



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI
2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ



KIRIKKALE İLİ GIDA SEKTÖRÜ
SEKTÖR ve YÖNETİCİ ANALİZİ



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI
2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

Proje Koordinatörü: KTSO Başkanı Ahmet Varlı

Proje Sekreteryası: Ahmet Şerbetçioğlu

Proje Yürütücüsü: Prof. Dr. Adnan Akın

Proje Ekibi:

Öğr. Gör. Dr. Edib Ali Pehlivanlı

Öğr. Gör. Mahmut Şaylıkay

Arş. Gör. Dr. Esra Ulukök

Yönetici Özeti

Gıda sektörü, insanların yaşamlarının temel saiki olan ürünlerin üretilmesi, işlenmesi ve hedef kitlelere ulaştırılmasına ilişkin tüm süreçleri içermektedir. Sektör açısından, gıda ürünlerinin üretimi hedef kitlelere ulaştırılması, dağıtımını satışı da bir o kadar titizlik gerektirmektedir. Gıda sektörünün varlığı ve devamlılığı tüm sektörler dikkate alındığında insani gereklilik açısından oldukça öncelikli önem arzettiğinden genel büyümenin de temel unsuru konumundadır.

Sektörü, et ve balık ürünlerinden, süt ürünlerine, tüm içecek ürünleri üretiminden çoklu ve çeşitli imalata kadar geniş bir yelpazeyi çerçevelemektedir. Bu sektör, bu yönüyle yalnızca hedef kitle için nihai ürünlerin üretilmesini değil, ikincil olarak da tali düzeydeki üretim işlevinde sektör girişimcileri için girdi teşkil eden yarı mamul ürünlerinin niteliğini de önemle konu edinmektedir. Gıda sektörü gerek sektörel üretim gerek istihdam sağlayıcı rolü açısından ulusal ekonominin ileri sektörleri arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada, Orta Anadolu ili olarak özellikle savunma sanayiinde önemli yere sahip bir il olan Kırıkkale'nin gıda sektörü içerisindeki konumunu, ürünler, girişimciler, sektörel kurumsallaşma düzeyi başta olmak üzere gerek yöneticiler gerekse nitelik değerlendirmesine tabi tutarak, yönetici profilinden kaynaklı gelecek projeksiyonu yapmaya yönelik veriler elde etmektedir.

Gıda Sektörü Kapasite Tesbiti Çalışması, bölge sektör temsilcileriyle birlikte, sektör sorunları ve çözüm önerileri bağlamında gerçekleştirilen *Çalıştay* ve firma temsilcilerine yönelik yürütülen kapasite tespitini öngören bir anket uygulaması bağlamında *GZFT, Öncelik ve İhtiyaç Analizi* olmak üzere 2 ayrı çalışmayı kapsamaktadır.

Çalışma mevcut durumu ortaya koyma yanında geleceğe yönelik beklenti, hedef ve öngörülmemelerde bulunmayı da içermektedir. Çalışmada öncelikle araştırma kapsamındaki nitel ve nicel verilerin toplanarak bulguların değerlendirilmesi ile analizler gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında, sektöre ilişkin stratejik hedeflerin ve önerilerin, sektör karar alıcıları tarafından uygulanabilirliğine ilişkin bazı tespitler ortaya konmuştur.

Gıda sektörü çalışması sonunda oluşan Rapor, sektörü sadece İl bazında değil Dünya ve Türkiye ölçeğindeki genel durumuyla da ele alan bir içeriğe sahiptir. Bu Raporun



hazırlanmasında, proje fikrinin desteklenmesi ve yürütülmesinde Sayın Başkan Ahmet Varlı başta olmak üzere tüm KTSO yönetiminin çok değerli katkıları sözkonusudur.

Dünya, Türkiye ve Kırıkkale İli'nde Gıda Sektörünün Durumu

Gıda sektörü, 2000'li yılların stratejik olarak en avantajlı 7 sektöründen biri olarak gösterilmektedir. İnsanlık için oldukça önem teşkil eden gıda sektörü gerçek potansiyelin her yıl düzenli olarak büyüdüğü ve pek çok sayıda yatırım yapılması gereken segmentlerin ortaya çıkması gerektiğini ifade etmektedir. Dünya gıda devleri gerçek gıda potansiyelinin şu anda telaffuz edilen rakamların iki, üç katı olacağı görüşünde hemfikir olmuş durumdadır. Buna göre, gıdaya dönük holdinglerin bu sektöre yatırım yapma gerçeğini açıkça ortaya koymaktadır.

Türkiye gıda sektöründe ekmek üretiminde birinci sırada yer almaktadır. Buna karşılık diğer gıda kalemlerinde kişi başına düşen tüketimlerde Avrupa ülkelerine oranla daha az miktarlardadır. Bunun ana nedenlerinden biri ise gıda alanlarında birçok alanın halâ boş ve yetersiz olduğunu gözlemlenmektedir. Türkiye'de arz ve taleplerde şu anda pazarın büyüklüğünü tam olarak kestirebilmek pek mümkün değil. Gayri safi milli hasılanın büyük bir kısmı gıda sektörünün içinde sirkülasyon yaratmaktadır. Tüketicilere gıda sektörü denilince akıllarda sebze, meyve yemekten oluşan ürünler oluşmaktadır. Gıda sektörü sadece bununla kalmayıp balık, et, buğday gibi alt segmentlerin de bulunduğu geniş sektörlerden biridir. Sektörün büyümesi için gıda yönetmeliği talimatları içinde, hijyen şartlarda üretilen paketli ürünlerin tüketilmesi gerekiyor (Danabaş, M. S., (<https://www.gidaturk.com.tr/2020/05/turkiyede-gida-sektoru/>; E.T: 15.06.2020).

Dünyada gıda sanayi ve perakendeciliği ekonomik açıdan son 10 yılda giderek büyüyerek hayatımızı daha çok etkileyen bir konuma gelmiştir. Bu alanda sıkça spekülasyon davranış ve haksız kazançlar söz konusu olabilmektedir. Bu durum açlık için daha büyük bir tehlike anlamına gelmekte ve etkileri ülkemizde de hissedilmektedir. İnsanların temel gereksinim ürünlerinin büyük ölçülerde kârlılığa konu olması tehlikeli bir durumdur. Bu yapı insanların gıdaya ulaşmasını sorunlu kılacak, hatta zorlaştıracaktır. Son yıllarda dünyada gıda fiyatları arz-talep dengesi, küresel ısınma ve teknik nedenler yanında spekülasyon hareketlerinden etkilenecek belirlenmektedir.

AB gıda ve içecek sanayi 2017 yılında 23 milyon \$ ile en fazla ABD'ye ihracat gerçekleştirmiştir. Çin, İsviçre ve Japonya AB'nin diğer önemli ihracat partnerleridir. AB ithalatında da lider konumda olan ABD'yi Brezilya, Norveç ve Çin takip etmektedir. Türkiye



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

ise 5,1 milyar dolar ile konumda olan ABD'yi Brezilya, Norveç ve Çin takip etmektedir. Türkiye ise 5,1 milyar dolar ile AB'nin en büyük 5. ithalat partneri konumundadır.

Türkiye her geçen yıl dünya gıda ve içecek pazarında daha etkin bir oyuncu olma yolunda ilerlemektedir. Türkiye, gıda alanında üretim gücünü tarımsal üretimden almaktadır. Aynı zamanda Türkiye FAO verilerine göre 2016 yılı itibariyle 64 milyar dolarlık gıdaya yönelik tarımsal üretimi ile dünyanın 10. büyük tarım ülkesi konumundadır. Türk gıda ve içecek sektörü, yabancı yatırımcılar için en cazip alanlardan birini oluşturmaktadır. Küresel yatırımcılara kârlı yatırım fırsatları sunduğundan sektörde 2010 yılından bu yana yaklaşık 89,5 milyar ABD doları tutarında doğrudan yabancı yatırım yapılmıştır. 2012 yılında imalat sanayine (51.953 milyar dolar) yapılan uluslararası doğrudan yatırımların önemli bir bölümü; yaklaşık %28 kadarı (14.505 milyar dolar) gıda, içecek ve tütün ürünlerine yapılmıştır. 2014 yılında ise sektörde Türkiye'de yapılan uluslararası doğrudan yatırımların tutarı 12,3 milyar dolar olmuş ve 2015 yılının tamamında ise bu rakam 11 milyar dolar olarak gerçekleşmiş, 2017 yılında ise yabancıların yatırımları 11,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Son yıllarda tohumculuk ve organik tarımdaki gelişmeler ciddi yatırım alanları olarak girişimcileri beklemektedir. Dünya'da organik tarım hızla gelişme göstermektedir. Son 20 yılda Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya'da organik ürüne talep artmıştır. Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) ve FIBL Araştırma Enstitüsü'nün yayınladığı Şubat 2017 raporuna göre Organik tarım alanları, son 15 yıl içinde % 356 genişleme göstererek 14.9 milyon hektardan bu rakamlara ulaşmıştır. En fazla organik tarım arazisine sahip ülkelerin başında ise 22.7 milyon hektar ile Avustralya gelmektedir. (toplam organik alanların % 45'i). Onu 3.1 milyon hektar ile Arjantin ve 2 milyon hektar ile ABD, 2 milyon hektar İspanya ve 1.6 milyon hektar ile Çin izlemektedir.

Ayrıca, tüm dünyada organik gıda pazarının; dünya organik tarım ticaretine ve iç pazar tüketimine konu olan değeri 59 milyar dolardır. Bu değer % 45'i ABD tarafından gerçekleştirilirken, bunu Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada ve İtalya izlemektedir. Dünya'da kişi başına en çok ürün tüketen ülkeler arasında İsviçre, Danimarka, Lüksemburg, İsveç, Almanya, ABD, Kanada ve Fransa gelmektedir. Türkiye'de de organik tarım alanında devam eden reformlarla birlikte alt sektöre yönelik artan uluslararası ilgi karşılanmaya çalışılmaktadır. Türkiye şu anda ürettiği neredeyse tüm sertifikalı organik gıda ürünlerini, çoğunluğu Avrupa olmak üzere (yaklaşık % 85'ini) ihraç etmektedir. GAP tarafından yürütülmüş olan GAP Organik Tarım Kümesi Projesi, bu bölgenin ve Türkiye'nin organik



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

üretim kapasitesini yükselmiş olup benzer projelerin yürütülerek potansiyelin daha da geliştirilmesi beklenmektedir.

