilişkilendirilen küresel ısınma konusu ve etkileri de önümüzdeki yıllarda gıda üretimi ile ilgili konularda akılda bulundurulması zorunlu alanlardan birisi haline gelmektedir.

Gıda arz zinciri bir yandan maliyetlerin ve fiyatları düşürme yönünde çaba harcarken diğer yandan giderek sofistike bir hal alan tüketici tercihlerine yanıt vermek zorunda kalacaktır. Tamamen talep orijinli çalışmak zorunda kalacak olan sektör stok maliyetini minimize ederek faaliyet karını belirli bir seviyede tutmayı amaçlayacaktır. Bu durumda arz zinciri yeniden organize olacak bilgi teknolojileri ve koordinasyon en önemli konular haline gelecektir. İnternet kullanımının da dağıtım kanalları açısından çok daha etkin bir hale geleceğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle süt, meşrubat ve patates gibi tekrar eden alışverişlerde internetin çok daha sık kullanılacağı öngörülmektedir.

Küreselleşme etkisinin küçük ve orta ölçekli firmalar içinde bir değişim gerektireceği söylenebilir. Özellikle artan rekabet bu türden firmaları daha yenilikçi olmaya itecek yenilikler ise firmanın artan rekabette ayakta kalmasına yardım edecektir. Küçük ve orta ölçekli firmalara ürün geliştirme konusunda hükümetler tarafında sağlanacak alt yapı ve teşvikler sorusu da önemli olacaktır.

Gıda işleme pazarının yapısı da yatırımlar ve uluslararası ticaret tarafından belirlenecektir. Firma birleşmeleri, stratejik ortaklıklar ve doğrudan yabancı yatırımlar pazarın yapısı üzerinde doğrudan etkili unsurlar olarak belirlenebilir.

Gıda işleme sanayi ve perakendeciler, son yıllarda giderek artan bir şekilde tüketici talebindeki eğilimi sağlık, kolaylık ve memnuniyet üzerinde yoğunlaşacağını belirtmektedirler. Tüketiciler aynı zamanda çevre dostu ve sosyal olarak sorumlu üretim yöntemleri ve ürünler talep etmektedir. Perakendeciler bu talep karşısında müşteri ilişkileri konusunda yeni stratejiler ile çok daha detaylı bilgiyi son tüketiciye ulaştırma gayreti içine girmişlerdir (Anonim, 2007).

Gıda endüstrisinde AR-GE'nin önemi büyüktür. Piyasadaki yeni ürünler temel olarak eski olanların değişimidir. Yenilikler; daha fazla süreç, pazarlama ve yönetim güdümlü olup temel bilime dayalı teknoloji itimi özelliği daha azdır. Tarım ve gıda endüstrileri, (en azından bazı ülkelerde) diğer endüstrilerdeki (Bilgi ve İletişim Teknolojisi, lojistik, pazarlama gibi) temel yenilikleri uygulamadaki yüksek hızlarıyla bilinmektedir. KOBİ'lere yönelik teknoloji transferi, çoğu alandaki sınırlı yönetim kapasitesi ve talep yönetim işlerinden ötürü sorunludur. Gıda endüstrisi girişimlerinin %50'sinden fazlasını oluşturan KOBİ'ler, büyük uluslararası şirketlerden daha

fazla sorunla karşı karşıyadır. Gıda mevzuatı açısından da KOBİ'lerin en büyük engelleri gıda hijyeni ve etiketlemedir.

Gıda alanında faaliyet gösteren çok büyük firmalar ve küçük ve orta ölçekli firmalar arasındaki rekabet daha da kızışacaktır. Büyük firmalar teknolojik yenilik alanında avantajlı olsa da küçük ve orta ölçekli firmalar gurme ya da butik tarz üretimleri ile çok daha esnek bir piyasada kendilerine yer bulacaklar. Bu esneklik küçük ve orta ölçekli firmaların en büyük avantajıdır. Ancak KOBİ'lerin finansman sağlamada karşılaşacakları zorluklara da işaret etmek gerekmektedir.

Önümüzdeki dönemde büyük işletmeler sektörde söz sahibi olurken, %95'i KOBİ olan gıda sektöründe küçüklerin yukarıda değinilen yeni yatırım ihtiyaçları, uygulamaya konacak olan Basel-II kriterlerinin finansman maliyetlerine yansması rekabet edebilirliği azaltacak ve konsolidasyonu hızlandıracaktır (BCBS, 2007).

