



COVID-19 SONRASI

Gıda ve İçecek Sektörü

Haziran 2020



TGDF Akademi'nin
düzenlediği COVID-19

Konferansları serisinde pandemiye,
alt sektörleri, dış pazarları, yönetime
ve hukuka dair konuları uzmanlarıyla
inceledik ve çıktılarını derledik. Tarihin
karmaşık bir dönemine not düşmek
üzere yaptığımız bu çalışmanın gıda
tedarik zincirinin tüm paydaşlarına
günümüzü anlamak, geleceğimizi
planlamak açısından yardımcı
olmasını umuyoruz.

İçindekiler

BAŞKANIN MESAJI	2
COVID-19	4
TGDF-TSE GÜVENLİ ÜRETİM GÜÇLÜ İŞBİRLİĞİ	8
ULUSLARARASI OTORİTELERİN	OECD Ekonomik Görünüm Raporu 12
DEĞERLENDİRMELERİ	FAO COVID-19'un Gıda Güvencesi ve 14 Beslenmeye Etkisi Raporu
SEKTÖRLER	Yaş meyve sebze 18 Bakliyat 22 Yağlı tohumlar ve bitkisel yağ 26 Süt ve süt ürünleri 30 Kanatlı eti ve yem 34 Şekerli mamul 38 Makarna 42 Lojistik 46 Gastronomi ve Ev Dışı Tüketim 50 Alkollü İçecek 54 Organik Tarım 58
İHRACAT VE FIRSATLAR	Avrupa Birliği 64 Çin ve Asya 68 Orta Doğu 70 Dubai ve Birleşik Arap Emirlikleri 72 Suudi Arabistan 76
YÖNETİM, FİNANS, PAZARLAMA	Kriz Yönetimi 82 Nakit ve Finansman Yönetimi 86 Tarım ve Gıdanın Finansmanı 88 Tedarik Zinciri Yönetimi 92 Medya, İletişim ve Pazarlama 94
HUKUKİ KONULAR	Vergi Düzenlemeleri 100 Rekabet ve Ticaret Hukuku 102
COVID-19 GENEL DEĞERLENDİRMELERİ	Öncesini Anlamak 108 Ekonomist Gözüyle 110 Afet, Kriz, Pandemi 112 Gıda Güvenliği ve Güvencesi 114 Tek Sağlık 116 Gelecek için Adımlar 118



Başkan'ın Mesajı



Tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19, ilk vakanın açıklandığı Mart ayından itibaren ülkemizde de büyük değişimlere neden olmuştur. Türk gıda ve içecek sanayii bu süreçte çiftlikten çatala gıda tedarik zincirinin tüm paydaşlarıyla iş birliği içerisinde, gıda arzının sürekliliğini sağlamak üzere üst düzey çaba göstermiştir. Bu bağlamda, fedakarca üretimini sürdüren Türk gıda ve içecek sanayii, yaşadığımız sürecin kahramanları arasında ön sıralarda yer almaktadır. Her şartta vatandaşımızın kesintisiz olarak güvenilir gıdaya ulaşmasını sağlayan sektörümüzün tüm çalışanlarını kutluyor, kendilerini saygıyla selamlıyorum.

Bu süreç Türk gıda ve içecek sanayii için zorlu bir süreçti, ancak beraberce zorlukların altından kalkmayı bildik. Bu direncimiz ve azmimiz sayesinde salgın sırasında bile çalışan sektörümüz, işleyen demir ııııııı misali parlak bir görüntü verdi. Ancak bu görüntü, yaşadığımız zorlukların yetkililerce fark edilmesini engelledi; gıda ve içecek sanayii uzun süre unutularak her türlü yardım ve teşvikten uzak kaldı.

Biz, asıl kuruluş amacı sektöre insan kaynağı yatırımlarında katkı sağlamak olan TGDF Akademi'nin mevcut altyapısını kullanarak bir dizi toplantı yaptık ve COVID-19 döneminde Türk gıda ve içecek sanayiinin yaşadığı sorunları derledik. Uzmanlarımızın katılımıyla düzenlenen konferanslarla yanlış giden şeyleri, bunlar için çözüm önerilerini tartıştık ve buradan elde ettiğimiz çıktıları geleceğe not düştük. Okumakta olduğunuz rapor; sektörün içinden, kamudan, akademiden çok değerli katılımcıların Türk gıda ve içecek sektörü ile ilgili değerlendirmeleri yanında, çeşitli dış pazarların mevcut durumunu ve yatırım olanaklarını; bu dönemde sektörü ilgilendiren hukuki konuları; sektörün yönetim, finans, pazarlama ayaklarını; genel olarak bu ve benzeri krizlere karşı atılması gereken adımları da içeren önemli bir kaynak olmuştur.

Bu kaynağın, Türk gıda ve içecek sanayiine geleceği kurgulama aşamasında yardımcı olacağını umuyor; bununla beraber, insanlığın bir daha böyle bir durumla karşılaşmamasını diliyoruz.



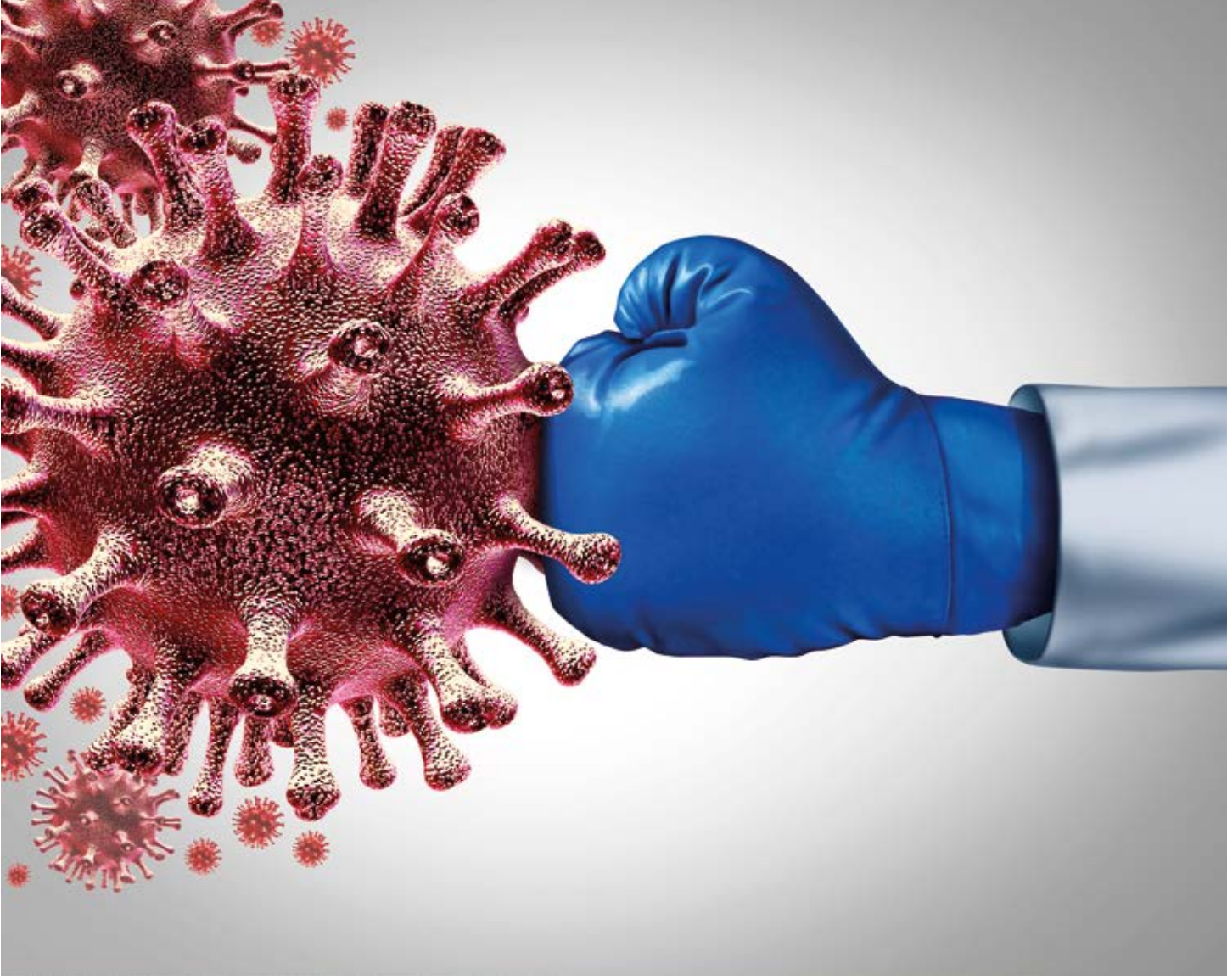
TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİİ DERNEKLERİ FEDERASYONU



TGDF Yönetim Kurulu Başkanı

Şemsi Kopuz

Bu süreç Türk gıda ve içecek sanayii için zorlu bir süreçti, ancak beraberce zorlukların altından kalkmayı bildik.



COVID-19

COVID-19, yeni bulunan ve SARS-CoV-2 adı verilen bir virüsün neden olduğu, bulaşıcı bir hastalıktır. Bu virüsün bulaştığı kişilerin çoğu hafif veya orta şiddette bir solunum yolları rahatsızlığı geçirerek iyileşse de, yaşlılar ve kalp-damar hastalıkları, şeker, kronik solunum yolları hastalıkları ve kanser gibi başka tıbbi sorunları bünyelerinde barındıran insanlar çok daha ciddi belirtiler gösterebilir.

Hastalığın insandan insana kolaylıkla bulaşabildiği kanıtlanmıştır. Virüsün birincil bulaşma yolu, hasta bir kişinin öksürmesi veya hapşırması ile havaya yayılan damlacıklardır. Bu nedenle, hastalığın yayılmasını önlemenin birinci adımı, bu damlacıkların saçılmasını önlemektir. Maske kullanmak, el hijyenine dikkat etmek, başkaları ile araya 2 metre mesafe koymak uygulanan önlemlerdendir.

Halihazırda hastalığa özel bir aşı ya da tedavi yoktur. Ancak potansiyel tedavilerin denendiği klinik testler tüm hızıyla sürmektedir.

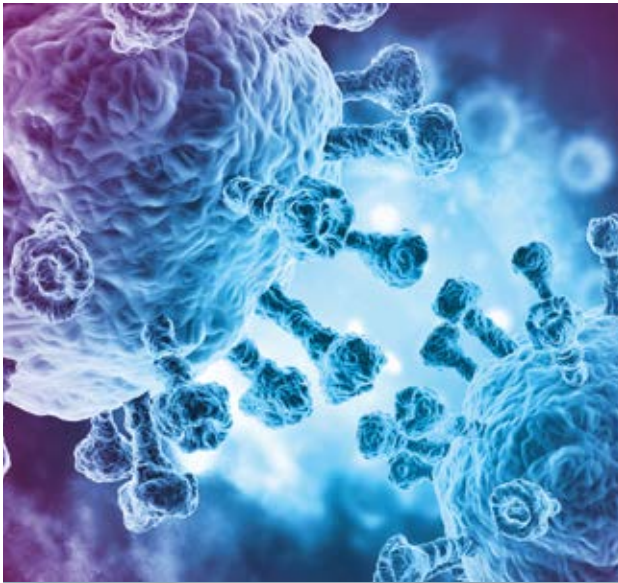
Tüm dünya 2020 yılında uzun zamandır eşi görülmemiş bir durumla karşı karşıya kaldı: Pandemi. COVID-19 salgını ve karşısında alınan önlemler küresel ticaretten bireysel hayatlara kadar her alanı, beklenmedik bir boyutta etkisi altına aldı.

SARS-CoV-2 olarak adlandırılan virüsün yol açtığı, hafif soğuk algınlığından ölümcül zatürreye kadar değişen bir tablo ortaya çıkaran hastalığın dünyaya kontrolsüzce yayılması, temel ihtiyaçlarımıza ulaşabilmemizin aslında ne kadar kırılgan bir yapıya bağlı olduğunu bize gösterdi.

Sağlık önlemleri tarım ve gıdada verimi düşürürken, hammadde temininde yaşanan kırılganlar üretimi zorlaştırdı. Ev dışı tüketim ve ihracat kanallarından gelir akışının durması bütçeleri alt üst etti. Yine de gıda tedarik zincirimizin güçlü altyapısı sayesinde üretimimize devam ettik ve bu süreçte hem ülkemizi hem dünyayı beslemeyi sürdürebildik.

Bugün etkileri hafiflese de, salgının tekrar etmesi veya benzer başka krizlerin ortaya çıkması olasılığı üreticiden tüketiciye, kamudan özele, gıda tedarik zincirinin her halkasının en büyük endişesi. Biz TGDF olarak, yaşamakta olduğumuz pandemi sürecine ve önümüzdeki döneme ışık tutmak için gıdanın paydaşlarını bir araya getirdik.

TGDF Akademi'nin düzenlediği COVID-19 Konferansları serisinde pandemiye, alt sektörleri, dış pazarları, yönetime ve hukuka dair konuları uzmanlarıyla inceledik ve çıktılarını derledik. Tarihin karmaşık bir dönemine not düşmek üzere yaptığımız bu çalışmanın gıda tedarik zincirinin tüm paydaşlarına günümüzü anlamak, geleceğimizi planlamak açısından yardımcı olmasını umuyoruz.



Küresel Salgın

Koronavirüs

Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaleti'nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüsdür.

SALGININ KÜRESEL ETKİLERİ

Resmi verilere göre 2020 Haziran ayı itibarıyla dünyada 7 milyondan fazla kişi hastalanmış, 400 binden fazla kişi hayatını kaybetmiştir. Türkiye’de 170 binden fazla vaka tespit edilmiş, 4 bin 700 insanımız bu hastalık nedeniyle yaşama veda etmiştir.

COVID-19’un küresel ekonomiye etkisinin net bir şekilde ortaya koyulması şu anda mümkün olmasa da, uzmanlar zararın çok büyük olduğu konusunda hemfikirdir. Dünya Bankası 2020 yılında küresel gayrisafi hasılanın %5,2 oranında daralacağını tahmin ediyor.