Gıda sanayi, hammaddesinin büyük bölümünü tarım sektöründen elde etmektedir. Yapılan bir değerlendirmeye göre ülkemizde tarımsal ürünlerin ortalama %35-40'ı sanayide değerlendirilirken, bu oran gelişmiş ülkelerde %60-80 arasında değişmektedir. Alt sektörler bazında bu oran %3 ile 100 arasında değişmektedir. Yeterli hammadde üretimi yanında, kaliteli, istikrarlı ve sürdürülebilir hammadde üretmek de oldukça önemlidir. Türkiye’de gıda ve içecek sanayine ilişkin KOBİ’ler hemen hemen her yerde bulunmaktadır. Gıda ve içecek sanayine ilişkin bölge bazında kümelenmenin sırasıyla Marmara, Ege, İç Anadolu ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaştığı görülmüştür. İl bazında bakıldığında ise; İstanbul, İzmir, Gaziantep, Ankara, ve Bursa illerimizde gıda ve içecek ürünlerinin imalatına yönelik işletmelerin ağırlık kazandığı tespit edilmiştir.

İmalat sanayinin öncü sektörlerinden olan gıda ve içecek sanayinin, kapasite kullanım oranı (KKO) Merkez Bankası’nın sektörde faaliyet gösteren işyerlerine yaptığı anket verileri neticesinde gıda ürünleri imalatı 2018 yılı verileri bir önceki yıla göre 0,6 puanlık bir düşüş yaşarken 2010 yılına göre 0,93 puanlık bir artış yaparak % 72,95 olmuştur. İçecek sanayinde ise bir önceki yıla göre 1,49 puanlık artış, 2010 yılına göre ise 0,67 puanlık bir düşüş yaşanmıştır ve 2018 yılında sektörün kapasite kullanım oranı % 67,53 olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılı dönemi SGK kayıtlarına göre 14.477.817 sigortalı çalışandan 3.668.237’si imalat sanayinde olup bunlardan 446.064’ü gıda ürünleri imalatında, 15.625’ü ise içecek imalatında çalışmaktadır. TÜİK İstihdam Endeksi, 2018 yılında gıda ürünleri imalatı sektöründe bir önceki yıla göre 2,05 puan, içeceklerin imalatı sektöründe ise yaklaşık 5,27 puan artmıştır. TÜİK verilerine göre; 2017 yılında 113,9 olan yıllık ortalama gıda sektörü üretim endeksi, 5,4 puanlık bir artış göstererek 2018 yılında 119,3 olarak gerçekleşmiş ve pozitif yönlü trendini korumuştur. İçecek sektöründe de 11,4 puanlık bir artış yaşanmış ve 2018 yıllık ortalama üretim endeksi 120,6 olarak gerçekleşmiştir. TÜİK 2017 Faktör Maliyetiyle Katma Değer İstatistikleri’ne göre; gıda sanayinde faaliyet gösteren işletmeler tüm imalat sanayi sektörleri içinde en yüksek katma değeri oluşturmuşlardır. Gıda ve içecek sanayi sektör toplam katma değeri, 2010 yılında 13,04 milyar TL iken, 2017 yılında yaklaşık % 200 oranında artarak 39,2 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Gıda ve içecek imalatı sektörü 2017 yılında yaklaşık 253,6 milyar TL ciro elde etmiştir. 2017 yılı gıda ve içecek sanayi net satışlarının sanayi sektörü içindeki payı ise %14,95 olarak gerçekleşmiştir. TÜİK’in verilerine göre 2016 yılında gıda ve içecek sektöründe toplam 167,5 milyon TL değerinde ar-ge harcaması yapılmış olup bu değer



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

2017 yılında 243,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında bir önceki yıla göre imalat sanayinin ve sektörün ar-ge harcamalarında artış yaşanmıştır. Sektör, 2017 yılında imalat sanayi ar-ge harcamalarının %2,5'ini gerçekleştirmiş olup bu oranda önceki yıla göre artış yaşanmıştır. Ülkemiz, gıda ve içecek sektörü ile dünyanın 22'nci büyük ihracatçısı konumunda yer almaktadır. Gıda ve içecek sanayinin ihracatı 2014 yılında 12,7 milyar dolar seviyesinden 2015 yılında 12,0 milyar dolara düşse de her yıl ekonomimize değer katarak dış ticaret dengesini artı olarak korumuştur. Ülkemizin bulunduğu bölgede yaşanan politik sorunlar neticesinde 2015 ve 2016 yıllarında ihracatta düşüş yaşanmış olsa da 2017 yılı ile birlikte tekrar artış trendine girerek 2018 yılında sektör ihracatı 12,3 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Sektör ihracatının toplam ihracat içindeki payı 2018 yılında %7,3 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye gıda ve içecek sektörü her yıl olduğu gibi 2018 yılında da yüksek oranda dış ticaret fazlası vererek ülke ekonomisine olumlu katkıda bulunmuştur. Gıda ve içecek sanayinde ihracatın ithalatı karşılama oranı 2013 yılındaki %195 düzeyinden 2018 yılında %224'lere yükselmiş olup, ülke ekonomisine olumlu katkısı devam etmiştir (T.C. Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, Gıda Ve İçecek Sektörü Raporu- 2019, file:///C:/Users/PC/Downloads/Gıda_Ve_Icecek_Sektor_Raporu_2019.pdf).

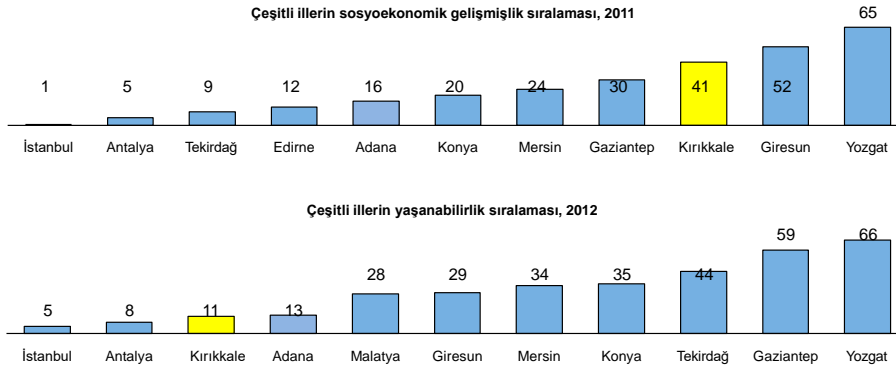
ABD ve AB ülkelerindeki ekonomik sorunları aşmak amacıyla küreselleşme akımı ile dünya ticaretinde liberalleşmenin sağlanması ve her ülkenin aynı kurallara uyması için Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (DB) gibi kuruluşlar kanalıyla çalışmalar yapmaktadır. Özellikle bu kuruluşlar, gelişmekte olan ülkelere tarımsal desteklerin kaldırılmasını ve tarımsal üretimlerin kısıtlanmasını istemektedir. Tarımsal üretimin kısıtlanması, desteklerin kaldırılması gıda üretimini ve ticaretini doğrudan etkilemektedir. Günümüzde 361 milyar ABD doları büyüklüğünde olan dünya gıda ticareti içinde, Türkiye %1 gibi oldukça düşük bir pay almaktadır. Sektör içinde önemli yer işgal eden bitkisel yağlar, hububat, süt ürünleri ve tavuk etinde ise ülkemizin payı %0,1 gibi çok daha düşük orandadır. Dünya ticaretinde 60 milyar ABD dolarının üstünde ihracata ulaşan su ürünleri ihracatında payımız sadece %0,3'tür. Dünyada talebi giderek artan ve ülkemiz koşullarının üretimine elverişli olduğu organik tarım ürünlerinin dünya ihracatı ise 21 milyar ABD dolarının üstündedir ve ülkemiz ihracatının payı sadece %0,2'dir. Dünyanın en önemli ekonomik ve sosyal birleşmesi olan ve sahip olduğu nüfus ve ekonomik karakteri ile uluslararası ticareti etkileyen AB'de, gıda sanayi önemli bir yere sahiptir. Bu sektörde elde edilen katma değer, yaklaşık olarak ulaştırma ve kimya sanayisinin katma değerine eşit

durumdadır. Nitekim AB’de gıda sektöründe en yüksek katma değer yaratan ülkeler sırasıyla Almanya (%23,2), İngiltere (%19,49), Fransa (%17,2), İspanya (%12) ve İtalya (%10,3)’dür. Türkiye’de gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların, her gün yeni bir tanesi açılan süpermarket, hipermarket, zincir marketler ve/veya AVM’ler karşısında rekabet avantajlarını kaybettikleri ve yok olma durumuna geldikleri bir gerçektir. Ancak, ortaya çıkan bu sorun karşısında ortak hareket etme kültürünün eksikliği ve CONAD gibi oluşumlara direnç göstermeleri, durumu daha da çözümsüz bir hâle sokmaktadır (Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi, Gıda Sektörü, T.C. Gümrük ve Ticaret Bak. Esnaf ve Sanatkarlar Gen. Md., Uluslararası Piri Reis Kültür Ajans., 2017, ss. 30-38).

Kırıkkale İli Sosyo-Ekonomik Durumu

Türkiye’nin Orta Anadolu bölgesi illeri arasında yer alan Kırıkkale 286.602 nüfusa sahiptir. Kırıkkale’nin 8 ilçesinin nüfusu ile birlikte 2017-2018 döneminde artış sağlanmıştır. Türkiye genelinde olduğu gibi Kırıkkale’de de çevre ilçelerden merkeze doğru bir kayma mevcuttur .