Bu gelişmelerin sonucunda milli gelire katkısı ile kıyaslandığında zaten finans piyasalarından aldığı pay 2001 yılında %7.6'dan 2007 yılında %4.1'e düşen sektörün payının (TÜİK, 2007), önümüzdeki dönemde alacağı payın daha da azalacağı, diğer olumsuz faktörler yanında finans maliyetinden kaynaklanan üretim maliyeti ve fiyat dezavantajı sonucunda rekabet gücünün azalabileceği söylenebilir.

Tüketicinin sağlıklı gıda talebi ve etik hususlara yaklaşımı, ahlaki değerler (hayvan refahı), hane halkı sayısındaki artış nüfus artışından daha yüksektir. Bireyselleşme ve tercih farklılaşması artacaktır. Bu gelişme kişi başına satın alınan gıda paketi miktarını ve talebi artırmaktadır. Çalışan sayısı ve yemek hazırlama için zaman kısıtı gıda hizmetlerine talebi güçlendirmektedir. Daha çok yaşa bağlı olarak gelişen sağlıklı gıda talebi de sektörün çekici gücü olarak ortaya çıkmaktadır. Yüksek gelir tüketicilerin hayvan refahı, çevre-dostu üretim ve adil ticaret gibi etik değerlere daha çok yönelişe sebep olmaktadır. Gıda güvenliği bilinci gıda ile ilgili bilgiye talebi artırmaktadır (Wijnands vd., 2006).

Teknoloji ve biyoteknolojide gelişmeler de sektörü etkileyecektir. Radyo dalgaları tanımlama teknolojisi gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile gıdada geriye doğru izlenebilirlik (traceability) fiziksel temas olmaksızın yapılabilecektir. İnsan metabolizması ile ilgili bilgi birikimi biyo-aktif maddelere talebi artırmaktadır. Bu gidiş fonksiyonel gıda üretimini doğurmaktadır. Sağlıkla ilgili bir ihtiyaca dönük gıda üretimi yaygınlaşmaktadır. Nano-teknolojilerin de gıda endüstrisinde kullanımı söz konusu olduğunda sektör daha da farklılaşacaktır. Paket açılmadan gıdanın ne kadar taze olduğu anlaşılacaktır. Biyoteknolojinin kullanımı ise hammaddeden başlayarak yerini almış durumdadır (Wijnands vd., 2006).

5. Sonuç

Tanımlı itibariyle farklı şekillerde ifade edilen rekabet gücü kavramı kısaca GSYİH'yi artırırken aynı zamanda dünya pazarlarında sürdürülebilir bir yer tutmak anlamındadır. İktisat yazınında çok sayıda çalışmada farklı sektörlerde indeks bazlı rekabet gücü göstergeleri hesaplanmıştır. Rekabet gücünü dış ticaret verilerine dayanarak ölçmek ve politika geliştirmek yanıltıcı sonuçlar ortaya çıkarır. Dış ticaret verilerinin ötesinde birçok faktör bu yapıda etkilidir.

Rekabet gücü göstergelerine dayalı olarak oluşturulan politikalar ve stratejilerin eksik kalabileceği tezinden hareketle, bu çalışmada, rekabet gücü göstergeleri hesaplamasına gidilmemiş, bunun ötesinde rekabet gücüne etki eden bir takım unsurlar öne çıkarılmaya çalışılmıştır. Bunlar: 1) Rekabet gücü çok boyutlu bir kavramdır, göstergeler bir sonuçtur; 2) Sektörle ilgili politika oluşturmada bu çok boyutlu yapıyı göz önünde bulundurmamak gerekir; 3) Bir sektörün rekabet gücü tüm zamanlar için belirlenemez. Pazar ve teknoloji şartları değiştikçe rekabet gücü de değişmektedir. Bu tespitlere ilave olarak dünyada biyoyakıt, AR-GE, KOBİ, finansman, tüketici yönelişleri gibi gıda sektörü ile ilgili gelişmelere ve yapılan tartışmalara da işaret edilmiştir.