Salgının etkileri bölgeden bölgeye değişiyor. Çin’in de içerisinde bulunduğu Doğu Asya

ve Pasifik bölgesinde büyümenin %0,5’e düşmesi bekleniyor. Avrupa ve Orta Asya’da neredeyse her ülkede resesyon görüleceği, %4,7’lik bir küçülme yaşanacağı tahminler arasında. Türkiye bu küçülmeden %3,8’lik bir pay alacak. Orta Doğu ve Kuzey Asya ise %4,2 oranında küçülecek.

Tahminler 2021 yılında ülkelerin yeniden bir sıçrama yapacağını gösteriyor. Örneğin Türkiye için 2021’de %5’lik bir büyüme tahmini yapılıyor. Ancak bu durum salgının seyrine göre değişebilir. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde salgının küresel ticaret ve turizm üzerine etkilerinin daha ciddi hissedileceği dile getiriliyor.

ÜLKEMİZDE DURUM

Virüsün Çin’de ortaya çıkışı 2019 yılı Aralık ayına dayandırılrsa da ülkemizde önlemler ancak Ocak ayında başladı. Sağlık Bakanlığı 10 Ocak’ta Koronavirüs Bilim Kurulu’nu oluşturdu. Önleyici girişimler çerçevesinde havaalanlarına termal kameralar kuruldu, ilk olarak Çin’le, sonrasında salgının giderek dünyaya yayılmasıyla birlikte, en fazla vaka görülen İran, İtalya, Güney Kore ve Irak gibi ülkelerle uçuşlar durduruldu, sınırlar kapatıldı.

Türkiye’de ilk vaka 10 Mart 2020 tarihinde, virüse bağlı ilk ölüm ise 17 Mart’ta resmi

olarak duyuruldu. Bu aşamadan sonra ülkede okulların tatil edilmesi, restoran ve kafelerin kapatılması, bazı şehirlere giriş ve çıkışların durdurulması, 65 yaş üstü ve 20 yaş altı kişilere sokağa çıkma yasağı getirilmesi gibi önlemlere gidildi. Hükümetçe 100 Milyar TL’lik bir ekonomik tedbir paketi açıklandı. Başlatılan yardımlaşma kampanyasında 2 milyar TL’ye yakın bağış toplandı.

Mayıs ayı itibarıyla geçilen normalleşme süreci halihazırda devam etmektedir.

GIDA VE İÇECEK SANAYİİ NELER YAPTI?

Gıda tedarik zinciri dünyayı etkisine alan kriz boyunca çok önemli bir sınav vermiş, bundan da başarıyla çıkmıştır. Ülkemizde gıdaya erişimde sorun yaşanmamış, market rafları ve sofralar asla boş kalmamıştır.

Türk gıda sanayii, salgının ilk haberleri Çin'den gelmeye başladığı günlerde tedarik zincirini çeşitlendirmek adına adımlar atmaya başlamıştır. Hastalığın ülkemize de sıçramasıyla birlikte çalışanların ve tüketicilerin sağlığı daha ön plana çıkmış, salgının gıda tedarik zincirinin devamlılığını etkilememesi adına gereken önlemler alınmıştır.

Birçok ürün için hasat zamanına denk gelen bu dönemde sanayi çiftçiyle iş birliği içinde çalışarak hammadde akışının sürekliliğini sağlamaya odaklanmış ve bunu başarmıştır. Özellikle dijital altyapıya, marka bilinirliğine,

tedarikçi ve pazar çeşitliliğine odaklanmış firmalar bu süreci en az hasarla geçirmiş gibi görünmektedir.

Bununla birlikte, gelecekte benzer durumlara hazırlık olması açısından sözleşmeli üretimin hukuksal altyapısının oturtulması, ürün gamının çeşitlendirilmesi, tüketiciyle iletişimin gıda güvenilirliği çerçevesinde yürütülmesi, ülkemizde tarım, lojistik ve gıda ile ilgili sorunların kamuyla birlikte ele alınarak giderilmesi amacıyla girişimler başlamıştır.

Türk gıda ve içecek sanayii gelecekte de vatandaşlarımıza ve dünyaya sürdürülebilir, kaliteli ve hesaplı ürünler sunmaya devam etme konusunda kararlıdır. Sanayimizin bu krizden güçlenerek çıkacağına, gelecekte dünyanın en önemli gıda ve içecek tedarikçilerinden biri haline geleceğine güvenimiz tamdır.



ÜLKEMİZDE GIDAYA ERİŞİMDE SORUN YAŞANMAMIŞ,
MARKET RAFLARI VE SOFRALAR ASLA BOŞ KALMAMIŞTIR.



TGDF-TSE

Güvenli Üretim Güçlü İş Birliği



Türk Standardları Enstitüsü Başkanı

Prof. Dr. Adem Şahin

Biz dünyanın bütün uluslararası standart kuruluşlarının tam üyesiyiz. Bu standartların belirlendiği yerlere sanayicilerimizi götürmek, o masalarda etkin olmak istiyoruz.

Federasyonumuz ve Türk Standardları Enstitüsü (TSE) arasında COVID-19 salgını sonrası güvenli üretim belgelendirme ve standardizasyon konularında İş Birliği Protokolü imzalandı. Video konferans olarak gerçekleştirilen törene; TGDF Başkanı Şemsi Kopuz, TSE Başkanı Prof. Dr. Adem Şahin, TGDF Genel Sekreteri İlnur Menlik, TSE Genel Sekreter Yardımcısı İlhami Aktürk, TSE Belgelendirme Merkezi Başkanı Ömer Eyyüpoğlu ve konunun diğer paydaşları katıldı.

Çocukların tükettiği gıdaları güvence altına almak ve kaliteli beslenmelerine katkıda bulunmak için dünya çapında kabul görmüş standartlar çerçevesinde üretim yaptıklarını belirten TGDF Başkanı Kopuz, bu konuda en büyük dayanak ve başvuru kaynaklarının TSE olduğunu kaydetti.

Kopuz, dünyayı tehdidi altına alan Covid-19 salgınının toplumu gıdanın güvenilirliği konusunda daha fazla sorgulamaya ittiğini belirterek, halkın salgın döneminde hassas ve bilinçli davranarak gıdalara yöneldiğini ifade etti.

Gıda kalitesi ve güvenilirliği konusunda dünya lideri konumuna gelmeyi amaçladıklarını anlatan Kopuz, “Bütün işletmelerimizin üst düzey kaliteye ulaştığının garantilenmesi, bu durumun belgelenmesi için var gücümüzle çalışacağız. Bu yolda TSE ile birlikte yürüyeceğiz.” diye konuştu.

TSE Başkanı Adem Şahin ise yaptığı konuşmada, dünyada son 6 aydır daha önce yaşanılmayan bir durumla karşı karşıya bulunulduğunu belirterek, COVID-19 salgınının hayatın hemen her alanında bütün değerlerin gözden geçirilmesine yol açtığını söyledi.

Salgının, hijyen ve sanitasyon ile sağlıklı üretim ve yaşam meselesinin toplumun gündeminde yer almasına sebep olduğunu anlatan Şahin, TSE’nin bu alanda daha önce yayımladığı standartlarla bu tür durumlara karşı bir model hazırladığını dile getirdi.

Şahin, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank’ın talimatıyla TSE olarak COVID-19 ile mücadele döneminde sanayide güvenli üretimin sürdürülebilir biçimde devam etmesi için çalışma yaptıklarına işaret ederek, gıda ve gıda dışı sektörlere yönelik bir kılavuz yayımladıklarını ve buna ilişkin belgelendirme modelini oluşturduklarını anımsattı.

Şahin, TGDF ile imzalanan protokolün sadece güvenli üretim anlamında iş birliği olarak görülmemesi gerektiğini belirterek, “Biz dünyanın bütün uluslararası standart kuruluşlarının tam üyesiyiz. Bu standartların belirlendiği yerlere sanayicilerimizi götürmek, o masalarda etkin olmak istiyoruz.” dedi. Konuşmaların ardından TSE’nin belgelendirme faaliyetlerinden sorumlu uzmanları, çalışmalara ilişkin bilgi verdiler, katılımcılardan gelen soruları yanıtladılar.



TGDF Yönetim Kurulu Başkanı

Şemsi Kopuz

Bütün işletmelerimizin üst düzey kaliteye ulaştığının garantilenmesi, bu durumun belgelenmesi için var gücümüzle çalışacağız. Bu yolda TSE ile birlikte yürüyeceğiz.



ULUSLARARASI OTORİTELERİN DEĞERLENDİRMELERİ





- OECD Ekonomik Görünüm Raporu
- FAO COVID-19'un Gıda Güvencesi ve Beslenmeye Etkisi Raporu



OECD Ekonomik Görünüm Raporu

(Haziran 2020)



Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün Haziran ayında yayınladığı Ekonomik Görünüm Raporu, COVID-19 krizinin etkilerini gözler önüne seriyor. Buna göre önümüzdeki dönemde dünya genelinde yaşanacak küçülme %6 düzeyinde olacak, işsizlik %5,4'ten %9,2'ye yükselecek. Tahminlere göre küresel GSYİH'nın 2019 yılı sonundaki düzeyine ulaşması için en az 2 yıl gerekiyor.

OECD salgının etkilerinin en aza indirilmesi için bazı önerilerde bulunuyor. Bunların başında sağlık sistemlerinin güçlendirilmesi, virüsün yayılmasını önleyecek stratejilerin hayata geçirilmesi yer alıyor. Rapora göre aşı ve tedavi çözümleri için küresel iş birliğine gidilmesi önem arz ediyor.

OECD kriz sonrasında en büyük darbeyi alan kişi ve sektörlerle faaliyet alanı yaratılması, gelir güvencesinin sağlanmasını öneriyor. Bunun yanında likidite desteğinin güçlendirilmesi ve olası yeni krizlere karşı hazırlık yapılması gereğine de dikkat çekiliyor.

Rapora göre daha büyük stoklar ve kaynak çeşitliliği ile tedarik zincirinin güçlendirilmesi sağlanırken; düşük faizler, kamu harcama ve vergi politikaları ile de ekonomi canlandırılmalı.

OECD raporunun Türkiye bölümünde ise ülkemizle ilgili tahminlere yer veriliyor. Buna göre Türkiye 2020'de

OECD'nin COVID-19 salgını çerçevesinde ülkemiz için çözüm önerileri

- Maaşlı çalışanlara, iş sahiplerine ve kayıtsız çalışanlara daha kapsamlı yardım yapılmalı, firmalara borç yükü oluşturmayacak enstrümanlarla uzun vadeli ve ödemeleri kolaylaştırıcı finansal destek verilmeli.
- Bütçe, para ve finans politikalarının şeffaflığı ve güvenilirliği artırılarak, zayıflayan makroekonomik temeller güçlendirilmeli, dış şoklara karşı hassasiyet azaltılmalı.
- Likidite baskısını öteleme çalışmaları, firmaların ve hanelerin finansal sürdürülebilirliğini güçlendirecek adımlarla desteklenmeli.
- Makroekonomik politika konsolide edilmeli, bütçesel ve yarı bütçesel faaliyetleri kapsayan güvenilir bir orta vadeli ekonomik program belirlenmeli.
- Destekler en çok ihtiyacı olan hanelere ve firmalara odaklanmalı.
- İşgücü pazarının esnek şekilde çalışmasına, finans sektörünün eşit şartlarda faaliyet göstermesine, dış ticaret koşullarının öngörülebilir olmasına yönelik yapısal reformlar gerçekleştirilmeli.

%4,8 küçülecek, 2021'de %4,3 büyüyecek. Ancak yıl bitmeden salgında ikinci bir dalga yaşanırsa 2020'deki küçülme %8,1'e çıkarken, 2021'de büyüme %2'ye gerileyecek.

COVID-19 nedeniyle ülkemizde işsizlik %15,6'ya çıkacak. İkinci dalga yaşanırsa bu oran %16,8'e varacak. Özel tüketim ve yatırımda %20'lik bir düşüş görülüyor. Bunun üzerine, bir diğer ekonomik zorluk olarak ihracat da yavaşlayacak.

Rapora göre ülkemizin makroekonomik temelleri; yüksek enflasyon, dalgalı kur, belirsiz sermaye akışları ve bankacılık sistemindeki aşırı hızlı kredi büyümesine bağlı riskler yüzünden zayıf.

Jeopolitik belirsizliklerin de etkisiyle ülkemiz dış şoklara açık. Bu nedenle Türkiye'nin risk primleri ve dış borçlanma maliyetleri diğer ülkelere göre çok yüksek.

Kaynak: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/0d1d1e2e-en/index.html?itemId=/content/publication/0d1d1e2e-en>



FAO COVID-19'un Gıda Güvencesi ve Beslenmeye Etkisi Raporu *(Haziran 2020)*



Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, 2020 yılı Haziran ayında salgının gıda güvencesine etkisine yönelik bir rapor yayınladı. Pandemiden önce zaten milyonlarca insanın açlık sorunuyla karşı karşıya bulunduğu ifade edilen raporda, krizin kolaylıkla “gıda acil durumu” haline dönüşebileceğine dikkat çekildi. Rapora göre; hastalığın, alınan önlemlerin ve küresel resesyonun birleşik etkisi, geniş çaplı koordine bir eyleme girilmezse, uzun vadede gıda sistemlerinin işleyişini kesintiye uğratabilecek bir boyuta vardı.

Bunun engellenmesi için gıda üretimi, pazarlaması ve dağıtımının temel hizmet kapsamına alınması gerekiyor. Rapora göre gıda tedarik zincirinde çalışanlar korunmalı, yerel ve uluslararası ticaret koridorları açılarak tüm dünyada kesintisiz gıda arzının sürdürülebilmesi garanti altına alınmalı. En önemli konulardan biri destek ve kalkınma paketlerinin salgından en çok etkilenen kesimlere, adil şekilde ulaşması. Sosyal güvenlik programlarının merkezine gıda ve beslenme yardımlarının alınması, önem arz ediyor.

FAO raporuna göre gelecekte karşılaşılabilecek benzer durumlara hazırlıklı olmak için gıda sistemleri doğa ve iklimle uyumlu hale getirilmeli; COVID-19 sonrası iyileşmenin temelleri herkesi kapsayıcı, yeşil ve kalıcı olacak şekilde atılmalı.