Tablo 1: İl Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyi



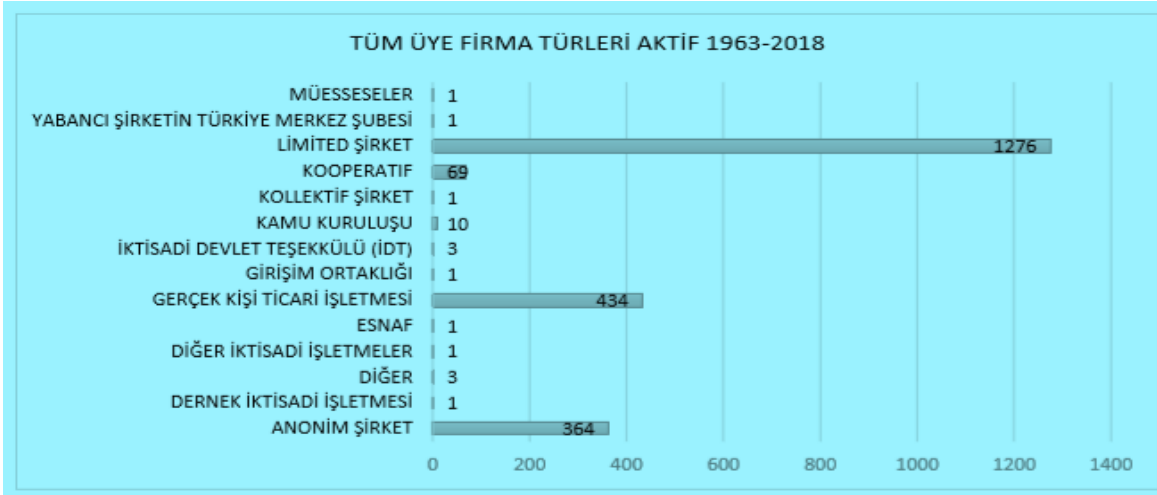
Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve CNBC-e

Kırıkkale ilinin Ülkemiz genel durumu dikkate alındığında ortaya çıkan sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere iyi sayılabilecek bir noktada olmamakla beraber kötü olarak değerlendirilebilecek bir düzeyde de değildir. Bunun yanında yaşanabilirlik düzeyine bakıldığında ise iyi olarak değerlendirilebilecek bir nokta da olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Öte yandan, ticari gelişmişlik ya da hareketlilik açısından bakıldığında ise 2018 rakamlarıyla limited şirket sayısının 1276 anonim şirket sayısının ise 364 olduğu görülmektedir. İl nüfusu

ve ticaret yollarının kavşağındaki bir konum için iyi sayılabilirlik düzeyinin altında olarak ifade edilebilecek bir oran söz konusudur. Bunda, Ülkemizin genel ekonomik-ticari atmosferinde son yıllarda yaşanan çok sayıda şirket kapanmalarının yaşanmasının Kırıkkale iline bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür.

Tablo 2: İl Toplam Firma Sayısı



2018 verilerine göre Odaya kayıtlı şirket türleri; Anonim Şirket, Dernek İktisadi İşletmesi, Diğer, Diğer İktisadi İşletmeler, Esnaf, Gerçek Kişi Ticari İşletmesi, Girişim Ortaklığı, İktisadi Devlet Teşekkülü (İdt), Kamu Kuruluşu, Kollektif Şirket, Limited Şirket, Yabancı Şirketin Türkiye Merkez Şubesi ve Müesseseler olmak üzere 14 farklı yapılanma söz konusudur (Tablo 2).

Tablo 3: İl'deki Ürün Gruplarına Göre İhracat Durumu

Gıda ürünleri ve içecek	11.940.311
Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat	2.423.252
Tarım ve hayvancılık	968.069
Kimyasal madde ve ürünler	931.969
Plastik ve kauçuk ürünleri	778.830
Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)	275.819
Metalik olmayan diğer mineral ürünler	126.556
Tekstil ürünleri	115.558
Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler	86.042
Motorlu kara taşıtı ve römorklar	18.013
Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazlar	8.047
Kağıt ve kağıt ürünleri	7.358
Taşocakçılığı ve diğer madencilik	5.100
Ana metal sanayi	4.549
Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları	3.919
Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler	1.104
2017 Yılı Toplam İhracat (bin dolar)	17.694.496

Tablo 3'e göre, 2017 yılı itibariyle gerçekleştirilen ihracatın ürün gruplarına göre dağılımı incelendiğinde, en önemli payı "gıda ürünleri ve içecek", "başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat" ve "kimyasal madde ve ürün" ürün gruplarının aldığı görülmektedir. Üç ürün grubunun ihracattaki payı 2017 yılında % 87, 2016 yılında ise % 88'dir (Kırıkkale İli Tarımsal Yatırım Rehberi, Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Tarımsal Yatırımcı Danışma Ofisi, Web: www.taryat.gov.tr, E.T. 02.10.2019).

Kırıkkale İli Mobilya Sektörü Temsilcileri Çalıştayı

Kırıkkale ilinde Gıda sektörü temsilcilerinin katılımıyla birlikte vizyon arayışları ve gelecek projeksiyonlarını ortaya konmasını hedefleyen bir çalışma yapılması öngörülerek, bir Çalıştay ve derinlemesine mülakat/anket yapılması sonrasında ortaya konacak Rapor ile İl Sektör Durumu 2019 yılı itibariyle durumunun tüm ilgili taraflara ulaştırılması/bilgilendirilmesi

amaçlanmaktadır. Çalıştaya katılımında tüm sektör temsilcilerinin katılımı yeterli olmamıştır; yaklaşık sektör temsilcisi katılımı mümkün olmuştur ve bu çalıştayda sektöre ilişkin sorunlar, teklifler bağlamında değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, araştırma kısmına ilişkin olarak yapılan anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu bulguların işlenmesi ile sektörün İl'deki durumu kapasite bilgileri elde edilmiştir. Anketlere sınırlı dönüşlerin olması, veri işleme ve yorumlamada hedeflenen bilgi ediniminin sağlanmasını sınırlı kılmıştır. Çalıştay ve anket araştırması sonucu bir durum tespiti yapılmıştır; böylece sektörün ildeki geleceğine ilişkin öngörülerinin elde edilmesi mümkün olabilecektir.

İl Gıda Sektörü Çalıştayı Başlıca Tartışma Konuları:

Gıda sektörü Çalışmanın ikinci ayağı, Sektör Temsilcileri ile yapılan Çalıştayda belli konular üzerinden müzakereler yapılması ve ortaya çıkan çok sayıda sorun içinden ittifak edilen sorun kümelerinin derinlemesine irdelenmesi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, Çalıştaya katılan Sektör Temsilcilerinin dile getirdikleri önemli/temel tartışma konuları şunlardır:

- Sektörün İl ekonomisi içerisindeki payı,
- Sektörün Ulusal büyüklüğü ve diğer sektörlerle karşılaştırılması,
- Sektör firmalarının tedarik zinciri içerisindeki işbirliği düzeyleri,
- Sektör firmalarının Ar-Ge potansiyelleri,
- Yerelde firmaların Ulusal ya da uluslararası teşvik ve hibe programlarından yararlanma durumları,
- Sektör firmalarının ulusal-yerel insan kaynağı, finans, satış vs. gibi açılardan büyüklük durumları,
- Firmaların ihracat-ithalat açısından mevcut durum.
- Yerelde profesyonelleşme ve kurumsal yönetim durumu,
- Sektörde marka ve patent sahipli düzeyi,
- Sektör firmalarının sahip oldukları belge ve sertifika düzeyi,

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, Kırıkkale ili Gıda Sektörünün mevcut durumunun örgütsel yapı, kapasite ölçümü, ihracat durumu, marka-patent sayısı, finansal yapı ile analiz edilmesi, sektörün gelişimine yönelik önerilerde bulunulması ve buna bağlı olarak sektörün geleceğine yönelik öngörülerde bulunulmasıdır.

Firmaların durum tespit ve ihtiyaç belirleme saha araştırması çerçevesinde, Kırıkkale Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı olan ve gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalara gerek yüz yüze

gerekse online olarak iletişime geçilerek anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen 43 firmaya ilişkin anketler analize tabi tutulmuştur. Üye sayısı belirtilen sayının hayli üstünde olmasına rağmen gerek anket uygulamasına katılım gerekse çalışmaya katılımın sınırlı olması dolayısıyla alınan verilerin toplamı temsili konusunda önemli kısıtlar oluşturduğunu belirtmek gerekmektedir. Kırıkkale ili mobilya sektörü verilerini inceleme sürecinde, doküman inceleme metodu kullanılarak, ikincil kaynaklar taranmıştır. Araştırma kapsamındaki değişkenlerin frekans analizi aşağıda şekil ve tablolarda değerlendirilmiştir.

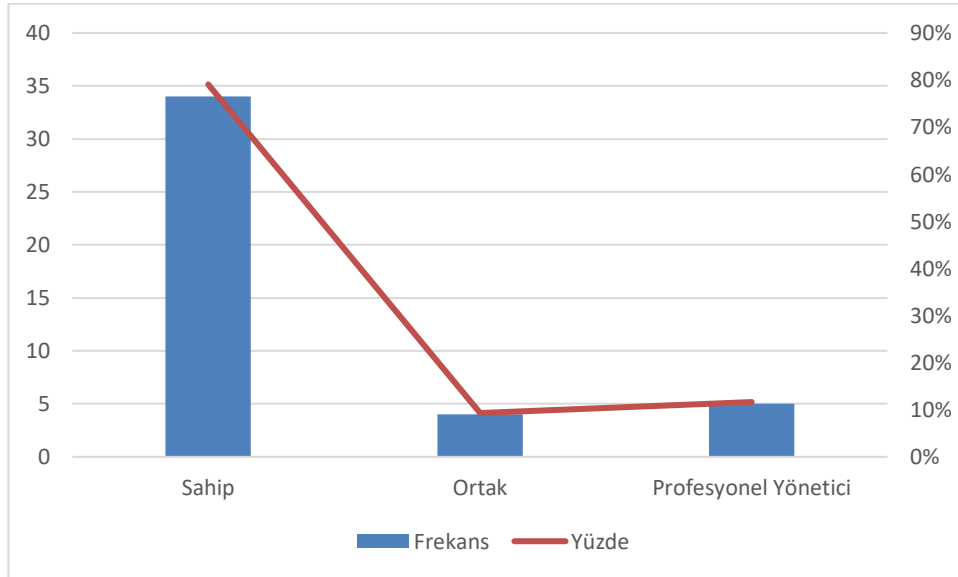
Kırıkkale Gıda Sektörü Sahip ve Yöneticilerine İlişkin Bulgular

İldeki gıda sektörü temsilcilerinin sektöre ilişkin tüm tespit ve değerlendirmelerinin alındığı çalışma sonrası bir gelecek projeksiyonu ortaya koymak, sınırlı katılım çerçevesinde elde edilen veri işlemeye dayalı olarak mümkün olabilmektedir. Bu kapsamda yürütülen anket çalışması verileri kapsamında ortaya çıkan bulguları aşağıdadır.