Kaynaklar

- Aktan, C. C. (2004), Rekabet Gücü Kavramı, <<http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-kabet/kavram.htm>>, (Erişim: 16.04.2008)
- Anonim. (2007) "The Food Economy: Global Issues and Challenges. Final Report". 18-19 October 2007, Organized by Netherlands Ministry of Agriculture, Agricultural Economics Research Institute (LEI) and OECD. Landbouw, Nature and Voedselkwaliteit.
- BCBS, (2007) Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) <http://www.bis.org/bcbs/aboutbcbs.htm>.
- Çoban, O. (2003) "Endüstri İktisadı ve Oyun Teorisi: Rekabetin Analitik Bir İncelemesi", Ekin Kitabevi, Bursa.
- Çoban, O. ve Çoban, S. (2004) "Globalleşme İndeksiyle Türkiye'nin Rekabet Gücünün Ölçülmesi: AB Ülkeleriyle Bir Karşılaştırma; 1970-2001". Türkiye-Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 10, s: 163-175.
- DPT, (2007) "Yıllık Program Destek Çalışmaları" <http://ekutup.dpt.gov.tr/program/program.asp>
- Ertunç, M. (2008) Röportaj. Gıdahattı Dergisi Nisan-Mayıs, İstanbul.
- Fischer, C. ve Hartmann, M. (2003) "Measuring International Competitiveness Across Countries- An Application to the Global Food Industry". Paper Submitted for the 25th International Conference of Agricultural Economists. Reshaping Agriculture's Contribution to Society, 16-22 August. Durban, South Africa.

- Fisher, C. ve Schornberg, S. (2006) "The Competitiveness Situation of the EU meat Processing and Beverage Manufacturing Sector". Paper prepared for presentation at the 98 th EAAE Seminar 'Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives', Chania, Crete, Greece as in: 29 June - 2 July.
- Fisher, C. ve Schornberg, S. (2007) "Determinants of Sector Competitiveness and Implications for the EU Food and Drink Manufacturing Industries". International Food and Agribusiness management Association, 17th Annual World Forum, Symposium and Case Conference, June 23-26, Parma, Italy.
- Kafalı, M.A., Dündar O. S., Eşiyok, B.A. ve Karaca, M.E., (2006) "İmalat Sanayi Ürünlerinin Dış Ticaretteki Rekabet Gücüne Göre Değerlendirilmesi", Türkiye Kalkınma Bankası, ESAM, Ankara.
- Kesbiç, C.Y., E. Baldemir, S. Cengiz (2005) "Türk Tarım Sektörünün Rekabet Gücü: Bir Model Denemesi". Uluslararası Rekabet Sürecinde Türkiye içinde, Ed. C.Y.Kesbiç ve M.Faysal Gökalp. Beyaz Yayınları, s.269-301, İstanbul.
- Kıymaz, T. (2008a) "Dünya Tarım Piyasalarında Serbestleşmenin Türk Tarımına Fiyat ve Gelir Yönünden Yansıması", DPT, Ankara.
- Kıymaz, T. (2008b) Gıda Sanayiine Genel Bakış. Gıda Teknolojisi Dergisi Aralık 2007, Sayı 12:38, İstanbul.
- Kibritçioğlu, A. (1996). "Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım", Verimlilik Dergisi, 96(3), 109-122.
- Küçükiremitçi, O. (2006) "Dış Ticaretteki Rekabet Gücüne Göre Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi", Türkiye Kalkınma Bankası ESAM, Ankara.
- Rekabet Kurulu. (2007) "Nazar Gıda sanayii ve Ticaret A.Ş.'nin hisselerinin tamamının Şeref Makromarket Gıda San. ve Tic. A.Ş.'nin kontrolüne sahip Şeref SONGÖR, Mustafa SONGÖR, Mehmet SONGÖR, Uğur SONGÖR ve Osman SONGÖR tarafından devralınması" Dosya karar raporu, Karar Sayısı: 07-30/293-110 Karar Tarihi: 5.4.2007.
- TKB. (2006) "Gıda Sanayii Envanteri", Yayınlanmamış. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara.
- Tozanlı, S., Donduran, M. ve Atay, A. (2007) "Uluslararası Rekabet Stratejileri: Türkiye Gıda sanayii, TÜSİAD Yayın no: T-2007-09-442, İstanbul.
- TÜİK (2004) "İmalat Sanayinde Yoğunlaşma", Ankara.
- Wijnands, J.H.M. van der Meulen, B.M.J. ve Poppe, K.J. (eds), (2006) "Competitiveness of the European Food Industry: An Economic and Legal Assessment 2007". European Commission, Enterprise and Industry, November, LEI, The Hague.