Kaynak: <http://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1287907/>

FAO gözüyle Türkiye’de durum

Ayşegül Selışık - FAO Türkiye Temsilci Yardımcısı

Türkiye’de en çok kayıp ve israf sebze ve meyvelerde. Burada kayıp oranı %53. Hane halkı düzeyindeki israf ise en çok sebze-meyve (%5), tahıllar (%5) ve yağlı tohum ile baklagillerde (%4). Türkiye’nin tarım alanları son 15 yılda %12 azaldı. Bunun bir kısmı verim artışı ile telafi edildi ancak ülkedeki ifti sayısı son 10 yılda %38 azaldı. 2011’den sonra bu düşüş daha da hızlandı. Tarım Şurası ile bu problemleri çözmeye yönelik tarımsal bazı hedefler belirlendi.

COVID-19 sürecinde piyasalar hem temel hem de uzun raf ömrü olan gıda alımlarında artış ve e-ticarete kayma gördü. Taze ürünlere olan talebin azalması fiyatları düşmesine ve satışların yavaşlamasına yol açtı. Bu süreçte tarımsal üretim ve gıda tedarik zinciri ciddi bir sınavla karşılaşacak. Sebze, meyve ve et arzı sorunları burada ilk sırada geliyor. Evde yemek, gıda talebinde ve tercihlerinde radikal değişimlere neden olacak.

Türkiye’de salgınla beraber uygulamaya koyulan kısa süreli çalışma yardımı, hanelere sosyal yardım ödemesi, vergi borcu ve sosyal güvenlik primi ödemelerinin ertelenmesi, çeşitli sektörlerde vergi indirimleri, ulusal dayanışma kampanyası, tarım işçilerine yönelik tedbirler gibi girişimler olumsuz etkileri azaltmak için iyi rnekler.



FAO Türkiye
Temsilci Yardımcısı

Dr. Ayşegül Selışık

Gıda ticaretine getirilen ihracat kısıtlamaları fiyat artışına sebep olacak, gıda güvencesinde sorunlar yaşanacak.

Kırsalda yaşıyan çiftçilerin ve gıdaya erişemeyenlerin düşünülmesi gerekiyor.



SEKTÖRLER





- Yaş meyve sebze
- Bakliyat
- Yağlı tohumlar ve Bitkisel yağ
- Süt ve süt ürünleri
- Kanatlı eti ve yem
- Şekerli mamul
- Makarna
- Lojistik
- Gastronomi ve Ev Dışı Tüketim
- Alkollü İçecek
- Organik Tarım



Yaş Meyve Sebze Sektörü



Türkiye yaş meyve sebze ve mamul sektör ihracatı gereken seviyeye ulaşmamaktadır. Ülkemiz için hamaliyesini yüklenmekte; dökme, fason üretim yapmaktadır. Yeni süreçte ambalajlı gıdanın önem kazanacağı görülmektedir. Dünya ticaretinde payımızın artması için sanayiye yönelik tarımsal üretimin payı artırılmalıdır. Yaş meyve sebze ihracatında ağırlıklı olarak belirli ülkelerle çalışmakta, herhangi bir sıkıntıda ihracatımızı kaybedebilmekteyiz. Dünyanın arz riskini azaltmak için birden fazla tedarikçiye gideceği de düşünüldüğünde, sektör bu dönemi fırsat olarak görerek yeni pazarlara açılmalıdır.

Dünyada mamul ürünlerin pazarı çok yüksektir. Sektör dış pazarlarda birbirine rakip olmak yerine ortak pazar yaratmalıdır. Dış ticarete avantaj sağlamak için alternatif teşvik sistemleri üzerinde çalışılmalıdır. Sektörün sorunlarının çözülerek avantajlı konuma getirilmesi için tüm paydaşların bir araya geleceği bir Gıda Kurulu oluşturulmalıdır. Salgın sonrası çiftçiliğe dönecek bir kesim vardır. Kooperatifler, ihracatçılar ve sanayi çiftçiler ile yakın çalışarak tarımın kapasite gelişimine katkı sağlamalıdır. Sözleşmeli tarım sistemi üreticiye de sanayiciye de güvence sağlamamaktadır. Bu durum hukuki yaptırım ya da prim modelleri yoluyla düzeltilmelidir. Desteklemelerin gerçekten üretim yapan çiftçinin eline ulaşması sağlanmalıdır. Marketlerin et, süt, meyve, sebze gibi ürün ödemelerini 30 gün içinde yapmalarına yönelik düzenleme yürürlüğe girmelidir.

Şimdiye kadar sanayi merkeze koyulmuş, tarım tedarikçi olarak görülmüştür. Artık sanayi olarak tarımın etrafında konuşlanılmalıdır. Meyveciliğin tarım içinde çok özel bir yeri vardır. Bu nedenle meyvecilikte çok daha planlı ve öngörülü bir yaklaşım benimsenmelidir.



OTURUM BAŞKANI

İlker Güney - MEYED Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye yaş meyve sebze ve mamul sektör ihracatı olması gereken seviyede değildir. Bunun nedeni ülkemizin daha ziyade dökme ve fason üretime yönelmesidir. Ambalajlı gıdanın öneminin küresel boyutta arttığı günümüzde bu piyasadan pay kapılabilmesi için sanayiye yönelik tarımsal üretimin payının artırılması gereklidir.

Yaş meyve sebze ihracatında belirli ülkelere odaklanmış durumdayız. Bu durum beraberinde riskler de getirmektedir. Dünya, tedarik zincirindeki kırılmaları engellemek için tedarikçilerini çeşitlendirmektedir. Bu fırsat değerlendirilmeli, pazar çeşitliliğimiz artırılmalıdır. Özellikle mamul ürün pazarı çok geniştir. Sektör dış pazarlarda birbirine rakip olmak yerine ortak pazarlar yaratmalıdır.

Sektöre giren tarımsal üretimin azlığı, çiftçiliğin cazibesini kaybetmiş olması, sözleşmeli tarım sistemine güvensizlik, devlet desteklerinin gerçekten üretim yapan çiftçiye ulaşmaması, marketlerin yaş meyve sebze ödemelerini geciktirmesi gibi birçok sorun çözüm beklemektedir. Bunların çözülebilmesi için kamu dahil tüm paydaşların bir araya geleceği bir gıda kurulu oluşturulmalıdır.



MEYED
Yönetim Kurulu Başkanı

İlker Güney

Meyve insan sağlığı kadar ekonomiye de yarar, dolayısıyla çevreye de yarar.
Böyle faydalı bir sektörü hepimizin çoğaltarak gitmesi lazım.





TİM İstanbul Yaş Meyve Sebze
İhracatçılar Birliği Başkanı

Melisa Mutlu

Türkiye meyve sebze ihracatında işin hamaliyesini yapıyor. İhracatın gereken seviyeye ulaşması için mamul ürüne yönelmeliyiz.



Tarım Kredi Kooperatifleri
Pazarlama Başkanı

İlyas Kılıç

Desteklerin çiftçinin eline ulaşması ile daha kaliteli ürün üretilmesi mümkün. Parçalanmış araziler bütünleştirilmeli.

İTO Yaş Meyve Sebze
Sektör Meclisi Üyesi

Mustafa Manav

Marketlerden toptancılara nakit akışı gecikiyor. Bu konuda 30 yıldır adım atılmıyor.



Dimes Genel Müdürü

Ozan Diren

Tarım endüstrinin tedarikçisi değil, endüstri tarımın müşterisi olmalı. Firmalar dış pazarda rakip değil birlik olmalı.



Bakliyat Sektörü



Türkiye bakliyat konusunda 1980'lerde küresel pazarlarda sahip olduğu hakimiyeti kaybetmiştir. Dünya bakliyat üretimi 1990'lardan günümüze %50 artış göstermiş, Türkiye'de ise düşüş yaşanmıştır. Son 10 yılda bakliyat konusunda farkındalık artmaktadır. Bakliyatta devlet destekleri artmıştır. Ancak bakliyat özelinde girişimler yeterli değildir. Sektörün büyümesi için tarımın geneline yönelik adımlar atılmalıdır. COVID-19 sonrası dünya tarıma farklı yaklaşacaktır. Bu dönemde doğru yönetim ve strateji ile ülkemiz bölgede başrol oynayacak konuma gelebilir.

Tarım ve Orman Bakanlığı önemli girişimlere imza atıyor. Ancak sadece 15 ilde değil, topraklarımızın tamamında verimliliği artıracak çalışmalar yapılmalı, Türkiye bakliyatta kendine yetecek konuma getirilmelidir. Havza modeli bugünün gerçeklerine göre revize edilmelidir. Odalar, borsalar, federasyonlar, STK'lar, üniversiteler, tüm paydaşlar, Tarım ve Orman Bakanlığı'yla birlikte, Dijital Tarım Pazarı platformunun da katkısıyla ulusal bir şuur ortaya koymalıdır.

Dünyada bakliyata ilgi artmakta, bakliyat hak ettiği yere doğru ilerlemektedir. Sürdürülebilirlik trendi ile tüketici tercihleri, yüksek katma değerli bakliyat yönünde değişmektedir. Dünyanın açlık sorunu bakliyatın önemini canlı tutmaktadır. Bakliyat ekonomik bir protein kaynağı olarak gündeme gelmektedir. Dünyada bakliyatı en iyi işleme kültürü ülkemizdedir. Bu nedenle nerede

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

Son 10 yılda bakliyat konusunda farkındalık artmakta, ancak bakliyat sektörünün geliştirilmesi yönünde girişimler yeterli olmamaktadır. Topraklarımızın tamamında verimliliği artıracak çalışmalar yapılmalı, havza modeli günümüz gerçeklerine göre güncellenmeli, Türkiye bakliyatında kendine yetecek konuma getirilmelidir.

Dünyada bakliyatı en iyi işleme kültürü ülkemizdedir. Mal akışının kesilmemesi, Türkiye'nin kaybettiği pazarları geri kazanabilmesi için devlet desteklerinin 5 yıllık stratejik bir vizyonla sürdürülmesi gereklidir. Bakliyatın geleceğine yatırım için devletin alım garantisinin sürmesi, çiftçilerin teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Dünyada bakliyata ilgi artmakta, sürdürülebilirlik trendi ile tüketici tercihleri, yüksek katma değerli bakliyat yönünde değişmektedir. Dünyanın açlık sorunu bakliyatın önemini canlı tutmaktadır. Bakliyat ekonomik bir protein kaynağı olarak gündeme gelmektedir. Ülkemiz bu fırsatları değerlendirmelidir.

Ar-Ge çalışmaları ile Türkiye bitkisel protein üretim üssü haline getirilmeli, katma değerli ürünler geliştirilmelidir. Bakliyat proteininin ayrılmasından sonra kalan un ve nişastanın örneğin ekmek üretiminde yurt içinde değerlendirilmesi başarlarsa bakliyat kaynaklı protein konusunda küresel anlamda başa oynayabiliriz.

Üretilirse üretilsin, alıp, işleyip, ihraç edebilmekteyiz. Bunun için tek şart mal akışının kesilmemesidir. Burada devlet destekleri çok önemlidir. Türkiye'nin kaybettiği pazarları geri kazanabilmesi için devlet desteklerinin 5 yıllık stratejik bir vizyonla sürdürülmesi gereklidir.

Bakliyat Ar-Ge noktasında geri kalmış durumdayız. Ar-Ge çalışmaları ile Türkiye bitkisel protein üretim üssü haline getirilmeli, katma değerli ürünler geliştirilmelidir. Bakliyat proteininin ayrılmasından sonra kalan %80 oranında un ve nişastanın örneğin ekmek üretiminde yurt içinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu başarlarsa bakliyat kaynaklı protein konusunda küresel anlamda başa oynayabiliriz.

Bakliyatın geleceğine yatırım için devletin alım garantisinin sürmesi, çiftçilerin teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Tohum ıslahı, sertifikalı tohum kullanımı, koordineli üretim verimlilik artışı alanlarında çalışılmalıdır. Türk ürünlerinin tanıtımı ve "Made in Turkey" marka değerinin artırılması gereklidir.





PAKDER Başkanı, İstanbul Ticaret
Borsası Başkan Yardımcısı

İsmet Aral

Bakliyatta uzun süre ülkedeki potansiyeli değerlendirecek bir politika ortaya koyulamadı. Türkiye artık kendine yetecek bir konuma gelmeli.

Hakan Agro DMCC CEO'su, Dünya
Bakliyatçılar Federasyonu Eski Başkanı

Hakan Bahçeci

Bakliyat dünyada hak ettiği yere doğru gidiyor. Sektör Ar-Ge ile geleceğe yatırım yapmalı.



Programa katılımlarından sonraki günlerde vefat eden Sayın Bahçeci'ye bir kez daha Allah'tan rahmet diliyoruz.



Toprak Mahsulleri Ofisi
Genel Müdürü

Ahmet Güldal

Hem yurt içinde, hem dünyada bakliyat üretimi arttı. Türkiye dünya çapında otorite olacak.



Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağ Sektörü



Türkiye’de yağlı tohum ekimi; şeker pancarı, buğday, mısır ve arpadan sonra beşinci sırada. Bu nedenle bitkisel yağda hammadde olarak yurtdışına bağımlıyız. Sektör kur riski nedeniyle stok taşıyamadığı için kriz durumlarında arzın kesintiye uğraması riski bulunmaktadır. Stok planlamasının iyi yapılması, hammadde sıkıntısı ortaya çıkmadan, erken pozisyon alınması gerekmektedir. Bunun yanında çiftçinin de korunması, desteklenmesi gerekmektedir. Çiftçinin artan maliyetlerinden kaynaklanan fiyat artışlarının engellenmesi için çiftçiye doğrudan destek verilmelidir.

Çiftçinin üretiminin karşılığını alabilmesi için üretim planlamasının doğru yapılmasına, sıkı kontrol ve destekleme politikalarına ihtiyaç bulunmaktadır. COVID-19 döneminde Devletin aldığı önlemlere rağmen hammadde fiyatlarında yaşanan artış tüketiciye de yansımıştır. Bu dönemde ürünlerin yenilikçiliği ve farklılığından ziyade bulunabilirliği ve ulaşılabilirliği önem kazanmıştır. Ucuzluktan ziyade kalite ve güvenilirlik tercih sebebi haline gelmiştir.

Sektörün yerel hammadde üretiminin artması için yaptığı çalışmaların önemi ortaya çıkmıştır. Dünya zeytinyağı pazarında bizim

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

Türkiye bitkisel yağda hammadde olarak yurtdışına bağımlıdır. Sektör kur riski nedeniyle stok taşıyamadığı için kriz durumlarında arzın kesintiye uğraması riski bulunmaktadır. Stok planlamasının iyi yapılması, hammadde sıkıntısı ortaya çıkmadan, erken pozisyon alınması gerekmektedir.