Tepe Yöneticilere İlişkin Demografik Bulgular

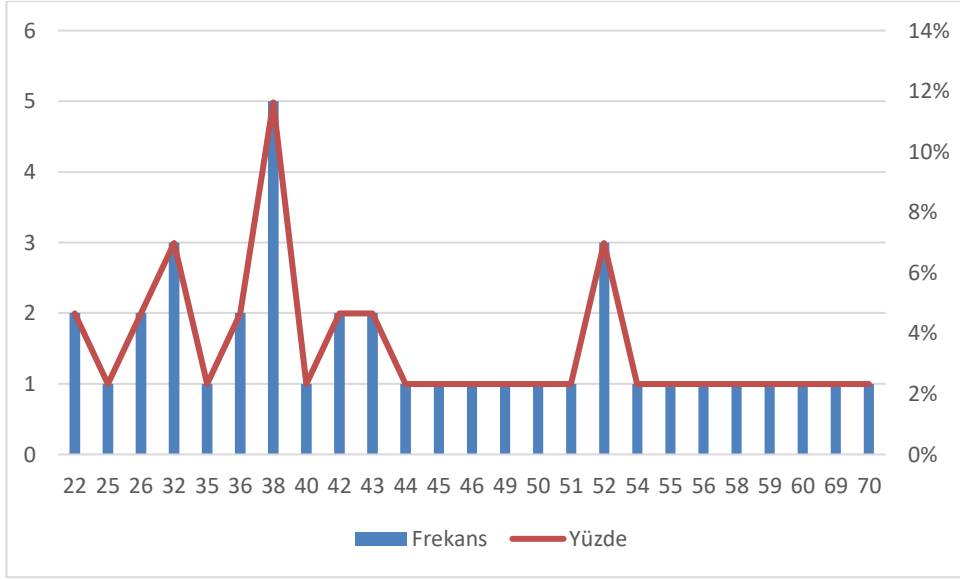
İşletme tepe yöneticisinin işletmedeki konumuna ilişkin verilerin dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 4: Profesyonel Yönetici Sayısı grafiği



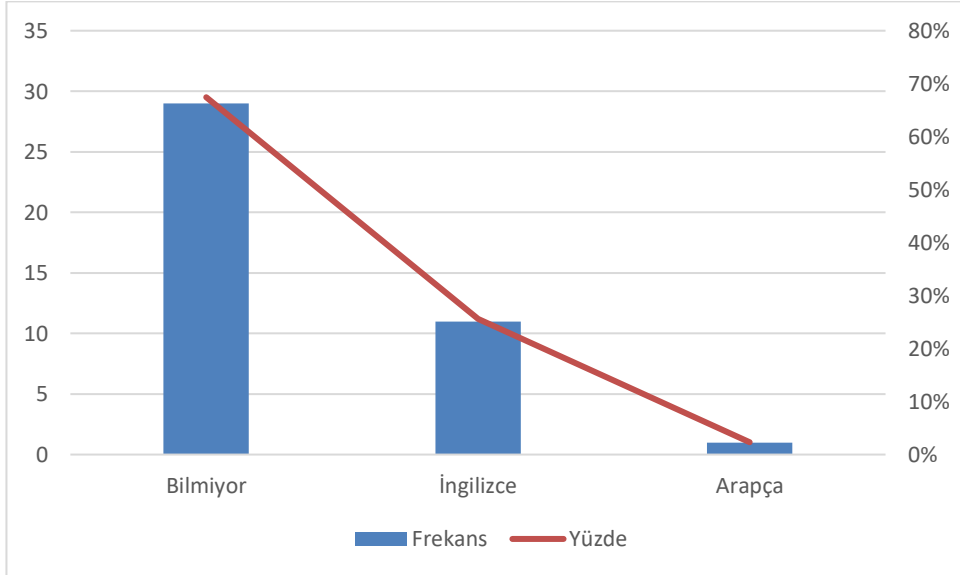
Ankete katılan işletmelerin tepe yöneticilerinin işletmedeki konumları incelendiğinde %79'unun işletme sahibi olduğu, %9'unun işletmenin ortağı olduğu, %12'sinin ise profesyonel yönetici olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Yönetici yaş aralığı grafiği



Tepe yöneticilerin yaş dağılımı grafiği incelendiğinde, yaşların 22 ile 70 arasında değiştiği, ortalamanın 43,5 olduğu tespit edilmiştir. Sektörün gelişimi için tepe yöneticilerin yaş ortalamasının 40'ın altında olmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Tablo 6: Yönetici yabancı dil bilgisi grafiği

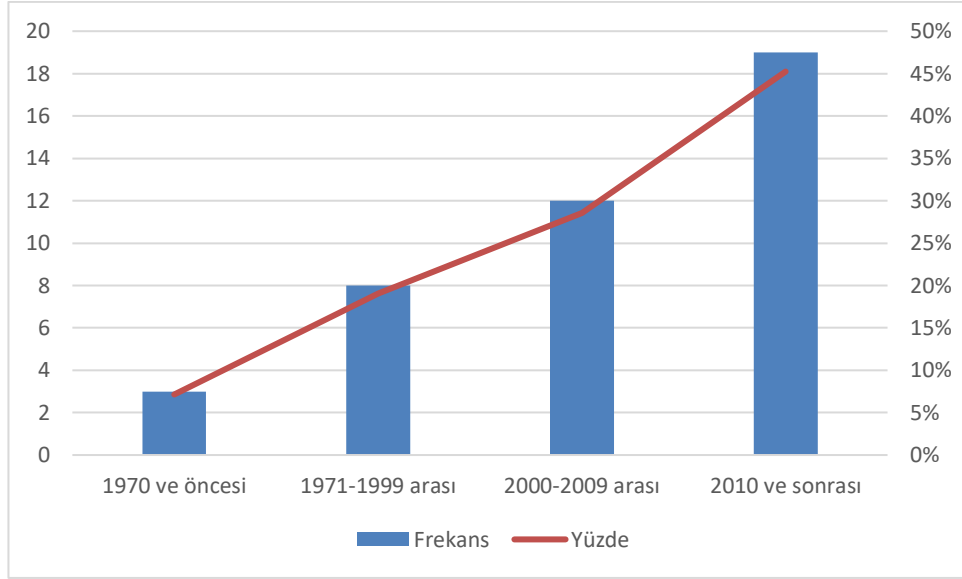


Gıda sektöründeki işletmelerin yabancı dil bilgisi değerlendirildiğinde, %67'sinin yabancı dil bilmediği, %28'inin ise bildiği belirtilmiştir. İşletmelerin tepe yöneticilerinin yabancı dil bilmesinin işletmenin özellikle ihracat potansiyelini artırması bağlamında önemli olduğu düşünülmektedir.

İşletmelere İlişkin Demografik Bulgular

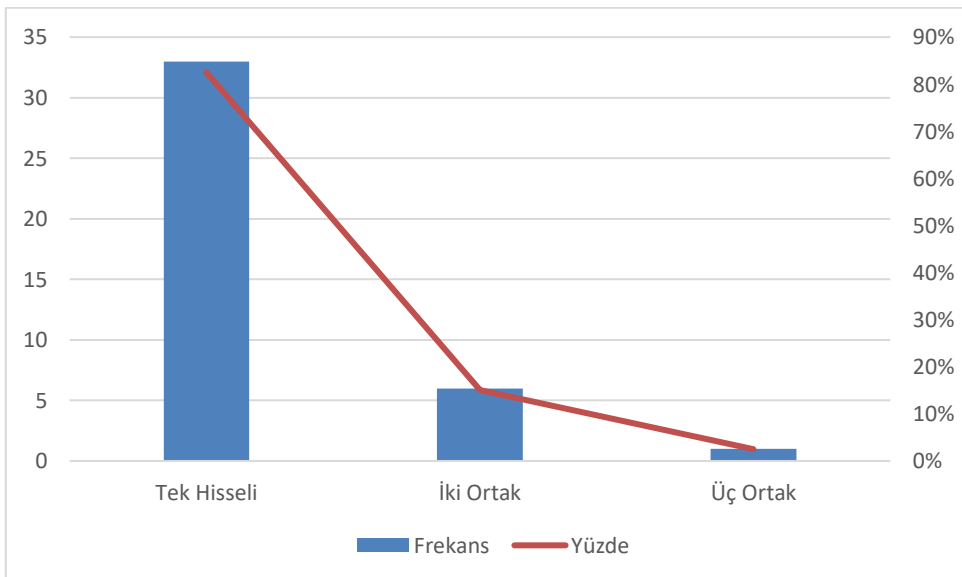
İşletmenin kuruluş yılı ve ortaklık yapısına ilişkin verilerin dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 7: Sektör kuruluş yıl aralığı



İşletmelerin kuruluş yılları incelendiğinde, 1970 ve öncesi (50 yaş ve üzeri) kurulan 3 işletme bulunduğu, 1971-1999 arası 8 işletme (%19) bulunduğu, 2000-2009 arası 12 işletme ve 2010 ve sonrası 19 işletme bulunduğu görülmektedir. Buradan işletmelerin ortalama kuruluş yılının 2003 yılı olduğu, diğer bir deyişle işletmelerin ortalama 17 yaşında olduğu tespit edilmiştir. Sektörün gelişimi için işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmelerinin önündeki engellerin kaldırılarak işletmelerin ömürlerinin uzatılmasının sektöre katkı sağlayacağı önerilmektedir.

Tablo 8: Sektör Firmaları Ortaklık Durumu

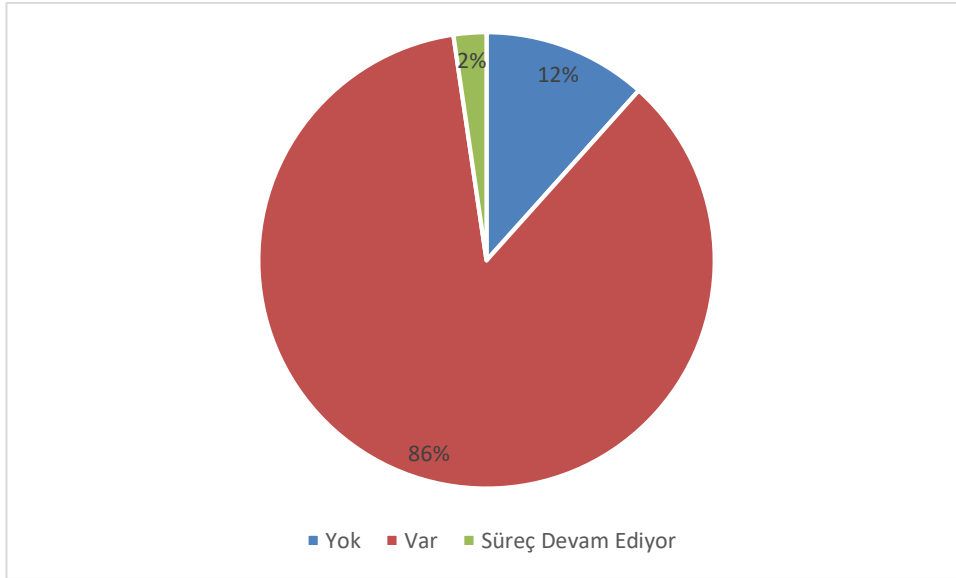


Ankete katılan işletmelerin ortaklık yapısı incelendiğinde %83'ünün tek ortaklı işletmelerden oluştuğu kalanların ise iki veya üç ortaklı olduğu görülmektedir. Sektördeki firmaların ortaklık kültürünün geliştirilmesinin sektörün/firmaların gelişmesine katkı sağlayacağı önerilmektedir.

Tablo 10: Firmalarının sahip oldukları belge ve sertifika düzeyi

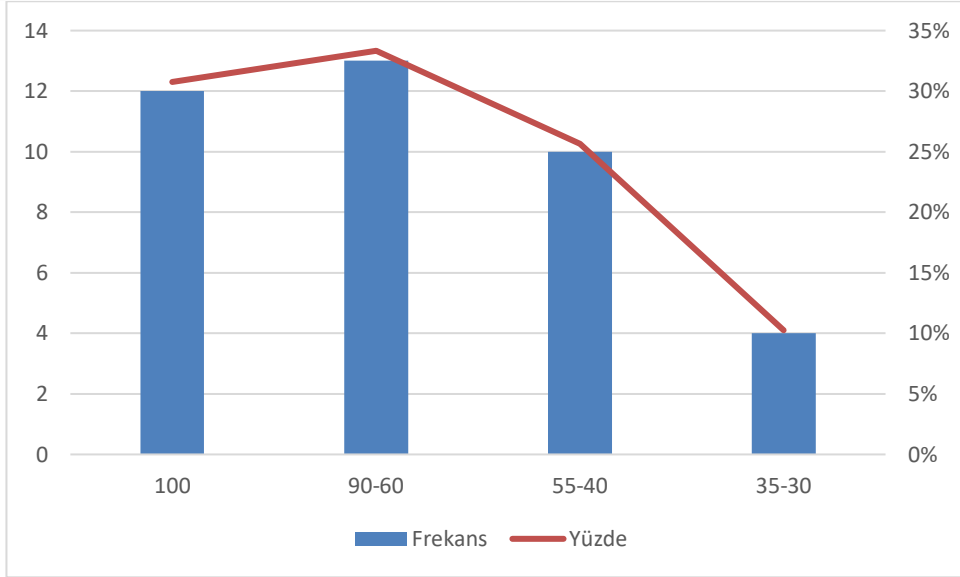
Ankete katılan gıda sektörü firmalarının sahip oldukları belge ve sertifikalar incelendiğinde yerel firmalardan yalnızca bir tanesinin ISO 9001 belgesine sahip olduğu bunun dışında Migros ve Carrefour gibi ulusal/uluslararası firmaların kalite ve gıda güvenliği yönetimi belge/sertifikalarına sahip olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak firmaların belge ve sertifikasyonlarının artırılmasının firmaların gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 9:



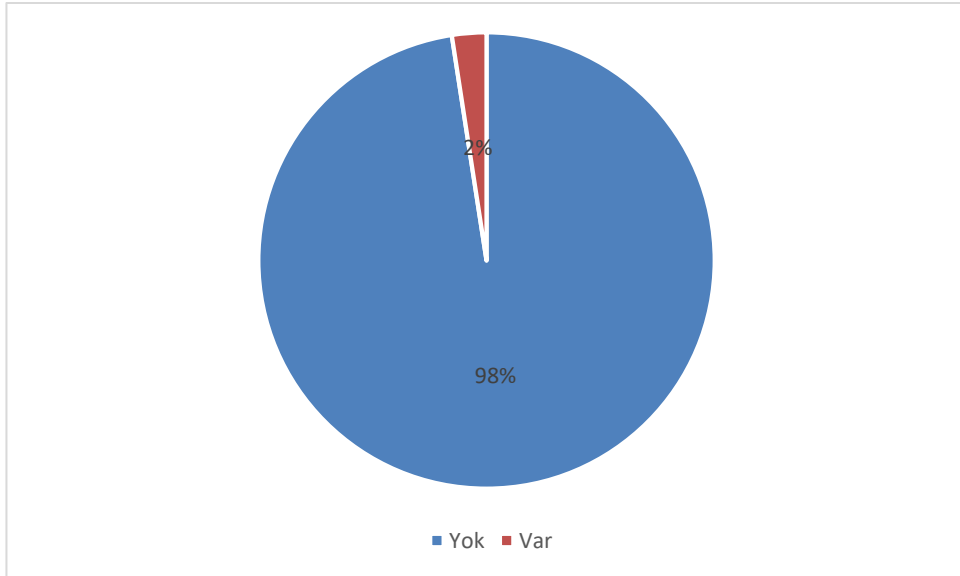
Tescilli marka ve patent sahipliğine göre ankete katılan firmalar incelendiğinde %86'sının tescilli marka/patent sahibi olmadığı görülmektedir. Firmalara markalaşmanın öneminin aktarılmasının firmaların markalaşma sürecine katkı sağlayacağı, sektörün gelişmesi için ortak iş yapma ve markalaşma kültürünün bir arada artırılması gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 11: Tescilli marka ve patent sahipliği düzeyi



Firmaların kapasite kullanım oranlarına ilişkin soruya verdiği cevaplar incelendiğinde %31'inin tam kapasite ile çalıştığı, %33'ünün %60-%90 arası kapasitede çalıştığı, %26'sının %40-%55 arası kapasitede çalıştığı ve %10'unun %30-35 kapasitede çalıştığı görülmektedir. Ayrıca ankete katılan firmaların kapasite kullanım oranı ortalamasının %70 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12: Firmaların ihracat yapma potansiyeli



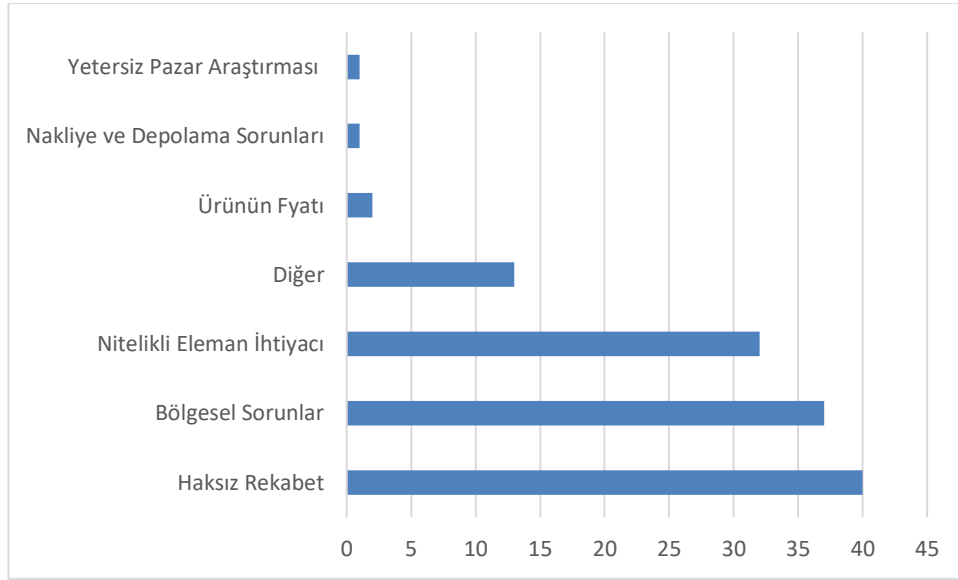
Ankete katılan firmaların ihracat yapıp yapmadıklarına yönelik soruya %98'inin "ihracatımız yok" cevabını verdiği, yalnızca bir firmanın ihracat yaptığı görülmektedir. Ankete katılan firmalardan özellikle gıda imalatı yapan firmaların ihracata yönlendirilmeleri, ihracata yönelik

sektörel bilgilendirmeler yapılmasının ve ihracat teşviklerinden haberdar edilmelerinin ihracat potansiyelini artıracakı düşünülmektedir.

Satış ve Pazarlama Sorunlarına İlişkin Bulgular

Ankete katılan firmaların satış ve pazarlama sorunlarına ilişkin çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulara verdiği yanıtlara ilişkin bulgular aşağıdaki gibidir.

Tablo 13: Firmaların satış ve pazarlama sorunları

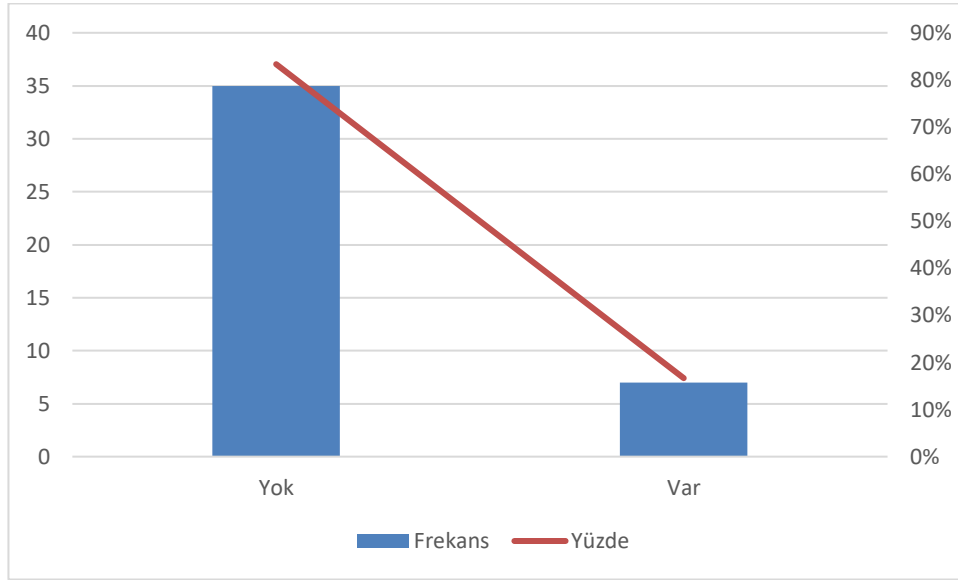


Ankete katılan firma yöneticilerine göre haksız rekabet, bölgesel sorunlar ve nitelikli eleman ihtiyacı satış ve pazarlama sorunlarına ilişkin sorunların en sık dile getirilenleri olduğu tespit edilmiştir. Firmaların daha rekabetçi hale getirilmesine getirilmesi ile haksız rekabetin önüne geçilebileceği öngörülmektedir. Bununla birlikte rekabetçiliğin artırılmasına yönelik desteklerden firmaların daha fazla yararlanmasının firmaların rekabetçiliğine destek olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte nitelikli eleman ihtiyacı tüm sektörlerde yaşanan sorun olmakla birlikte Kırıkkale ili özelinde Kırıkkale Üniversitesi'nin kariyer merkezleri ile iş birliğinin nitelikli eleman yetiştirmede yaşanan soruna çözüm olabileceği düşünülmektedir.