Bunun yanında çiftçinin de korunması, desteklenmesi gerekmektedir. Çiftçinin artan maliyetlerinden kaynaklanan fiyat artışlarının engellenmesi için çiftçiye doğrudan destek sağlanmalıdır. Çiftçinin üretiminin karşılığını alabilmesi için üretim planlamasının doğru yapılmasına, sıkı kontrol ve destekleme politikalarına ihtiyaç bulunmaktadır.

COVID-19 sürecinde sektörün yerel hammadde üretiminin artması için yaptığı çalışmaların önemi ortaya çıkmıştır. Türkiye’de en çok tüketilen yağ ayçiçek yağıdır. COVID-19 gibi kriz durumlarında arz sıkıntısı riski oluşmaktadır. Bu nedenle kanola gibi alternatif ürünlerin desteklenmesi gereklidir.

200 bin ton üretimimize karşı 1,2 milyon ton üretim yapan İspanya fiyat belirleyici durumdadır. İhracatta rekabetçi fiyatlara ulaşabilmemiz için devlet desteği çok önemlidir. Ancak zaman zaman yapılan destekler yeterli değildir.

Türkiye’de en çok tüketilen yağ ayçiçek yağıdır. COVID-19 gibi kriz durumlarında arz sıkıntısı riski oluşmaktadır. Bu nedenle kanola gibi alternatif ürünlerin desteklenmesi gereklidir.

COVID-19 sürecinde hammadde sıkıntısı çekilmemesi için ithalatın önü açıldı, ancak ciddi bir stok fazlası oluştu. Bu durum yerli ayçiçeği üreticilerini zor durumda bırakacak. Vergiler, referans fiyatlar üreticiyi genel olarak korumalıdır. Salgın sürecinde talep daralması fiyat baskısı oluşturacak, sektörün ayakta kalmak adına daha agresif şekilde davranmasına neden olacaktır. Bu sadece iç piyasa değil, ihracat için de geçerlidir. İhracatta sürdürülebilir olmayan modeller daha yaygın hale gelmektedir.





Savola Gıda Tedarik Zinciri Direktörü

Aysun Aras

Zeytinyağı ihracatı için devlet desteği çok önemli. Bunu yıllardır gündeme getiriyoruz ancak destekler yeterli olmuyor.

Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye,
Afrika Ticaret ve Satış Lideri

Alkan Yüksel

Bitkisel yağ konusunda proaktif bir yaklaşım gerekiyor. Türkiye gelecekteki olası krizlere karşı erken pozisyon almalı.



Sunar Grup CEO'su

Hasan A. Özkan

Kriz önlemleri ithalat bağlantılarını cazip kılıp çiftçiye üzücü bir noktaya getirmemeli. Oluşacak arz fazlası ihracat için fırsata dönüşmez.



Süt ve Süt Ürünleri Sektörü



Ülkemizde çiğ süt kalitesi diğer ülkelere göre çok düşüktür. Protein, yağ ve mikrobiyolojik kaliteye odaklanmış bir regülasyon gerekmektedir. Ülkemiz süt ve süt ürünleri sektörünün korunması için yağ ve proteine yönelik fiyatlandırma uygulaması gerekmektedir. Marketlere süt ve süt ürünleri karşılığında gelen paranın sisteme girmesi, çarkın dönmesi gereklidir. Dolayısıyla perakendeden sektöre nakit akışı mevzuatla düzene koyulmalıdır. Sektör üreticiyi mağdur etmemek için çiğ sütü almış, farklı şekillerde işleyerek depolama yoluna gitmiştir. Stok yönetimine yönelik depolama destekleriyle en azından sektörün finansal darboğazlarını ortadan kaldıracak bir destek mekanizmasının devreye alınması gerekmektedir.

Süttozu dünya ölçeğinde en stratejik ürünlerden biridir. Devlet gerektiğinde süttozunu stratejik olarak alabilmelidir. Stoklama regülasyonunun iyi oturması gereklidir. Süttozu, tereyağı gibi ürünlerde Devlet müdahale mekanizması içinde, serbest piyasa mekanizmasına uygun basit ve yalın tasarlanmış desteklerle sektörün hayatını sürdürmesi şarttır.

Sektörün ihracatı ciddi şekilde düşmüştür. Bu konuda her sektöre yapılan destekler varken, süt ve süt ürünleri sektörü çalışmaya devam ettiği için herhangi bir destek ya da söz alamamaktadır. Bu durumun çözülmesi önem taşımaktadır. Sektörün sorunlarına geniş bir süreçte kamuyla birlikte ciddi şekilde yaklaşılmalıdır.

Üreticinin sorunları çözülür ve çözüm sürdürülebilir olursa süt üretimi artabilir. Ancak bu durumda da ürün kayıt dışına gidebilir. Bunun önlenmesi için de muhtelif tedbirlerin alınması gerekmektedir. Süt ve süt ürünleri sektörü kendi arasında değil lobi faaliyetleriyle mücadele etmektedir. Bu faaliyetler nedeniyle halihazırda üretilen sütün sadece %45'i kayıt altındadır. Bu oran dünyada %95'tir.

OTURUM BAŞKANI

Tarık Tezel - SETBİR Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye’de üretilen sütün sadece %45’i kayıt altındadır. Bu oran dünyada %95’tir. COVID-19 kayıt dışı ekonomiyi gündem dışına çıkarmak için bir fırsattır. Çiğ sütün kayıt dışına gitmesinin önlenmesi için muhtelif tedbirlerin alınması gerekmektedir. Ülkemizde çiğ süt kalitesi diğer ülkelere göre çok düşüktür. Ülkemiz süt ve süt ürünleri sektörünün korunması için protein, yağ ve mikrobiyolojik kaliteye odaklanmış bir regülasyon ve fiyatlandırma uygulaması gerekmektedir.

Döviz kuru artışı, yem hammadde maliyetinde artışa neden olmuştur. Bu durum sadece bugünün problemi değildir. Üretici desteklenerek bu durum çözümlenmelidir. Üreticinin sorunları çözülür ve çözüm sürdürülebilir olursa süt üretimi artabilir.

Stoklama regülasyonunun iyi oturması gereklidir. Süttozu, tereyağı gibi ürünlerde Devlet müdahale mekanizması içinde, serbest piyasa mekanizmasına uygun basit ve yalın tasarlanmış desteklerle sektörün hayatını sürdürmesi şarttır. Stok yönetimine yönelik depolama destekleriyle sektörün finansal darboğazlarını ortadan kaldıracak bir destek mekanizmasının devreye alınması gerekmektedir. Marketlere süt ve süt ürünleri karşılığında gelen paranın sisteme girmesi, çarkın dönmesi gereklidir. Dolayısıyla perakendeden sektöre nakit akışı mevzuatla düzene koyulmalıdır.

Sektörün sorunlarına geniş bir süreçte kamuyla birlikte ciddi şekilde yaklaşarak sürdürülebilir çözümler üretilmelidir. Rakip ülkelerin 2050’ye kadar planlamalarını yapmış oldukları akıldan çıkarılmamalıdır.



SETBİR
Yönetim Kurulu Başkanı

Tarık Tezel

Tedarik zinciri halk sağlığı ve ekonomi için kritik bir öneme sahiptir. Zincir adeta bir domino etkisine açık, bütüncül ve son derece yüksek risklere sahiptir.





Aynes CEO ve Genel Müdürü

Murat Hocalar

Sektör her gün süt mucizesini halka ulaştırmak için savaşmaktadır. Bu savaşta kamu dahil tüm paydaşlar sektöre destek vermelidir.

Pınar Süt Genel Müdürü

Gürkan Hekimoğlu

Dünyada sütün %95'i, Türkiye'de %45'i sanayiye gidiyor. Bunun artırılması, süt kalitesinin yükseltilmesi gereklidir.



Eker Süt Ürünleri Operasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Hamit Can

Sanayici süt üreticisine malının bedelini 1 ay içinde öderken, perakendeciye verdiği malın ödemesini 60, 90, 120 güne varan vadelerle alabiliyor.



Kanatlı Eti ve Yem Sektörü



Kanatlı sektörü kuş gribinden beri COVID-19 salgını gibi süreçlere karşı hazırlıklıdır. Ev dışı tüketim tamamen bitme noktasına geldiği için sektörde satışlar düşmüş, %20-25 civarında pazar kaybı yaşanmıştır. Kamuyla birlikte geleceğin, özellikle 2020 yılının geri kalanının planlanması gerekmektedir. Yağlı tohumlarda gümrüklerdeki aksaklıklar ve etanolün petrol karşısında rekabet gücünü kaybetmesi nedeniyle fiyat artışları görülmüş, bunlar yem fiyatlarına yansımıştır. Ancak dünya hububat stoklarında artış görülmekte, bu nedenle fiyat artışı beklenmemektedir. Geçinmekte güçlük çeken, en büyük harcama kalemi gıda olan çok sayıda hane var.

Gıda ürünlerinin tamamında KDV %1'e indirilmelidir. Kamunun fiyatları dengeleme konusunda piyasaya gereğinden fazla girmemesi gereklidir. Kamunun ticarete fazla girmesi fiyatları uzun vadede olumsuz etkilemektedir. Bu konunun masaya yatırılması, girişimci gücün ne olduğu konusunun netleştirilmesi gerekmektedir. Yemlerde hayvansal kaynaklı proteinlerin aynı tür için kullanılmasına gelen yasak nedeniyle her yıl 200-250 milyon avroya denk gelen küspe ve diğer ürünler kullanılmaktadır. Yasağın dördüncü yılında toplam maliyet 1 milyar avroya ulaşmıştır. Yemlerde %45 oranında ithal ürün kullanılmakta, her yıl 4 milyar dolara yakın para ödenmektedir. Bu para genelde yağlı tohum ve küspelerine yönelik olmaktadır.

Türkiye'de onaylı gen sayısı 36, Avrupa'da 130, dünyada 500'dür. Tüm dünyada gıda ve yem amacıyla kullanılan onaylı genler Türkiye'de de onaylanmalıdır. Biyoteknoloji ürünleri anlamında yasa AB'ye uygun hale getirilmezse yakında hammadde ithal edemeyecek hale gelinecektir. Bu durumda üretimde gerileme tehlikesi baş gösterecektir. Tarımsal üretimdeki insanların para kazanmasına izin verilmeli, tüketici bunun devamında düşünülmelidir. Tüketicuyu koruma içgüdüsüyle sürecin başında üreticinin üzerine gidip para kazanması engellenirse başarısız olunacaktır. Tarım ve kırsalın özendirilmesi, kırsalda yaşam koşullarının iyileştirilmesi

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

Türkiye’de kanatlı sektörünün en büyük girdisi karma yemdir. Hammaddelerin çoğu dövize endekslidir. Yemlerde %45 oranında ithal ürün kullanılmakta, büyük bölümü yağlı tohum ve küspelerine yönelik olmak üzere her yıl 4 milyar dolara yakın para yurt dışına çıkmaktadır.

Biyogüvenlik Kanunu sektöre ciddi zarar vermiştir. Türkiye’de onaylı gen sayısı 36, Avrupa’da 130, dünyada 500’dir. Tüm dünyada gıda ve yem amacıyla kullanılan onaylı genler Türkiye’de de onaylanmalıdır. Kanun AB ile uyumlu hale getirilmezse yakında hammadde ithal edilemeyecektir. Bu durumda üretimde gerileme tehlikesi baş gösterecektir.

Kamunun fiyatları dengeleme konusunda piyasaya gereğinden fazla girmemesi gereklidir. Kamunun ticarete fazla girmesi fiyatları uzun vadede olumsuz etkilemektedir. Tarımsal üretimde faaliyet gösterenlerin para kazanmasına izin verilmeli, tüketicinin ekonomik faydası bunun devamında düşünülmelidir. Aksi halde tarımsal üretim ilerlemeyecektir.

Kamu ile özel sektör arasında koordinasyon mekanizması tam olarak çalışmamaktadır. Mevcut Sağlık ve Gıda Politikaları Kurulu tamamen sağlık üzerine çalışmaktadır. Bir Tarım ve Gıda politikaları Kurulu oluşturulmalı, sorunlar masaya yatırılarak kamuyla birlikte sektörün geleceğinin planlanması gerekmektedir.

önemlidir. Gençlerin çiftçiliğe motive edilebilmesi için kırsalda yaşayanların düzenli gelir elde edeceği bir sigorta, sosyal güvence sistemi geliştirilmelidir. Türkiye’de kanatlı eti üretimi son yıllarda büyümüyor. Bu konunun masaya yatırılması gereklidir. Sağlıkçılardan sonra gıda çalışanları büyük takdiri hak etmektedir. Özellikle kuluçkalık yumurta ve civciv ihracatı konusunda THY’den destek alınamamaktadır. Ya yeterli kargo uçağı bulunamamakta ya da fiyatlar çok yüksek olmaktadır. Yükselen yıldız Afrika ülkeleri nakliye maliyetiyle baş edilemediği, uçak bulunamadığı için başka ülkelere kaptırılabilir. Domuz hastalıkları nedeniyle Çin’de oluşan hayvansal protein açığı kapanmadan bu pazara girilmelidir. İhraç edilen tavuk ayakları dolaylı yoldan Çin’e gidiyor. Bu pazar açılır, doğrudan ticaret yapılırsa 12 milyon dolarlık kazanç elde edilebilir. Sektörün en büyük girdisi karma yem. Hammaddelerin çoğu dövize endeksli. Bu dönemde en büyük destek TMO tarafından sağlanmıştır. GEKAP yönetmeliği gıda sektörüne ağır yükler getirmiştir.

Krizin ardından yönetmeliğin uygulanması büyük sıkıntılar yaratacaktır. Uygulama en az 3 yıl ertelenmeli, tartışmalı konular bu süre zarfında çözüme kavuşturulmalıdır. Ürün çeşitliliğinin fazla olması nedeniyle ürün isimlerinde yaşanan karmaşayı gidermek amacıyla bir dil birliği komisyonu kurularak piliç ve hindi eti ürün katalogları hazırlanmıştır. Kamu ile özel sektör arasında koordinasyon mekanizması tam olarak çalışmamaktadır. Biyogüvenlik Kanunu sektöre ciddi zarar vermiştir. Mevcut Sağlık ve Gıda Politikaları Kurulu tamamen sağlık üzerine çalışmaktadır. Bir Tarım ve Gıda politikaları Kurulu oluşturulmalıdır.





Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları
Birliği Derneği Yönetim Kurulu Başkanı

Dr. Sait Koca

Dünyada ABD, İngiltere gibi
birçok ülke kanatlı eti arzında
sorunlar yaşarken biz rafları
boş bırakmadık. Gıda sektörü
çalışanları teşekkürü hak ediyor.

Türkiye Yem Sanayicileri
Derneği Başkanı

Ülkü Karakuş

Düşük gelirli hanelerde en büyük
harcama kalemini gıda oluşturur.
Gıda ürünlerinin tamamında
KDV'nin yüzde 8'den 1'e
indirilmesi gereklidir.



TGDF Başkan Vekili

Rint Akyüz

Biyogüvenlik Kanunu sektöre
ciddi zarar vermiştir. Dünyada
biyogüvenlikle ilgili suçlara 5 sene
hapisle başlayan ceza öngören
tek Kanun bizdektir.



Şekerli Mamul Sektörü



COVID-19 sırasında dijitalleşmenin önemi görülmüştür. Sektör bu açıdan krize yeterince hazırlıklı değildi. Salgında finansal hazırlığın, likit akışının önemi de ortaya çıkmıştır. Bu dönemde tüketici alışkanlıklarının da önemi görülmüştür. Yıllar boyu sadık tüketici boyutuna yatırım yapan markalarda düşüş olmamıştır. Tüketici yeni ürünler denemek yerine bildik ürünlere yönelmiştir. Salgın döneminde impuls satın almaya yönelik ürünlerin satışı durmuştur.

Tüketici tercihleri ambalajlı ürünlere doğru kaymıştır. Bu nedenle ürün miks ve geliştirme faaliyetleri tekrar değerlendirilmektedir. Gıda güvenliği kırılmamıştır. Sektör ciddi önlemler almış, hammaddeyi rafa iyi iş çıkarmıştır. Bundan sonraki süreçte inovasyon çok önemli hale gelecektir. Sağlıklı olarak algılanan ürünlere yönelim başlamıştır. Özellikle e-ticaret, impuls alışverişin yanına başka unsurları da ekleyecektir. Bunlara yönelik ürünlerin geliştirilmesi gerekecektir. Yeni dönemde yeni iş modellerinin tasarlanması gerekmektedir. Uzun vadede yeni tüketim alışkanlıkları ve pazar dinamikleri dikkate alınarak stratejiler geliştirilmelidir. Küresel firmalar tedarik riskini azaltma yönünde yeni bir tedarik yapısı kurgulayabilirler. Bazı bölgelerde riski azaltmak için iş birlikleri ve dikey entegrasyona gidilmesi gerekmektedir. Gelecek şu anda belirsiz durmaktadır.

OTURUM BAŞKANI

Şemsi Kopuz - TGDF Yönetim Kurulu Başkanı

COVID-19 sürecinde tüketici alışkanlıkları oluşturma'nın önemi ortaya çıkmıştır. Şekerli mamuller bazında yıllar boyu sadık tüketici boyutuna yatırım yapan markaların satışlarında düşüş olmamış, tüketici yeni ürünler denemek yerine bildik ürünlere yönelmiştir. Salgın sürecinde tüketici tercihleri ambalajlı ürünlere doğru kaymıştır. Bu nedenle firmalar ürün miks ve geliştirme faaliyetlerini yeniden değerlendirmektedir.

Sağlıklı olarak algılanan ürünlere yönelim başlamıştır. Özellikle e-ticaret, impuls alışverişin yanına başka unsurları da ekleyecektir. Bunlara yönelik ürünlerin geliştirilmesi gerekecektir. Bundan sonraki süreçte inovasyon çok önemli hale gelecektir. Yeni dönemde yeni iş modellerinin tasarlanması, uzun vadede yeni tüketim alışkanlıkları ve pazar dinamikleri dikkate alınarak stratejiler geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Türkiye şekerli mamul sektörü dünyada yaygın şekilde çalışmaktadır. Küresel firmalar tedarik riskini azaltma yönünde yeni bir tedarik yapısı kurgulamalıdır. Bazı bölgelerde riski azaltmak için iş birlikleri ve dikey entegrasyona gidilmesi gerekebilir. Devlet, sektörün sürekli kendini anlatmak zorunda kaldığı sorunlara karşı daha pozitif bir yaklaşım benimserse ülke olarak dünyanın her yerinde daha fazla iş yapabiliriz.

İhracat yaptığımız çoğu ülke kendi arasında serbest ticaret anlaşmaları yapmıştır. Türkiye ise bu çalışmaları iyi yönetememiştir. Türkiye olarak Avrupa'ya satış kotamızı 15 günde doldururken, başka ülkeler bu bölgeye gümrüksüz satış yapabilmektedir. Gümrük anlaşmaları sürekli ülkemizin ihracatı önüne bir engel olarak çıkarken, aynı ülkelerden ürünler ülkemize gümrüksüz girebilmektedir. İlgili Bakanlıklar bu konularda acilen harekete geçmelidir.

Firmaların yenilenmeye ve adapte olmaya odaklanması gereklidir. Bu dönem bir kayıp gibi görünse de yenilenmeye odaklanmaya, stratejik düşünce üretmeye, inovasyona ve iş modellerinin gözden geçirilmesine kaynak aktarmak için iyi bir fırsattır. Türkiye şekerli mamul sektörü dünyada yaygın şekilde çalışmaktadır. Bu nedenle yeni uluslararası pazar arayışı anlamlı olmayabilir ama ilişkileri tekrar gözden geçirmek, gündemi lehimize çevirmek fırsatı olabilir. Devlet sektöre destek olur, ön plana alırsa daha fazla iş yapabilir. Sektörün sürekli kendini anlatmak zorunda kaldığı meselelere daha pozitif yaklaşırsa dünyanın her tarafında daha fazla iş yapılabilecektir. İhracat yaptığımız çoğu ülke kendi arasında serbest ticaret anlaşmaları yapmıştır.

Türkiye bu çalışmaları iyi yönetememiştir. Avrupa'ya satış kotamızı 15 günde doldururken örneğin Güney Amerika'da bir ülke gümrüksüz satış yapabilmektedir. Gümrük anlaşmaları sürekli önümüze çıkarken İngiltere'nin bazı ürünleri ülkemize gümrüksüz girmektedir. Ticaret Bakanlığı bu konularda harekete geçmelidir.





Barry Callebaut Türkiye Genel Müdürü

Neslihan Nigiz Ulak

Sektör gıda güvenilirliği konusunda başarılı oldu. Yıllar boyu tüketicinin güvenine yatırım yapmış markalar salgın sürecinden fazla etkilenmedi.

Eti Gıda İcra Kurulu Başkanı

Hakan Polatoğlu

İçinde bulunulan dönem kayıp olarak görülmemeli, önümüzdeki dönemde yaşanabilecek yeni krizlere daha dirençli stratejik modeller geliştirilmeli.



Durukan Şekerleme
Yönetim Kurulu Eş Başkanı

Nedim Durukan

COVID-19 döneminde değişen ürün taleplerini dikkate alacağız. Gelecekte hangi ürünlere öncelik verileceği konusundaki seçimlerde ihracat verileri etkili olacak.



Makarna Sektörü



COVID-19'un ilk günlerindeki panik ortamında tüketici, temel gıdalardan; kolay erişilebilir, sağlıklı, besleyici ve güvenilir bir ürün olan makarnaya yönelmiştir. Raflar boşaldıkça ertesi gün doldurulmuştur. Tüketiciler bunu gözlemleyerek sakinleşmiştir. Kaotik ortamın sakinleşmesi tüm sektörün arzdaki başarısı ile sağlanmıştır.

AB'ye ihracatta 20 bin ton gibi bir kota vardır. Kota yılın ilk 4 ayında dolmaktadır. Kota nedeniyle süreklilik olamadığından AB'de zincir marketlerle anlaşma yapılamamaktadır. Kota sistemi karşılıklıdır. Kaldırılması talebine karşılık AB de Türkiye'nin uyguladığı kotanın kaldırılması talebinde bulunmaktadır. Bu nedenle süreç kilitlenmiştir.

Afrika pazarında ise rakipler nedeniyle fiyatlar düşmekte, rakiplere uygulanan vergi indirimleriyle mücadele etmek için düşük fiyatlara uyum sağlanmaktadır. Makarna yatırım eşiği yüksek bir sektördür. Para kazanmadan işletilmesi mümkün değildir. Yıkıcı rekabete rağmen sektör faaliyetine devam etmekte, dünya pazarlarında rekabet edebilmektedir.

Türkiye'de makarna sektöründe ciddi taşış sorunu vardır. Fason ürünlerin çoğu ekmeklik, hatta yemlik buğday içermektedir, içeriğinde boyar madde kullanılmaktadır. Bu ürünler normal makarnanın üçte biri fiyatına satılmaktadır. Bunların tespiti çok kolaydır. Türkiye'de ıslah çalışmaları yapılmaktadır. Ancak bunlar uzun zaman isteyen çalışmalardır. Türkiye'de verimli, kaliteli, farklı iklimlerde yetişebilen çeşit sayısı düşüktür. Ülkemizde 80'in üzerinde tescilli makarnalık çeşit bulunmaktadır, ancak en çok satılanlar dışarıdan getirilip adapte edilenlerdir.

TMO buğdayları depolarken protein ve fiziksel özelliklere göre depolama yapmaktadır, gluten ve renk kalitesini belirleyememektedir. Bu nedenle farklı gluten kalitesine sahip buğdaylar beraber depolanmaktadır. Makarnalık buğday çeşit sayısının bu kadar fazla olması yanlıştır. Kendi ıslah ettiğimiz çeşitlerin üretilmesi gereklidir.

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

Türkiye makarnasını dünyaya fiyatıyla ihraç etmektedir ancak teknoloji ve hammadde olarak İtalya'dan geride değildir. Türkiye'nin markalaşması, kalite algısının yerleşmesi gereklidir. Türk makarnasının fiyatı artsa da ihracatımız düşmeyecektir.

Türkiye makarna sektörü ihracatının %70'ini Afrika ülkelerine yapmaktadır. Bunun nedeni AB'ye ihracatta 20 bin ton gibi bir kota olmasıdır. Kota yılın ilk 4 ayında dolmaktadır. Kota nedeniyle süreklilik olamadığından AB'de zincir marketlerle anlaşma yapılamamaktadır. Üretici etnik pazara yönelik çalışmaktadır.

Türkiye'de makarna üretimi konusunda atıl bir kapasite vardır. Makarna tüketimi istenilen düzeyde olmamakla birlikte yükselme eğilimindedir. Bunu hızlandırmanın yolu kaliteye odaklanmak ve tüketiciyi ikna etmektir. Ancak Türkiye'de makarna sektöründe ciddi tağşiş sorunu vardır. Fason ürünlerin çoğu ekmeklik, hatta yemlik buğday içermektedir, içeriğinde boyar madde kullanılmaktadır. Bu konuda önlem alınmalıdır.

Türkiye'de ıslah çalışmaları yapılmaktadır. Ancak ülkemizdeki 80'in üzerinde tescilli makarnalık çeşidin en çok tercih edilenleri dışarıdan getirilip adapte edilmiş cinslerdir. TMO makarnalık buğdayları depolarken protein ve fiziksel özelliklere göre ayırmakta, gluten ve renk kalitesini belirleyememektedir. Bu nedenle farklı kalitedeki buğdaylar beraber depolanmaktadır. Makarnalık buğday çeşit sayısının bu kadar fazla olması hatalıdır. Ülkemizde ıslah edilen çeşitlerin yaygınlaştırılması gereklidir.



MÜSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Nihat Uysallı

Panik alışverişinin sürdüğü dönemde rafları boş bırakmadık. O kaotik ortam sadece sözlerimizle sakinleşmedi, tüm sektörün arzdaki başarısı bunu sağladı.





TMSD Başkanı

Abdülkadir Külahçioğlu

Makarna sektörü iyi bir sınav verdi. Sorulan her soruya uygun cevaplar vererek, her açıklamada özen göstererek panik ortamını rahatlattık.

MÜSAD Yönetim Kurulu Üyesi

Murat Bozkurt

Dünyada artık bir Türk makarnası gerçeği var. Bunun marka haline gelmesi, kalite algısı önemli. Makarnayı olması gerekenden ucuza ihraç ediyoruz.



TMSD Yönetim Kurulu Üyesi

Aykut Göymen

AB'ye makarna ihracatımızda 20 bin ton gibi bir kota var. Bu kota yılın ilk beş ayında doluyor. Süreklilik olmadığından büyük zincirlerle anlaşma yapamıyoruz.



Lojistik Sektörü

“

Lojistik sektörü pandemide iyi bir sınav vermiş, gıda ve sağlık lojistiğinde herhangi bir aksama yaşanmamıştır. Türkiye lojistik sektörü 18 milyar dolarlık ciroyla dünyada ilk 20 içerisinde, ancak Dünya Lojistik Endeksinde 47'nci sıradadır. Bunun nedeni lojistiğin katma değeri ve geliri az olan kısmını üstlenmemiz, bedel olarak ürettiğimiz hizmetin karşılığını alamamamızdır. COVID-19'un etkileri nedeniyle yakın zamanda endekste yükselme şansımız bulunmamaktadır. Üretim ve yurtdışı talep azaldığı için sektör cirosunun yükselmesi mümkün görünmemektedir.

Türkiye bir hub terminal konumundadır. Altyapıyı ne kadar geliştirsek, gerek stoklama gerek geri sahada hizmetlerini tek elden ne kadar çok müşteriye uygun şartlarda verebilirsek ülkemizi bir cazibe merkezi haline getirebiliriz. Lojistik Master Planı hazırlandı ancak planlanan lojistik altyapısının kamu-özel sektör birlikteliği olmadan hayata geçmesi mümkün değildir. Planlanan büyüklükte arazinin temini, toplulaştırması, liman ve demiryollarına uzaklığının tespit edilmesi gibi konular devletçe yapılmalıdır. Altyapı oluşturulursa arz oluşur. Arz oluşursa talep oluşur. Bölge cazibe merkezi olur. Üretimden çıkan bir malın boyutuna göre tasnif edilmesi, depolanması, kutulanması, dağıtımı artık dünya tedarik zincirinde sıklıkla verilen hizmetlerdir. Türkiye bu açıdan geride kalmış durumdadır.

Türkiye'de lojistik konusunda kapsamlı bir mevzuat yoktur, olan da uygulanmamaktadır. Bu nedenle gıdaların nereden nereye hangi koşullarda taşındığı, nasıl vardığı takip edilememektedir. Mevzuatın uygulanmaması yanında izlenebilirlik de yoktur. Raftaki ürünün hangi koşullarda saklandığını, hangi koşullarda taşındığını, soğuk zincirin kırılıp kırılmadığını takip edebilecek bir mekanizma yoktur. Dolayısıyla hem mevzuat, hem uygulama, hem de strateji ile ilgili planlarda eksiklerimiz vardır. Bunların hepsinin sil baştan ele alınması

OTURUM BAŞKANI

Ayhan Sümerli - TGDF Yönetim Kurulu Üyesi

Türkiye lojistik sektörü 18 milyar dolarlık ciroyla dünyada ilk 20 içerisinde, ancak Dünya Lojistik Endeksinde 47'nci sıradadır. Bunun nedeni lojistiğin katma değeri ve geliri az olan kısmını üstlenmemizdir. Altyapıyı ne kadar geliştirir, stoklama ve geri saha hizmetlerini tek elden ne kadar çok müşteriye uygun şartlarda verebilirsek lojistik alanında o kadar yükseliriz.

Bu amaçla ortaya koyulan Lojistik Master Planında yer alan lojistik altyapısının kamu-özel sektör birlikteliği olmadan hayata geçmesi mümkün değildir. Planlanan büyüklükte arazinin temini, toplulaştırması, liman ve demiryollarına uzaklığının tespit edilmesi gibi konular devletçe yapılmalıdır.

Türkiye'de lojistik konusunda kapsamlı bir mevzuat yoktur, olan da uygulanmamaktadır. Gıdaların nereden nereye hangi koşullarda taşındığını, raftaki ürünün hangi koşullarda saklandığını, soğuk zincirin kırılıp kırılmadığını takip edebilecek bir mekanizma yoktur. Özetle hem mevzuat, hem uygulama, hem de strateji ile ilgili planlarda eksiklerimiz vardır. Bunların hepsinin sil baştan ele alınması gerekmektedir.

Gıda tarladan çatala gelene kadar oluşan 100 milyar TL'lik kaybın 10 milyar TL'si lojistik süreçlerden kaynaklanmaktadır. Buna ek olarak COVID-19 süreci bozulabilir gıdaların eve kadar taşımacılığına yönelik düzenlemelerin de yapılması gereğini doğurmuştur. Sektör bu konuda yatırımlar yapmakta, ancak kayıt dışı taşımacılık, işini layığıyla yapan firmaların rekabet şansını ortandan kaldırmaktadır.

Devlet olarak lojistik sektörünü iyileştirmeye ve sorunlarını gidermeye yönelik atılacak adımlar sonucunda yapılacak tasarruf en az 10-15 milyar TL düzeyinde olacaktır. Yazılacak her tür mevzuat, yapılacak her tür uygulama, bunun karşılığında ülkenin elde edeceği ekonomik kazanca değecektir.

gerekmektedir. Tarladan çatala geçen süreçte gıdanın üçte biri atılmaktadır. Türkiye için 100 milyar TL anlamına gelen kaybın 10 milyar TL'si lojistik süreçte gerçekleşmektedir. Bunun önlenmesi için devletçe yapılacak yatırım kısa sürede kazanca dönüşecektir.

Doğru mevzuat tanımlanıp tüm sektör için sahada uygulanırsa bunun Türkiye ekonomisine ciddi katkısı olacaktır. Kayıt dışı taşımacılık, işini düzgün yapan oyuncuların rekabet şansını ortadan kaldırmaktadır. Yapılan yatırımların anlamı kalmamaktadır. Ülkedeki otorite bu konuyu ele almalıdır. COVID-19 sonrasında ev dışı tüketim bitip ev tüketimi artmıştır. B2B teslimat yapılan 500 bin nokta, ev tüketimiyle 10 milyon haneye çıkmıştır. Lojistik sektörünün ev tüketicisine mikro boyutta teslimat yapmaya hazırlıklı olması gerekmektedir.

Türkiye'nin kargo altyapısı soğutulmuş ürünleri eve teslim edecek yapıda değil. Bu nedenle lojistiğin mikro tarafında gıda altyapısının oluşması gerek. Mevzuatın eve teslim alanına kadar genişletilmesi gerekmektedir. Özellikle bozulabilir gıdaların eve kadar taşımacılığına yönelik bir yönetmeliğin sıfırdan tasarlanıp hayata geçirilmesi gereklidir. Bunun karşılığında elde edilecek tasarruf en az 10-15 milyar TL olacaktır. Yazılacak her tür mevzuat, yapılacak her tür uygulama bunun karşılığında ülkenin elde edeceği ekonomik kazanca değecektir.





TGDF YK Üyesi

Ayhan Sümerli

Türkiye lojistik sektörü, 18 milyar dolarlık cirouyla dünyada ilk 20 ülke arasında, ancak dünya lojistik endeksinde 47'nci sırada. Bu bir çelişkidir.

Ceynak Grup Başkanı

Ali Avcı

Dünya lojistik endeksinde yukarılarda olmamızın nedeni, ürettiğimiz hizmetin karşılığını bedel olarak alamamamız. Artık hizmetleri kurumsallaştırmamız gerekli.



Netlog Lojistik Başkanı

Uygar Uşar

Lojistik master planı sektörün ve ülkenin dinamikleri ile örtüşmüyor. Hem mevzuat, hem uygulama, hem de strateji ile ilgili planlarda eksiklerimiz var.





Gastronomi ve Ev Dışı Tüketim Sektörü

“

Gıda sektörünün ayakta kalması için EDT sektörünün işlemesi gereklidir ancak sektör durmuştur. Çeşitli sektörlerin ayakta kalması için devreye alınan devlet teşvikleri arasında EDT sektörüne yönelik çalışan gıda sektörü unutulmuştur. Bu durum devam ederse ancak büyük oyuncular ayakta kalmayı başaracak ve krizden güçlenerek çıkacak, bunu sağlayacak sermayeye sahip olmayan küçük ve orta ölçekli işletmeler ise yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır.

Gıda sektörünün ayakta kalması için EDT sektörünün kayıt altına alınması, ödemeler için bir tedarik zinciri kredi kartı sisteminin devreye alınması gerekmektedir. Kredi garanti fonu bunun altyapısını tasarlamalıdır. Bu şekilde tedarik zinciri dükkanların yüküne beraber katlanabilecek, diğer yandan dükkanlar borçlarını taksitlendirerek ayakta kalabileceklerdir. Bu girişim kayıt dışını da bitirecektir. Sektör finansal olarak sürdürülebilir hale getirilmelidir.

Gıdaların EDT sektörüne gelene kadar geçirdiği süreci içine alan, ilgili Bakanlıkların da içinde bulunduğu bir sertifikasyon modeli geliştirilmelidir. Bu sertifika bir zorunluluk olmamalı, ama güvenilir gıda vurgusu amacıyla kullanılabilir. Türkiye turizmde her türlü pandemiden uzak, güvenilir beslenmenin merkezi haline getirilmelidir. Hijyen ve güvenilirlik konusu tüketicinin gözü önünde çözülmeli, gastronomi turizmi fırsatı yakalanmalıdır. COVID-19'dan arı şehirler, bölgeler, ilçeler, köyler yaratılmalıdır. Bu yapılabilir, turizmde Avrupa'dan pay alınabilirse ülkemiz çok iyi bir yere gelecektir.

Restoranların istihdamda, vergide büyük payı vardır. Devletin bunlara destek vermesi, bir yerden sonra hibe yoluna gitmesi gereklidir. COVID-19 bir milat olarak kabul edilmeli, bugünkü ticari şartlar göz önüne alınarak uygar, teknolojiye açık, sermayedarı, yatırımcıyı koruyan, mevzuat çalışmaları yapılmalı, TOBB ve STK'larla birlikte gerekli Bakanlıklara iletilmelidir.

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

COVID-19 nedeniyle ev dışı tüketim (EDT) sektörü durma noktasına gelmiş, ancak bu süreçte devreye alınan devlet teşvikleri arasında EDT sektörüne yönelik üretim yapan gıda sektörü unutulmuştur. Bu durum küçük ve orta ölçekli işletmeleri yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bırakacaktır.

Gıda sektörünün ayakta kalması için EDT sektörünün kayıt altına alınması, ödemeler için Kredi Garanti Fonu kapsamında bir tedarik zinciri kredi kartı sisteminin devreye alınması gerekmektedir. Böylece tedarik zinciri finansal olarak sürdürülebilir bir hale getirilecektir. Bu girişim kayıt dışını da bitirecektir.

Gıdaların EDT sektörüne gelene kadar geçirdiği süreci içine alan, ilgili Bakanlıkların da dahil olduğu bir sertifikasyon modeli geliştirilmelidir. Bu sertifika bir zorunluluk olmamalı, ama güvenilir gıda vurgusu amacıyla kullanılabilir. Bu şekilde Türkiye, turizmde her türlü pandemiden uzak, güvenilir beslenmenin merkezi haline getirilmelidir.

COVID-19 süreci bir milat olarak kabul edilmeli, bugünkü ticari şartlar göz önüne alınarak uygar, teknolojiye açık, sermayedarı, yatırımcıyı koruyan mevzuat çalışmaları yapılmalıdır. Sektörler TGDF liderliğinde toplanmalı, bir komisyon kurulmalı, mevzuat çalışması en iyi şekilde ortaya çıkarılarak TOBB ve STK'larla birlikte ilgili Bakanlıklara iletilmelidir.



TGDF Genel Sekreteri

İlknur Menlik

Önümüzdeki dönemde ev dışı tüketim sektörü açılmış olsa da, sosyal mesafenin korunması ve diğer önlemler nedeniyle sektörün geliri aynı olmayacak.





ETÜDER Başkanı

Melih Şahinöz

Gıda sektörünün ayakta durması için ev dışı tüketim sektörü çalışmalı. Teşvikler devreye alınırken EDT tedarikçileri unutuldu.

Trilye Restoran Sahibi

Süreyya Üzmez

Kafelerde, restoranlarda, otellerde 3 milyon insan çalışıyor. Devletin bu konunun ciddi takipçisi olarak destek vermesi gereklidir.



Gastrofest Genel Yayın Yönetmeni

Ferit Özkaşıkçı

Sektör yok olma tehlikesiyle karşı karşıya. Ekonomide birinin harcaması bir başkasının geliridir. Bu durum devam ederse gelir harcama zinciri kopar.



Alkollü İçecek Sektörü



Satın alma gücü ve ürün fiyatları tüketimi olumsuz etkilemekte, tüketim düşmektedir. Üretim maliyeti harici vergi ve harcamalar fiyatın %75'ini oluşturmaktadır. ÖTV sektöre ciddi bir finansman maliyeti getirmektedir. Üretici ÖTV'yi satışta ödemekte, müşteri ise aldığı malın ödemesini satışı yaptıktan sonra üstüne birkaç ay vade koyarak yapmaktadır.

Alkollü içecek fiyatlarında öyle bir noktaya ulaşılmıştır ki ÖTV yasal tüketimi düşürerek, kayıt dışını artırmaktadır. ÖTV artışları artık devlet gelirine yansımamaktadır. Tam tersine, Ocak ayında artış yapılmaması sayesinde 2020'nin ilk 3 ayında tahsil edilen ÖTV %34 (4,2 milyar lira) artmıştır. ÖTV'de yeni bir politikaya ihtiyaç vardır. Bu nedenlerle Temmuz ayındaki otomatik ÖTV artışının yapılmaması ve tahsilat sürecinin uzatılması önem arz etmektedir. Bu devletin gelirini düşürecek bir adım değil, restoranların ve diğer mekanların nefes almasını sağlayacak bir uygulamadır. Ayrıca kayıt dışının azaltılması için cezai, yasal önlemlerin katı şekilde uygulanması gereklidir.

Ülkemizde alkollü içeceklerin tanıtımı yasaktır. Yeni ürünler konusunda tüketiciye bilgilendirme yapılamamaktadır. Tanıtımda amaç tüketimi teşvik etmek değil tüketiciyi bilgilendirmektir. İnternette satışa ilişkin yasak da büyük bir sorundur. Vatandaşın gerekmedikçe evden çıkmamasının telkin edildiği, internette alışverişin yoğunlaştığı dönemde, alkollü içeceklerin bu kanaldan satışı hala yasaktır. Yasağın amacı 18 yaşından küçüklerle ulaşılmamasıyken; aslında kredi kartı, kimlik numarası beyanı gibi zorunluluklarla bu kanalın kontrolü çok daha kolaydır.

Alkollü içecekler sektörünün Ekonomik İstikrar Kalkanı kapsamına dahil edilmesi gereklidir. Gıda ve içecek sektörü bu uygulamalara dahil edilmiş, alkollü içecekler sektörü ise dışarıda bırakılmıştır. 2020 Mart – Nisan döneminde, önceki yılın aynı dönemine kıyasla %32 oranında daralma söz konusudur. Talepte yaşanan daralmanın yanı sıra tahsilatta yaşanan zorluklar, şirketlerin bilançolarını olumsuz etkilemiştir. Sektörün en azından bu kayıplar oranında COVID-19'a özel olarak açıklanan ekonomik destekler kapsamına alınması gereklidir.

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

Son yıllarda alkollü içecek tüketiminde ciddi bir düşüş görülmektedir. Satın alma gücü ve ürün fiyatları tüketimi olumsuz etkilemektedir. ÖTV, KDV, toptancı ve son satıcıya ödenen primler toplandığında ortaya çıkan maliyet satış fiyatının %75'ine karşılık gelmektedir. Türkiye'de ÖTV AB ortalamasının 3 katıdır.