Sektör Firmaları Yeni Yatırım Düşüncesi

Ankete katılan firmaların yeni yatırım düşüncesi olup olmadığına ilişkin soruya verdikleri yanıtlar aşağıda görülmektedir.

Tablo 14: Firmaların yeni yatırım düşüncesi potansiyeli

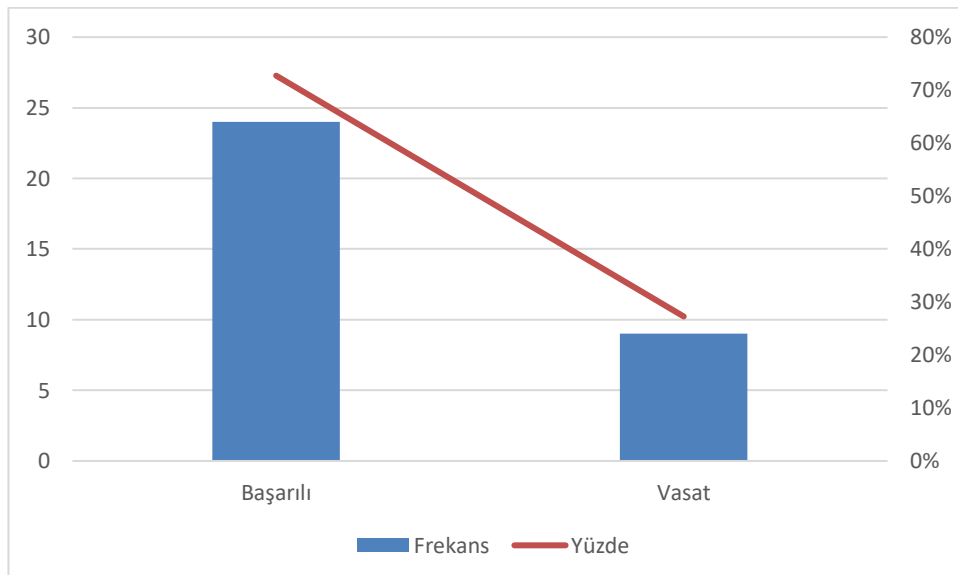


Ankete katılan firmaların yeni yatırım düşüncelerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde, %83'ünün yeni yatırım düşüncesi olmadığı %17'sinin ise yeni yatırım düşüncesi olduğu görülmektedir. Yeni yatırım düşüncesi olan firmalar incelendiğinde ise yeni yatırımın üretim ve pazarlama alanında olduğu görülmektedir.

İşletmelerin Borç Ödeme Kabiliyetleri Düzeyi

Ankete katılan firmaların borç ödeme kabiliyetine ilişkin soruya verdikleri cevaplara ilişkin bulgular aşağıdadır.

Tablo 15: Firma Borç ödeme kabiliyeti

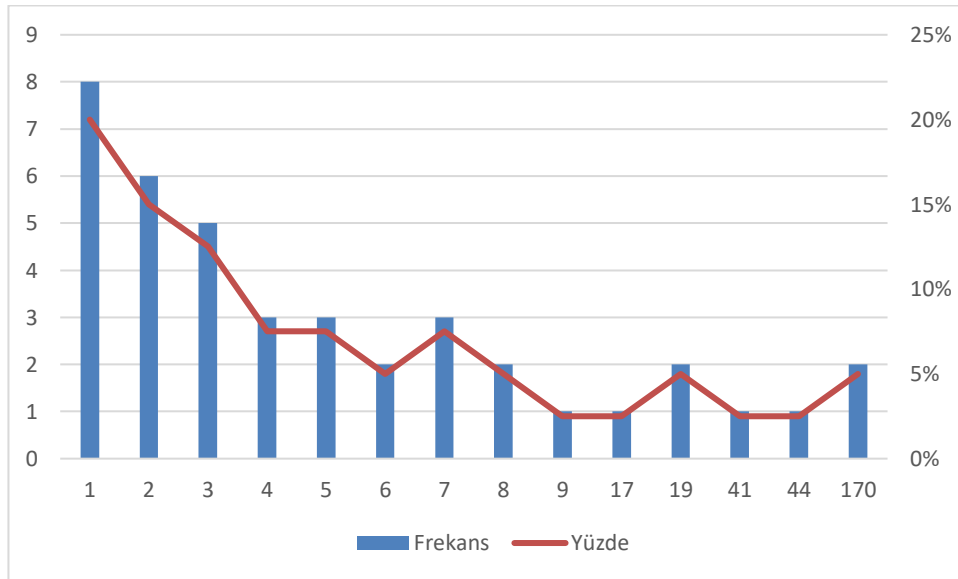


Ankete katılan işletmelerin tepe yöneticilerine sorulan borç ödeme kabiliyetine ilişkin soruya katılımcıların %73'ünün "başarılı" olduğunu belirttiği, %27'sinin ise "vasat" olarak belirttiği görülmektedir. Borç ödeme kabiliyetinin artırılması için borç ödeme güçlüğü yaşayan firmalara finansal kaynaklara erişim ve ödeme planlaması konularında pratik eğitimler verilmesinin yararlı olabileceği düşünülmektedir.

Çalışan Sayıları potansiyeli

Ankete katılan firmaların çalışan sayılarına ilişkin bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 17: Toplam çalışan sayısı



Toplam çalışan sayılarını gösteren yukarıdaki grafik incelendiğinde, araştırmaya katılan firmalardan ikisinin çalışan sayılı 170, ikisinin 41-44 olmakla birlikte işletmelerin %90'ı 20 çalışanın altındadır. %83'ü ise 10 çalışanın altındadır.

Tepe Yöneticilerin İki Yıllık Geçmiş ve Gelecek Beklenti Düzeyi

Ankete katılan firma tepe yöneticilerinin son iki yıla ve önümüzdeki iki yıla ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde, firma tepe yöneticilerinin geçmiş iki yıla ilişkin değerlendirmeleri %50 olumlu %50 olumsuz iken gelecek iki yıla ilişkin umutlarının %65 olumlu %35 olumsuz olduğu tespit edilmiştir.



Kırıkkale İli Mobilya Sektörü Mevcut Durum GZFT, İhtiyaç ve Öncelik Analizleri

Bölge gıda sektörüne ilişkin mevcut durum analizinde, Ulusal ekonominin hızla büyümesiyle birlikte gıda sektörünün gerek yurt içi gerekse dış pazarda hızla gelişmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu gelişmenin zemin hazırladığı değişken ve parametreler çeşitli ulusal, uluslararası, kurumsal nedenlerden kaynaklanmaktadır ve birbirinden oldukça farklı konular bağlamında incelenmesi sözkonusudur.

Bölge sektör mevcut durumu incelendiğinde, gıda sektörünün ekonomi içindeki payı yadsınamayacak derece de büyük ve önemli bir yer tutmakta olduğu gözlemlenmiştir. Üretilen mamul ve hizmetlerin temel gereksinimleri teşkil ettiğinden ulusal ekonominin büyümesine ve gelişmesine ciddi katkı sunmaktadır. Tüketici taleplerine yetişmek için büyük ölçekli birçok firma seri üretim teknikleri ile üretime devam ederken ihraç pazarları için esnek yapılarını da muhafaza etmekte oldukları görülmektedir. Kırıkkale Ticaret İl Müdürlüğü (2019) verilerine göre, Kırıkkale’de 1. Meslek grubu olarak adlandırılan toptan ve perakende gıdacılar sektöründe Kırıkkale Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 204 adet faal firma faaliyet göstermektedir. 204 faal üyenin içerisinde 113 adet limited şirket, 73 adet anonim şirket, 12 adet gerçek kişi ticari işletmesi ve 6 adet kooperatif bulunmaktadır.

Kırıkkale’de AHİKA verilerine göre (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2019), ihracatta ilk beş sektör içinde “Başka yerde sınıflandırılmış makine ve teçhizat” sektöründen sonra “Gıda ürünleri ve içecek” sektörü ikinci sırada (2.7 milyon \$) yer almaktadır. Gelişen sektörler sıralamasında ise, metal sanayi ve plastik ürünler imalatından sonra üçüncü sırada yer almaktadır.

Kırıkkale ili ihracat rakamlarına bakıldığında, 2019 yılında 5.955.000 \$ iken, 2020 yılı Ocak-Haziran dönemi 6.496.000 \$ olarak hesaplanmıştır. Bu göstergelerde gıda sektörü ikinci sırada yer almaktadır. İthalat rakamlarına bakıldığında 2019 yılında 11.233.000 \$ iken, 2020 yılı Ocak-Haziran dönemi 6.892.000 \$ olarak hesaplanmıştır.

Kırıkkale Ticaret ve Sanayi Odası’nın verilerine göre, Kırıkkale’de gıda sektörünün önde gelen firmaları şu şekildedir:

Aybimaş: 1982 yılında Ahmet Ayan tarafından kurulan Aybimaş, 2014 yılından itibaren Kırıkkale Bahşılı ilçesinde merkez şube olarak kurumsallaşmıştır. Aybimaş Marketler Zinciri olarak şehrin muhtelif yerlerinde şubeler açılarak kurumsallaşma giderek artmıştır. 2018 yılına kadar Kırıkkale’nin her köşesine şube açılışı gerçekleştirerek, markanın tutundurma faaliyetlerine odaklanılmıştır. 2019 yılının başlarında Aybimaş Tanzim markası adı altında

Ankara'ya açılarak, bugüne kadar 10 şubeye ulaşmıştır. Halen de Ankara'da şubeleşerek büyümeye devam etmektedir.

Selenler Gıda: Adem Selen tarafından kurulan ve toptan gıda sektöründe öncü firma olan Selenler gıda, faaliyetlerine toptan gıda sektöründe devam etmeye çalışmaktadır.

Gülenler: Kırıkkale'de kurulduğu 2001 yılından beri toptan ve perakende gıda sektöründe marketler zinciri olarak şubeleşmektedir. 11 şubesiyle faal olarak sektörde yer almaktadırlar.