Ülkemizde alkollü içeceklerin tanıtımı yasaktır. Tanıtım yasakları yurtdışı faaliyetleri de etkilemektedir. Ülkemizde kaliteli bir şekilde üretilen ürünleri, bu ürünleri üretemeyen ülkelere tanıtılabilmeli, ihracata ağırlık vermeliyiz. Alkollü içkilerin turizmdeki anahtar özelliğini kullanmalıyız. Türkiye şarap tüketicisi bir toplum değildir. Ancak bizim gibi şarap tüketicisi olmayan Şili, 30 yıllık devlet politikası ile toplam 30 milyar dolarlık dünya pazarında 1,8 milyar dolarlık ihracat yapacak konuma gelmiştir. Bizim şarap ihracatımız ise sadece etnik pazarda ve 10 milyon dolar hacme sahiptir. Bunun yanında, alkollü içecek genelinde dış ticaret dengemiz de ithalat lehine değişmektedir.

Sektör yalnızca vergiden ibaret de görülmemelidir. Alkollü içecek sektörü tarım, istihdam, ihracat ve hatta moral sağlayan bir sektördür. Ekonominin bir numaralı girdisi moraldir. Sektör, temas ettiği tüm sektörler birlikte düşünüldüğünde 2 milyonluk bir istihdam ile etkileşim halindedir. Ham maddesi doğrudan tarım ürünü olan, ithalata gereksinim duymadan ihracat yapabilen bir sektördür. Sektörün sorunlarına bu çerçeveden bakılması, sektörün alkolden ibaret görülmemesi gereklidir.

Sektörün en önemli sorunlarından biri de sektör olarak bir arada hareket edemiyor oluşudur. Sektörün farklı taraflarının sorunları aynıdır, ancak taraflar bir bütün olamamıştır. Sektör yalnızca derdini anlatmak, kendi çıkarlarını gözetmek için değil, tüketicinin de çıkarlarını gözetecek bir yapıda bir araya gelmelidir.



Şarapder Yönetim Kurulu Başkanı

Ali N. Başman

ÖTV ciddi bir finansman maliyeti getiriyor. Mali sattığımızda, henüz tahsilat yapmadan hemen vergisini ödüyoruz. Müşteri ise ürünü sattıktan sonra üstüne birkaç ay vade koyarak bize ödeme yapıyor.





BMÜD Yönetim Kurulu Başkanı

Güven Erdal

Ülkemizde alkollü ürün tanıtımı yasak. Bu yasak ile tüketiciye haksızlık ediliyor. Firmalar piyasaya yeni ürün sürdüğünde, tüketicinin hakkı olan bilgilendirmeyi yapamıyor. Tanıtım izni yeniden verilmeli.

ALKİDER Yönetim Kurulu Başkanı

Levent Kömür

Eskiden birim ÖTV arttıkça devletin ÖTV gelirleri yükseliyordu. Son dönemde ÖTV'yi arttırmak devletin gelirini arttırmıyor, azaltıyor. Temmuz ayında artış yapılırsa gerilemeyi daha da arttıracığını düşünüyoruz.



GİSDER Genel Sekreteri

Tülay Aktan

Alkollü içki sektörü olarak en önemli sorunlarımızdan biri de sektör olarak bir arada hareket edemiyor olmamız. Aslında sektörün farklı taraflarında yer alsak da sorunlarımız aynı. Fakat biz bir bütün olmadık.





Organik Tarım



Organik tarım sürecinin en önemli aşamalarından biri kontrol ve sertifikasyondur. Tüketicilerin ürünlere güvenle bakması, verilen sertifikanın prestijinin yüksek olması, tüm dünyada geçerliliğinin olması çok önemli. Akreditasyon Kurumu'yla iş birliği halinde Türkiye'de organik tarım sisteminde üretilen ürünler kontrol edilmekte, sertifikalandırılmakta ve dünya piyasalarına ulaştırılmaktadır. Sektör bugüne kadar kendi dinamikleriyle, bir taraftan kamu, bir taraftan özel sektörün, üniversitelerin katkısıyla önemli bir noktaya gelmiştir. Ancak Türkiye'nin sahip olduğu kaynaklar düşünüldüğünde bu yeterli değildir. İlerleyen günlerde daha da ileri taşıyacak çalışmalar devam etmelidir.

Organik pazarı iyi denetlenmemektedir. Burada pazar, Türkiye'deki tüm üretim zinciridir. Organik tarım risk esasına dayalı bir sistemdir. Özellikle hangi ürünlerde, hangi noktalarda kritik yanlış uygulamalar varsa ona yönelik özel pazar denetimlerinin yapılması gereklidir. Kontrol kuruluşlarının ofis denetimleri için harcanan zaman ve emek pazar denetimi için harcanabilir. Ofis denetimi zaten akreditasyonda yapılıyor.

Nitelikli, yetkin, yeterli olan ve olmayan sertifikasyon kuruluşları vardır. Denetimlerin daha sıkı olması gerekir. Avrupa Birliği'nde yetkisi iptal edilmiş kuruluşun Türkiye'de hala yetkisi devam etmektedir. Sektörde piyasa denetim gözetimi yapılmalıdır. Bunun da tarafsız ve bağımsız olması gerekir. Denetimsiz pazarlar tehlike yaratıyor, güveni azaltıyor. Tüketici farkındalığını kötü etkiliyor.

Bakanlık ve sivil toplum kuruluşları olarak sistemin yeniden yapılandırılması gerekiyor. Bakışın sertifikasyon kuruluşlarından genel olarak sisteme kayması lazım. Sertifikasyona ve müteşebbise uygun cezaları öngören yeni bir kanun düzenlenmeli. Haksız cezalarla çok karşılaşılıyor. Mevzuat ne sertifikasyon kuruluşlarının sağlıklı çalışmasına, ne de bunları denetleyen kurumun doğru kararlar almasına izin veriyor.

OTURUM BAŞKANI

Ayhan Sümerli - TGDF Yönetim Kurulu Üyesi

Türkiye’de organik üretim durumunun ne olduğunu söylemek için elimizde veri yok. Bu bizim için önemli bir eksiklik. Bazı görüşmeler ve ortak toplantılardan ortaya çıkan verilere göre COVID-19 döneminde bir talep artışı yaşandı, ancak yeterli ürün bulunamadı. Artan talebi karşılayacak üretim olmadığı için bir boşluk oluştu, iç pazarda fiyat oynamaları yaşandı.

Tarım ve Orman Bakanlığı’nın topladığı veriler öncelikle çoğunluğu çiftlik düzeyinde, birincil üretime veya işleme sürecine ilişkin bilgiler. Pazar verisi yeterince ya da istenen düzeyde yok. Ancak ihracata ilişkin verileri de kullanarak veriler biraz daha gerçekçi bir noktaya çekilmeye başlandı.

Önümüzdeki günlerde Bakanlıkla beraber yoğun şekilde çalışılıp Türkiye’deki proje sözleşmeli tarım modelinden grup sertifikasyonu modeline yumuşak geçiş nasıl olur, taraflar zarar görmeden bu konu nasıl geliştirilebilir, ortaya koyulması gereklidir. Bakanlık mutlaka paydaşlarla çalışmalıdır.

Kontrol ve sertifikasyon kuruluşları kapasiteyi geliştirmek, altyapıyı hazır hale getirmek, Bakanlıkla daha entegre ve yönetilebilir bir sistem içinde çalışmak arzusundadır. Teknolojik altyapı olarak da yeterli durumda değiliz. Gerek denetimlerin takibi ve izlenebilirliği, gerek sahadaki verilerin doğru ve tarafsız şekilde sunulması konularında da eksikler var.

Sektörün gündeminde 5 temel konu var: Stratejik sorunlar, etik sorunlar (haksız rekabet, denetim), kaynak sorunları, akreditasyon ve yetkilendirme süreçleriyle ilgili sorunlar, farkındalık sorunları. Organik kelimesi “güven” olarak algılanmalı. Bununla ilgili olarak tüketici farkındalığının artırılması gerekiyor.



TGDF Yönetim Kurulu Üyesi

Ayhan Sümerli

Organik tarımın paydaşları olarak kısa vadeli kazanç sağlamaktan ziyade; sektörü geliştirecek, ihtiyaç duyulan ürünlere yönelik olacak, kalıcı bir teşvik sisteminin getirilmesini istiyoruz.





TvOB Bitkisel Üretim Genel Müdürü

Mehmet Hasdemir

Türkiye organik tarım açısından büyük fırsatlar barındırmaktadır. Biyoçeşitliliğimiz yüksek, toprak ve su yapımız organik tarıma uygundur. Salgın sonrası, organik tarım açısından birçok fırsatlara gebe dir.

KSKDER Yönetim Kurulu Başkanı

Nesrin Serin

Eşdeğerlikle ilgili mevzuat ve kanun değişiklikleri açısından çok ciddi çalışmalar yapmamız gereken bu günlerde, organik sektörü öncelik noktasında ne kadar dikkate alınıyor bilmiyoruz.



ORGÜDER Yönetim Kurulu Başkanı

Muharrem Doğan

Organik kelimesi “güven” olarak algılanmalı. Bununla ilgili olarak tüketici farkındalığının artırılması gerekiyor. Türkiye en büyük organik üreticilerinden biri. Dünyada ilk 10 içerisindeyiz.

ETO Yönetim Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Uygun Aksoy

Türkiye’de durumun ne olduğunu söylemek için elimizde veri yok. Bu bizim için önemli bir eksiklik. Ancak ihracata ilişkin verileri de kullanarak veriler biraz daha gerçekçi bir noktaya çekilmeye başlandı.



TvOB İyi Tarım Uygulamaları ve Organik Tarım Daire Başkanı

Hasan Yılmaz Dursun

Organik tarımın geliştirilmesine yönelik projede, daha önce eğitim için ayrılan kaynağın tamamını analizler için harcadık. Tespit ettiğimiz, somut bilgi ve belgeyle bize ulaşan şikayetler olduğunda bunların üzerine gidiyoruz.



İHRACAT VE FIRSATLAR





- Avrupa Birliği
- Çin ve Asya
- Orta Doğu
- Dubai ve BAE
- Suudi Arabistan



Avrupa Birliği



Gıda ihracatı sadece ürün olarak değil; yurt dışında yaşayan insanlarımız, restoranlarımız, satış kanallarımızla birlikte bu toprakların kültürünü ihraç eden bir yapının parçası olarak tasarlanmalıdır. Avrupa'daki Türk marketlerinde Türkiye'den ihraç edilen ürün düzeyi %30 civarındadır. Bunun nedeni Avrupa'daki Türk markalarının ürün çeşitliliğini artırması, dağıtım ağını güçlendirmesidir. Türkiye'deki üreticilerin Avrupa etnik pazarına ihracatı artırmaları için bu pazarı tanımaları gereklidir.

Avrupa'da eleman ve büro bulunduran şirketler daha verimli stratejilerle ürünleri daha iyi pazarlayabilmektedir. Türkiye'deki hiçbir kurumun, ticaret odalarının, ihracatçı birliklerinin Avrupa'da bürosu yoktur. Bu nedenle Türk ihracatçıların Avrupa'da ortak hareket edeceği, problemlerini çözeceği bir ortam yoktur.

Avrupa'da Türk marketlerinin cirosunun büyük bölümü helal ürünlerden kaynaklanmaktadır. Etnik pazarda ürünlerimiz yalnızca fiyatlarıyla değerlendirilmektedir. Bu durum fiyatlandırma baskısı yaratmaktadır. İhracat sadece fiyat rekabeti değildir. Ürünlerin uygun ambalajlarla, yerel yasalara uygun şekilde sevk edilmesi gerekmektedir. Birçok ihracatçımız bu noktada takılmaktadır. COVID-19 sonrası gelinecek noktada hammadde önem kazanmıştır. Yapılması gereken, elimizdeki hammaddeyi işleyerek markalı ürünler olarak özellikle etnik harici pazara yönelmektir. Pazarlama ve markalaşmaya ağırlık vermek dış pazarda önemli avantaj sağlayacaktır. Salça özelinde; AB'nin uyguladığı kota ve vergi sorunu aşılırsa Türkiye potansiyelini yakalayabilecektir.

AB gıdada çifte standart uygulamaktadır. AB'nin Türkiye'den ürün alırken aradığı standartlar diğer ihracatçılara göre çok daha yüksektir. Bu durum ticarete büyük dezavantaj oluşturmaktadır. Türkiye'nin toplam üretimini artırabilmesi gerekmektedir. Üretim planlaması yapılamaması nedeniyle ciddi maliyetler oluşmakta, örneğin İtalya'nın 8 sente aldığı salça burada 12-13 sente varan fiyatlara çıkabilmektedir. Bu nedenle dünya pazarında yer bulmamız zorlaşmaktadır. Hammadde kaynaklarımız planlanmalı,

OTURUM BAŞKANI

Melisa Tokgöz Mutlu

TİM İstanbul Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı

Avrupa marketlerindeki Türk markalarına bakıldığında, Türkiye'den ihraç edilen ürün düzeyi %30 civarındadır. Türkiye'deki üreticilerin Avrupa etnik pazarına ihracatı artırmaları için bu pazarı tanımaları gereklidir. Avrupa'da eleman ve büro bulunduran şirketler daha verimli stratejilerle ürünleri daha iyi pazarlayabilmektedir.

COVID-19 sonrası geleneksel noktada hammadde önem kazanmıştır. Yapılması gereken, elimizdeki hammaddeyi işleyerek markalı ürünler olarak özellikle etnik harici pazara yönelmektir. Pazarlama ve markalaşmaya ağırlık vermek dış pazarda önemli avantaj sağlayacaktır.

Türkiye'nin 4 saatlik bir uçuşla ulaşılabilir çevresinde yıllık 2 trilyon dolar civarında gıda ticareti varken, ihracatımız 18 milyar dolar civarındadır. Buradan çok daha büyük pay alabilmemiz için markalaşmadaki eksikliğimizi gidermemiz, Türk mutfağından markalar yaratarak dış pazarlarda konumlandırmamız gereklidir. Türkiye'nin satabileceği en önemli ürün tarımsal ürünlerdir. Sanayinin birlikte çalışarak tarıma olan bağlılığını yetkililere ve vatandaşlarımıza anlatabilmesi gereklidir.

hammadde ürüne dönüştürülebilmelidir. Dünyanın en büyük limon üreticilerinden biri olmamıza rağmen meyve suyu üreticileri limon konsantresi ithal etmek durumunda kalmaktadır. Türkiye yıllık 70-75 milyon litre şarap üretiminin yalnızca %4'ünü ihraç etmektedir. İhracatın büyük kısmı AB etnik pazarına yapılıyor.