İl Mobilya Sektörü GZFT Analizi

Belirtilen başlıca tartışma konuları, sektör temsilcilerinin katılımıyla Çalıştay'da müzakere edilmiştir. Sektörel yerel sorunların çözümüne yönelik öneriler aşamasında, kamu, özel, akademik odaklanmaların neler olabileceği hususunda beyin fırtınası tartışmaları yapılmıştır. Bu kapsamda, katılımcıların verdiği cevaplar, ikincil veriler, derinlemesine mülakat ile elde edilen veriler de dikkate alınarak, aşağıdaki GZFT analizi tablosu oluşturulmuştur.

Tablo 18. GZFT Analizi Tablosu

<u>Güçlü Yönler</u>	<u>Zayıf Yönler</u>
<ul style="list-style-type: none">• Büyükşehir olan Ankara iline yakınlığın sağladığı avantajlardan yararlanma potansiyelinin varlığı,• Sektörde dağıtım kanalı oluşturma işbirliği yapma eğiliminin varlığı,• KOBİ büyüklüğündeki yerel firmaların mal ve hizmet üretimine ilişkin mevcut nüfus çerçevesinde ve ildeki çalışma koşullarındaki yeterlilik düzeyinin varlığı,• Sektörel faaliyetlerde teknolojik gelişmelere uyum sağlamada yeterlilik düzeyinin olması (e-ticaret vb.),	<ul style="list-style-type: none">• Gıda sektörü firma yöneticilerinin uluslararası işlemlerde yabancı dil yetersizliğinden kaynaklanan olumsuzluklar,• Sektörel insan kaynaklarında profesyonelleşmenin yetersizliği,• Yerel güçlü firma sınırlılığı• Gıda sektöründe faal KOBİ'lerde tescilli markası sınırlılığı olması,• Yerel firmaların kurumsallaşma kapasitelerinin/potansiyellerinin sınırlılığı,• Büyüme hedeflerinde yeni yatırımlar için ek finans ihtiyaçlarının fazlalığı,• Yerel gıda firmalarının dış ticaret alanında vizyon eksikliği ve finansal kaynak yetersizliği,• Profesyonel yönetici azlığı,• İhracat yapma kabiliyet sınırlılığı,



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

	<ul style="list-style-type: none">• Yönetici ve sahiplerde yabancı dil bilme kısıtlılığı,• Ortaklık düzeyinde işbirliği yapma potansiyeli azlığı,• Yerel gıda işletmelerinde küçük boyutlu olanların yanında aile işletmelerinin çokluğu ve aile sorunların işletmelerde ömrü kısaltması,• Enflasyon, kur ve enerji fiyatlarındaki artışların yerel işletmelerde maliyetleri yükseltmesi,• Ar-Ge çalışmalarında kurumsal/yapısal yetersizlikler,• Ulusal/Uluslararası düzeyde lojistik sorunları,• Gıda sektöründe yerel ürünlerde ürün zenginleştirme/ürün çeşitlendirme yetersizlikleri,• Borç ödeme kabiliyetinde zayıflık,• Sektörel rekabet nedeniyle kaliteli 'bölgesel ürünlerin' tutundurulmasında zorluklar yaşanması,• Firmalarının sahip oldukları belge ve sertifika düzeyi,• Yönetici profilinde gençlerin düzeyinin yükselen eğilimde olması• Markalı ürün ve tescil düzeyinde zayıflık,• Yerel firmaların kapasitelerinin, ithalata konmuş olan tarife dışı engellerin sebep olduğu sınırlandırmalardan olumsuz etkilenmeleri,
--	---



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

<u>Fırsatlar</u>	<u>Tehditler</u>
<ul style="list-style-type: none">• Kalkınma Ajansı başta olmak üzere çeşitli kamu kurumsal desteklerinin sağladığı avantajların varlığı,• Büyük ölçekli sektörel üretim ve tüketim merkezlerine yakınlıkların sağlayacağı avantajlar,• Yerelde nihai ürün üreten firma sayısında sayısal artışın olması,• Artan nüfus dolayısıyla gerek ulusal gerekse yerel bazda gıda sektörü işletmeciliğinin sayısal ve nitelik düzeyinde yaratacağı genişlemelere adapte olabilirlik,	<ul style="list-style-type: none">• Uluslararası pazarlarda yaşanabilecek istikrarsızlığın yaratacağı kur dalgalanmalarının şirket yapılarındaki yaratacağı olumsuzluklar,• Yerel olarak faal firmaların ulusal ya da yerel piyasada güçlü firmalarla, finansal, işlevsel ve kurumsal rekabet edememe risklerinin varlığı,• Sektör firmalarının yeni yatırım düşüncesindeki genel eğilimsizlik,• Firmalar arasında haksız rekabet şikayetleri,• Gıda sektöründe yerel düzeyde kümeleşme yetersizliğinin olması,• Gıda sektörü firmalarının yerelde ortak hareket edememekten kaynaklanan işbirliği yoksunluğunun yarattığı sektörel/kurumsal güç kaybı sorunları,

İL Gıda Sektörü Öncelik ve İhtiyaç Analizi

Gıda sektörü çalışmayı yanında firma temsilcilerinden alınan bilgi ve bulgular sonrasında yerel duruma ilişkin olarak üretimden pazarlamaya ve finansmandan insan kaynakları profiline kadar kurumsal düzeyde ihtiyaçlar ve öncelikler açısından değerlendirilecek konular şunlardır:

- Gıda sektörünün Kırıkkale ilindeki durumu dikkate alındığında, firmaların KOBİ düzeyinde olmasından dolayı rekabetçilik kapasitelerinin sınırlı olduğu, bundan kaynaklanan dezavantajlı durumun giderilebilmesi için KTSO'nun desteklerinin devamlılığına ihtiyaç duyulmaktadır.
- Özellikle küçük ölçekli sektör işletmelerinin kümeleşme eğilimlerinin yoğunlaştırılması gerekmektedir.



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

- Kalkınma ajans desteklerinin sürdürülebilirliği özellikle küçük işletmeler için gerekliliği belirgindir.
- Profesyonelleşme ve kurumsallaşma düzeylerinde hızla yoğunlaşma gerekliliği açıktır.
- Ar-Ge çalışmalarında yeterli altyapı ve teknik eleman yapısı oluşturulması önemle üzerinde durulmalıdır.
- Danışmanlık hizmetleri konusunda sürekli ve kademeli desteklerin gerek sektöre hitap eden Bakanlık gerekse yerelde özellikle KTSO tarafından takibi önemlidir. Yerel sektör temsilcilerinin bu konuda özellikle KTSO ile irtibatta olarak kendilerinin bilgi, yetenek, kapasite konusunda teşvik ve desteklerinin devamlılığı ivediliktir.
- Bölge sektör firmalarının kendi aralarında hem kurumsal gelişim hem de sektör özel potansiyeli açısından işbirliği yapabilecekleri kapasite mevcut olduğu halde yapamadıkları, bulgusuna ulaşılmıştır. Herhangi bir işbirliği türünün benimsenerek, özellikle yurt dışı faaliyetlerde sinerjinin yaratacağı avantajlardan yararlanılması yoluna gidilmesi gerekmektedir.
- Ulusal ya da uluslararası sektör fuar, sergi, kongre ve konferanslara katılım konusunda yeterince istekli olunmadığı ve buna paralel olarak olması gereken düzeyde iştirak gerçekleşmediği tespit edilmiştir. Bu konunun önemi sayısal veriler de dikkate alınarak sektör-firma temsilcilerine ısrarla anlatılmasının gerekliliği anlaşılmaktadır.
- Aile işletmelerinde yeniden yapılandırma çalışmaları, yapısal nedenlerle yapılmamakta, bu ise şirket gelişimini olumsuz yönde yoğun olarak etkilemektedir.
- Sektör müteşebbislerinin büyük ölçüde iç ve dış siyasi ve ekonomik belirsizliklerden etkilendikleri, buna paralel olarak gerekli girişimci süreçlere giremedikleri anlaşılmaktadır. Bu nedenle ulusal siyasi aktörlerin büyük ölçüde reel sektör temsilcilerine daha duyarlı projeksiyonlara yönelmeleri gerekliliği açıktır.
- Kurumsallaşma, şubeleşme ve markalaşma konusunda ağır davranan firma yetkililerinin çeşitli motive edici faktörlerle yönlendirilmesi önem arz etmektedir.
- Geleneksel firma yöneticiliğinden profesyonel yöneticiliğe geçişte motivasyonsuz nedeniyle firmasını geri kalmasına zemin hazırlayan sahip-yöneticilerin bu konuda daha duyarlı olmaya daveti önem kazanmaktadır.

Gıda Sektörü Çalıştay ve Saha Araştırması Sonuçlarının Değerlendirmesi

KTSO tarafından gerçekleştirilen çalıştay ve araştırma grubunca yapılan anket uygulamasına bağlı olarak elde edilen sonuçlar çerçevesinde ortaya çıkan Kırıkkale ili gıda sektörü yönetici profili analizi aşağıdaki için değerlendirmelerin yapılması sözkonusudur.

Öncelikle, gıda sektörünün Dünya geneli yanında Türkiye özelinde ifade edilmesi önem arz eden temel noktalarından birisi, artan nüfus hareketlerine bağlı olarak gıda sektörü gayri safi hasılasının artış hızının da bu doğrultuda bir yükseliş sağlamaya başlamış olmasıdır. Hem insan ihtiyaçlarının bu sektördeki önemi hem de ticari potansiyelin sektördeki ulaştığı mali değer bunu göstermektedir. Bu kapsamda, Kırıkkale ilindeki gıda sektör firmalarının genel nüfus artışı ve bunun doğurduğu talebin yarattığı alım-satım büyüklüğünden kendi payına düşeni almaktadır.

Öte yandan, yerel sektör firmalarının iç pazara yönelik üretim ve satış işlemlerinde yaşanan ekonomik/finansal etkiler, belirtilen nüfus büyümesi ve bunun sektörel işleyişte yarattığı değişimler/gelişmeler de genel dalgalanmalardan haliyle etkilenmektedir. Kırıkkale ili gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalara yönelik gerek çalıştay gerekse yapılan anket araştırması bulguları verileri incelendiğinde, yerel firmaların oldukça sınırlı bir kısmının profesyonel yöneticiler tarafından yönetildiği gözlemlenmektedir (%12'sinin ise profesyonel yönetici). Bu durum, aile firmalarının çok olması yanında, aile bireylerin şirket içi departmanlardaki yönetim yapılanmasında bir şekilde '*istihdam*' edilerek değerlendirildiklerine yönelik gerçeği net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Yine, sektör yöneticilerinin yaş dağılımında yaşların 22 ile 70 arasında değiştiği görülmektedir; bu durumda her yaş grubunun yönetim erki içerisinde yer bulduğu açıktır. Deneyimli olanlardan yeni nesle kadar farklı yaş profiline mevcudiyeti sektörde harmoninin sürdürülebilirliği açısından önemli bir temsil göstergesidir. Geleneksel olan yönetim profiline hakimiyeti söz konusu değildir, bu durum şirket gelecek nesillere açıklık politikasının varlığına işaret etmektedir.

Yerelde gıda sektöründeki işletme yöneticilerinin yabancı dil bilgisi değerlendirildiğinde, %67'sinin yabancı dil bilmediği açıktır, bu da yurt dışı işlem trafiğinin çok fazla olmadığı bölge sektörel potansiyeli için ilk etapta sorun teşkil etmemekle beraber gelecek stratejileri açısından orta vadede önlemler alınmasını gerekli kılan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sektördeki firmaların kuruluş yılı ve ortaklık yapısına ilişkin verilere bakıldığında, 50 yaş ve üzeri kurulan 3 işletme bulunduğu, 1971-1999 arası % 19 düzeyinde firma bulunduğu, 2000-2009 arası 12 işletme ve 2010 ve sonrası 19 işletme varlığı dikkat çekmektedir görülmektedir. Köklü firma azlığı belirgindir, bunun nedeni ilin yaşının yeni olmasının iktisadi faaliyetlere yansımaları olarak düşünülebilir. Bunun yanında, il olduktan sonra nüfus artışına binaen artan gıda taleplerinin sektörel genişlemeyi beraberinde getirdiği ve bunun sonucunda artan firma

kuruluşunun varlığı göze çarpmaktadır.

Araştırmada, katılımcıların yönetimdekilerin %83'ünün tek ortaklı firmalardan oluştuğu görülmektedir; buna göre ortaklık kültürünün geliştirilmesinin sektörün/firmaların gelişmesine katkı sağlayacağı açıktır. Bir gelenek ve köklülük oluşabilmesi açısından bölge girişimci profilinin ne yönde hareket ettiğinin tipik göstergesi olan tek ortaklık yukarıda belirtilen profesyonel yönetici sınırlılığına ilişkin veriyle birlikte değerlendirildiğinde sahiplenme duygusunun ağır bastığı ve belki de güve unsurunun sektörde ikincil şahıslar bazında geçerlik göstermediğine işaret ediyor olabilir.

Sektörü firmalarının sahip oldukları belge ve sertifikalar incelendiğinde yalnızca bir tanesinin ISO 9001 belgesine sahip olduğu görülmektedir. Bu durum sektör firmalarında profesyonelleşme olmama yanında gelişmeye temayül olma yönünden de henüz o olgunlukta bir yönelimin olmadığını göstermektedir. Yerel marka olarak sınırlılık ve ulusal marka olma yönünde beklenen isteklilik ve potansiyelin olmayışı, sahiplerin kapasite olarak geleceğe odaklanmakta zorlandıklarına da işaret olarak kabul edilebilir.

Benze şekilde sahip olunan tescilli marka ve patent potansiyelinde ise %86'sının tescilli marka/patent sahibi olunmaması önemli bir yetersizlik göstergesidir, ancak ülke ortalamasına bakıldığında çok düşük bir tablodan bahsetmek mümkün değildir. Yine, markalaşmanın öneminin yönetimce kabullenilmesinin zorluğu açıktır, entelektüel bakış açısının sınırlılığı burada önemli belirleyicidir.

Sektördeki firmaların kapasite kullanım oranlarına %31'inin tam kapasite ile çalıştığı, %33'ünün %60-%90 arası kapasitede çalıştığı görülmektedir. Sektör firmalarının bu kısıtlılığı teknik, sipariş alma, insan kaynakları yeterliliği, hammadde yeterliliği, hizmet sunum yeterliliği vd... faktörler açısından irdelenebilir. Tek bir nedensellik göstermek sektörün ildeki koşulları dikkate alındığında sağlıklı değerlendirme yapmaktan uzak olabilir. Bununla birlikte, piyasa ilişkilerinin ya da işleyişinin diğer taraftan bölge sektör firmalarının büyük ölçüde KOBİ düzeyinde olmasının etkileri söz konusu edilebilir.

Firmaların ihracat potansiyelleri oldukça düşüktür (%98'inin "ihracatı yok). Bu çerçevede, kamudan ya da diğer destek fonlayan birimlerden sağlanan her tür katkı noktasında bilgilendirmelerin yapılması ivedilikle gereklidir.

Sektör firma yöneticilerine göre haksız rekabet, bölgesel sorunlar ve nitelikli eleman ihtiyacı satış ve pazarlama sorunlarına ilişkin sorunların en sık dile getirilenleri olduğu görülmektedir. Bu durum rastlantı değildir, çünkü, firmaların daha rekabetçilik konusunda vizyonelik sözkonusu değildir. Bu kapsamda çeşitli fonlayıcılardan sağlanacak hibe ve teşvikler



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

konusunda bilgilendirmeler gereklidir.

Bir diğer önemli konu da, firmaların yeni yatırım düşüncesi konusunda katılımcıların %83'ünün yeni yatırım düşüncesi olmadığı, olanların da üretim ve pazarlama alanında olduğuna ilişkin bulgulardır. Bölge sektör yöneticilerinin yetkinliği ve yönelimlerinin sınırlı yatırım yönünde olduğu görülmektedir.

Firmaların borç ödeme kabiliyetine ilişkin olarak katılımcıların %73'ünün “başarılı” görülmektedir. Buna göre, borç ödeme güçlüğü yaşayan firmalara finansal kaynaklara erişim ve ödeme planlaması konularında bilgilendirmelerde bulunulması önemle altının çizilmesi gereken bir husustur.

Sektördeki çalışan sayılarına bakıldığında, araştırmaya firmaların %90'ı 20 çalışanın altındadır. %83'ü ise 10 çalışanın altındadır. Bu durum KOBİ düzeyindeki işletme yapısının doğal sonucudur. Aynı zamanda, il bazındaki köklülük yetersizliği burada da kendini göstermektedir, böylece büyük firma yokluğu bir yandan nüfusun azlığı diğer yandan kuruluş yılına bağlı kısıtlarla sınırlı kalmaktadır.

Firma temsilcilerinin gelecek yıllara ilişkin umutlarının %65 olumlu olduğu görülmektedir. Bu durum bir yönüyle motivasyon olarak beklentilerin zor koşullarda bile diriliğini gösterdiğinden, gerek istihdam gerek üretim gerekse satışlar açısından yılın yılın hakim olmadığına göstergesi durumundadır.

Tüm bunların yanında, kariyer gelişiminin yöneticileri her yönde geliştireceği açıktır. Bu doğrultuda, işletmecilik kapasitesi/yetkinliği ve yönetsel gelişme açısından bölgesel olarak gıda sektörü girişimcileri ve yöneticileri açısından üniversitelerde işletme eğitimi içerisinde profesyonellik eğitiminin çeşitli eğitim ve öğretim kurumlarınca karşılanması doğrultusunda bölgedeki özellikle Kırıkkale üniversitesi imkanları kullanılarak sağlanması önemli bir adım olacaktır. Bunun yanında, bölge üniversitesinde henüz bir gıda mühendisliğinin bulunmaması bir eksiklik olarak kabul edilebilir.

Bu doğrultuda, Bölgenin tarım potansiyeli dikkate alındığında, bazı ürünlerin işlenerek, katma değer potansiyelinin artırılması doğrultusunda çalışmalar yürütülmesi yoluyla gıda sektöründe yerel sınırların çok ötesinde faaliyet büyüklüğü yaratabilecek bir firma kompozisyonu görmek olasıdır. Gıda sektörünün birincil üretimden ziyade işlenmiş haliyle ekonomiye kazandırılmasına yönelik çalışmalarına hız verilerek, daha iyi yapılandırılmış vizyoner işletmecilik profiline sahip anlayışla sektör firmalarının yapılandırılması, bugünün Kırıkkale gıda sektörü potansiyeli düşünüldüğünde kısa sürede bir gereklilik olarak karşımızda durmaktadır.



KIRIKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI 2020 GIDA SEKTÖR ANALİZİ

Başta, ilgili Bakanlıklar olmak üzere, özellikle Kalkınma Ajansı ve KOSGEB olmak üzere çeşitli kamu kurumlarında sektör gelişimine ivme kazandırmak için yapısal çalışmalar yürütülmesi aciliyetle gerektirdiği açıktır. Teşvikler ve hibeler konusunda üyelerin bilgilendirilmesi bu çerçevede yine önemle hayata geçirilmesi gereken bir diğer husustur. Aile işletmelerinde yaşanan derin niteliksizlik durumunun zararları konusunda tüm sektör ilgililerine bilgilendirici/yönlendirici eğitsel ve geliştirici faaliyetler yapılması gerekliliği de çok açık olarak ortadadır. Yeni ve gelişen sektörel işlevlerle ilgili enstrümanlar için belli aralıklarla TOBB tarafından destekler talep edilmesinin gerekliliği de bağlı olunan bu üst kuruluşun sorumluluk alanına girdiğinden yeni bir adım olarak talep edilmesi mümkündür.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Danabaş, M. S., (<https://www.gidaturk.com.tr/2020/05/turkiyede-gida-sektoru/>; E.T: 11.02.2020
- T.C. Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, Gıda Ve İçecek Sektörü Raporu- 2019, file:///C:/Users/PC/Downloads/Gıda_Ve_İcecek_Sektor_Raporu_2019.pdf, E.T: 18.02.2020.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). www.tuik.gov.tr Erişim tarihi: 28.09.2019.
- Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi, Gıda Sektörü, T.C. Gümrük ve Ticaret Bak. Esnaf ve Sanatkarlar Gen. Md., Uluslararası Piri Reis Kültür Ajansı., 2017.
- Kırıkkale İli Tarımsal Yatırım Rehberi, Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Tarımsal Yatırımcı Danışma Ofisi, www.taryat.gov.tr, E.T. 02.10.2019.
- Ahiler Kalkınma Ajansı, <https://www.ahika.gov.tr/dokumanflipbook/2019-yili-kirikkale-ekonomi-gostergeleri/3892>, E.T: 11.06.2020.
- Kırıkkale Ticaret İl Müdürlüğü, İl Ekonomik Görünüm Raporu, 2019,