Türkiye şarap konusunda etnik pazarın ötesini hedeflemelidir. Kişi başına yıllık 30, 50, 90 litre şarap tüketen ülkeler bulunmaktadır. Şarap için etnik pazar iyi bir başlangıç noktasıdır, ancak hedef bunun ötesinde ülkelerin kendi şarap pazarları olmalıdır. Buralarda kapsamlı ve istikrarlı bir 3-5 yıllık dönem geçirilmesi halinde ticaretin kapsamı genişleyebilir. Avrupa'daki Türk marketlerinin çoğunda alkollü içecek yok, bu nedenle etnik pazar şarap için uygun bir ortam değildir. Türk şaraplarının restoranlara ve perakende sektörüne, ülkelerin yerleşik vatandaşlarına tanıtılması gereklidir. Ülke olarak şarap üretimi açısından şanslı bir kuşağıyız. Bugün bağ yatırımı yapıldığında ilk şarabı üretebilmek için 5 yıl gerekiyor. Yatırım yapılmayan her gün kayıptır. Bu alanda planlamanın erken ve kapsamlı şekilde yapılması gerekmektedir.

Türkiye'nin 4 saatlik bir uçuşla ulaşılabilir çevresinde yıllık 2 trilyon dolar civarında gıda ticareti varken, ihracatımız 18 milyar dolar civarındadır. Buradan çok daha büyük pay alabilmemiz için markalaşmadaki eksikliğimizi gidermemiz, Türk mutfağından markalar yaratarak dış pazarlarda konumlandırmamız gereklidir. Türkiye'nin satabileceği en önemli ürün tarımsal ürünlerdir. Sanayinin birlikte çalışarak tarıma olan bağlılığını yetkililere ve vatandaşlarımıza anlatabilmesi gereklidir.





Avrupa Türk Gıdacılar & Perakendeciler
Platformu Koordinatörü

Volkan Aydın

Etnik Pazar ihracat için büyük bir şans. Çalışma yapılırsa ciddi şekilde ihracat artabilir. Önemi olan Avrupa gözüyle bakabilmek.

Dimes Genel Müdürü

Ozan Diren

Herkes her ürünü en kaliteli şekilde ve en ucuza istiyor. Üçünün bir arada olması imkansız. Pazarlama ve markalaşmaya ağırlık vermek burada önemli bir avantaj sağlayacaktır.



Yonca Gıda
Yönetim Kurulu Başkanı

Rıza Seyyar

Türkiye üretimi planlayamıyor. İtalya'nın 8 sente aldığı salıyı bazı yıllarda 12-13 sente mal ediyoruz. Böyle bir maliyet farkı ile dünya pazarında yer bulmamız kolay değil.

Doluca Bağcılık
Yönetim Kurulu Üyesi

Sibel Kutman Oral

Şarapta küçük bir oyuncuuz. Ülke olarak büyük şarap üreticisi olmayan Almanya ve İngiltere gibi ülkelerde varız. Türkiye Etnik Pazar'ın ötesini hedeflemeli.





Çin ve Asya



Türkiye'nin yüzü ekonomik ve ticari anlamda hep Batı'ya dönük olmuştur. Diğer yandan, özellikle küreselleşen ekonomide Asya'nın önemli bir realite olduğu göz ardı edilmemelidir. Halihazırda Türkiye Asya pazarında çok zayıf durumdadır. Gıda açısından bakıldığında, Türkiye'nin Çin'e yaptığı ihracatta gıda ürünleri ilk 10'a girememektedir. Türkiye'nin Çin'in sebze ve meyve ithalatında payı %0,22; genel gıda ithalatındaki payı ise %0,26'dır. Asya pazarı genelinde ise Türkiye'nin payı %1'i bulamamaktadır.

Çin yönetimi gıda güvencesi konusuna çok ciddi önem vermekte, bu nedenle her türlü dış kaynağı değerlendirmektedir. Çin'de gıda enflasyonu görülmeye başlamış durumdadır. Çin hükümeti daha fazla gıda tedarikiyle sorunun önüne geçmeye çalışmaktadır. Bu Türk gıda sanayii için bir fırsattır. Türkiye bu fırsatı mutlaka değerlendirmeli, Çin ve Asya pazarına yönelik bir açılım gerçekleştirmelidir. Çin büyümek için iç tüketimini artırmak durumundadır. Bunun içine gıda tüketimi de girmektedir. Bu özellikle kendisini iyi konumlayabilmiş, iyi tanıtmış markalar açısından avantaj sağlayacaktır.

Türkiye'nin COVID-19 sonrası ekonomik streten çıkması için tek yolu ihracattır. Çin özelinde marka ve markalaşmak önemlidir. Çin'de ülke markası araştırmalarında Fransa ve İtalya at başı farkla gitmektedir. Sanayici Çin pazarına girmeden önce markalaşma ile ilgili neler yapmayı planladığını ve buna ayıracağı bütçeyi gözden geçirmelidir.

Markaların, şehirlerin seçilip doğru konumlandırılması gereklidir. Markanın orta üst sınıfa yönelik olarak konumlandırılması gerekli. 5 yıllık planlarda markalaşmaya bütçe ayrılması önemlidir. Bu uzun bir yolculuktur. Bu sayede ülkemiz yavaş yavaş Çin gıda pazarında hak ettiği konuma gelebilir.

Çin çok büyük bir pazardır. Bu nedenle Çin'in bütününe değil belirli şehirlerine, bölgelerine yönelik girişimlerde bulunmak yeterlidir. Ayrıca Çin'de iş yapmadan önce bu ülkeyi görüp tanımak gerekmektedir.

Türkiye hep Batı paktı içinde görülmüş, ekonomik ve ticari bakışı Batılı olmuştur. Ancak Asya önemli bir ölçek ve realitedir. Türkiye bu pazarda çok zayıf durumdadır. Türkiye'nin Çin'in sebze ve meyve ithalatında payı %0,22; genel gıda ithalatındaki payı ise %0,26'dır. Asya pazarı genelinde ise Türkiye'nin payı %1'i bulamamaktadır.

Türkiye'nin Çin'e yaptığı ihracat kalemleri arasında ilk 10'da gıda yoktur. Çin büyümek için iç tüketimini artırmak durumundadır. Bunun içine gıda tüketimi de girmektedir. Bu özellikle kendisini iyi konumlayabilmiş, iyi tanıtılmış markalar açısından avantaj sağlayacaktır. Çin'de gıda enflasyonu baş göstermiş durumdadır. Çin hükümeti daha fazla gıda tedarikiyle sorunun önüne geçmeye çalışmaktadır. Bu da Türk gıda sanayii için bir başka fırsattır.

Türkiye'nin COVID-19 sonrası ekonomik stresten çıkması için tek yolu ihracattır. Çin özelinde marka ve markalaşmak önemlidir. Çin'de ülke markası araştırmalarında Fransa ve İtalya at başı farkla gitmektedir. Sanayici Çin pazarına girmeden önce markalaşma ile ilgili neler yapmayı planladığını ve buna ayıracağı bütçeyi gözden geçirmelidir. 5 yıllık planlarda markalaşmaya bütçe ayrılması önemlidir. Bu sayede ülkemiz yavaş yavaş Çin gıda pazarında hak ettiği konuma gelebilecektir.



Barilla Asya Afrika Avustralya
Bölgesi Başkan Yardımcısı

Güneş Karababa

Çin ekonomik mucizesinden ders alınmalı. Türkiye Kuşak ve Yol girişimi ile 4,6 milyar nüfuslu Asya pazarına açılabilir. Türkiye için ekonomik stresten çıkış yolu ihracattır.



Orta Doğu

“

Suudi Arabistan petrol fiyatları ve COVID-19 nedeniyle farklı bir döneme girmektedir. Bazı ekonomik tedbirler alınmaktadır. Süt ve süt ürünlerinde KDV %5'ten 15'e çıkarılacaktır. Körfez Bölgesinde birçok devlet buna benzer önemli kararlar almıştır. Önümüzdeki dönemde bunların etkileri ile mücadele edilmesi gerekmektedir.

Bölge gıda tedariki konusunda stratejilerini gözden geçirmekte, bunu yaparken sürdürülebilir aksiyonlar almayı hedeflemektedir. Bu süreç Türkiye için önemli fırsatlar yaratacaktır. Örneğin Suudi Arabistan büyük sayıda hayvan ithalatı yerine et ticaretine entegre olup Türkiye'den almayı düşünmektedir. Önümüzdeki dönem Türkiye ve Körfez Bölgesi arasında iş hacmi çok farklı noktalara gelecektir. Bu dönemde tarım, katma değerli üretim, sağlıklı ve organik ürünler ön plana çıkacaktır. Türk üreticilerin bu fırsatlar açısından cesaretlendirilmesi gereklidir.

Bölgede halen klasik perakende yapısı hakimdir. Zincir marketler büyüdükçe bu firmalar için zorluk oluşturabilir. Kayıt dışı ürünler genellikle küçük üreticilerin yoğun olmasından kaynaklanmaktadır. Körfez bölgesinde küçük üretici sayısı az olduğu için ciddi bir kayıt dışı söz konusu değildir ve bölge bu açıdan avantajlıdır. Ne kadar sağlam da olsa kontratların kriz zamanlarında yeterli olmayabileceği, güvenlik stoklarının, emniyet stoklarının ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bölgede doğru kişilerle, doğru ortaklarla iş birliği yapmak uzun ömürlü sonuçlar verecektir. Bunun için konuya hakim kişilerden görüş alınmasında fayda vardır.

Bölgenin, özellikle Suudi Arabistan'ın Türk ürünlerine ve Türkiye'ye bakışı sıcaktır. Hükümetler arası sıkıntılar yaşanabilmektedir, ama bunlar ayrı değerlendirilmelidir. İş dünyası fark yaratmalıdır. Yaşanan süreç Türk üreticisinin önemini ispat etmiştir. Türkiye gıda alanında Orta Doğu'nun vazgeçilmez tedarik merkezidir. Körfez Bölgesinin bu anlamda Türkiye'den vazgeçmesi mümkün değildir. Üreticiler görevini doğru yaparsa pozitif sonuçlar oluşturulabilecek, Türkiye için çok faydalı yeni bağlantılar kurulabilecektir.

Bölgenin, özellikle Suudi Arabistan'ın Türk ürünlerine ve Türkiye'ye bakışı sıcaktır. Hükümetler arası sıkıntılar yaşansa da sahada bunların etkisi fazla görülmemektedir. Türkiye gıda alanında Orta Doğu'nun vazgeçilmez tedarik merkezidir. Körfez Bölgesinin bu anlamda Türkiye'den vazgeçmesi mümkün değildir. Yaşanan süreç Türk üreticisinin önemini ispat etmiştir.

Bölge gıda tedariki konusunda stratejilerini gözden geçirmekte, bunu yaparken sürdürülebilir aksiyonlar almayı hedeflemektedir. Bu süreç Türkiye için önemli fırsatlar yaratacaktır. Örneğin Suudi Arabistan büyük sayıda hayvan ithalatı yerine et ticaretine entegre olup Türkiye'den bu alanda ithalat yapmayı düşünmektedir.

Önümüzdeki dönem Türkiye ve Körfez Bölgesi arasında iş hacmi çok farklı noktalara gelecektir. Bu dönemde tarım, katma değerli üretim, sağlıklı ve organik ürünler ön plana çıkacaktır. Türk üreticilerin bu fırsatlar açısından cesaretlendirilmesi önem arz etmektedir. Bölgede doğru kişilerle, doğru ortaklarla iş birliği yapmak uzun ömürlü sonuçlar verecektir. Bunun için konuya hakim kişilerden görüş ve yardım alınmasında fayda vardır.



Al Safi Danone CEO'su

Tolga Sezer

Orta Doğu gıda tedariki konusundaki sürdürülebilir aksiyonlar almayı hedefliyor. Bu süreç Türkiye'deki üreticiler için önemli fırsatlar yaratacaktır.



Dubai ve Birleşik Arap Emirlikleri

“

Dubai hizmet, ticaret, turizm anlamında Birleşik Arap Emirlikleri içerisinde en çeşitlendirilmiş ekonomiye sahiptir, ancak bu nedenle şoklara, uluslararası gelişmelere daha duyarlıdır. Ticaret bakımından Duabi'den Suudi Arabistan'a, Afrika'ya hatta Hindistan'a kadar geniş bir coğrafyaya ulaşmak mümkündür. Uluslararası şirketlerin çoğunun bölgeye, hatta Türkiye'ye bakan ofisleri de Dubai'de konumlanmış durumdadır. Dubai kuralcı bir ülkedir ve ağır cezalar uygulamaktadır. Bu nedenle iş yapmak için işinin ehli avukatlık ve danışmanlık şirketleri ile çalışmak gerekmekte, aksi halde harcanan bedel daha yüksek olabilmektedir.

Tüm dünya gibi Dubai de gıda güvencesini tümüyle gözden geçirmeye öncelik vermektedir. Siyasi görüş ayrılıkları ticari anlamda sorun oluşturmamaktadır. Ülkede Türk malı dendiğinde akla ilk gelen şey gıdadır. Ülkemizin Dubai'ye ihracat hacmi hak ettiği düzeyin altında, ama ürünlerimizin görünürlüğü yüksektir. Türk gıda ürünleri ülkede yerini edinmiş durumdadır. Buna oteller ve restoranlar da dahildir. Tüm dünya gibi Dubai'de gıda güvencesini tümüyle gözden geçirmeye öncelik vermektedir. Otel ve restoranlara yönelik ihracat yapan firmaların satış kanallarını genişletmek açısından ambalajlı ürünlerle perakendeye de yönelmesi gerekmektedir. Düşük nitelikli de olsa yerel üretim imkanlarına yönelmekte fayda görülmektedir.

Dubai gıda güvencesine önem veriyor, bu nedenle bu girişimlere kucak açacaktır. Burada üretim yapmak başka pazarlara da kolay erişim imkanı sağlayacaktır. Pazarda yer etmek için üç şeye dikkat edilmesi gereklidir: Tutarlı fiyat, kaliteli ürün ve sürdürülebilir arz.

OTURUM BAŞKANI

Rint Akyüz - TGDF Başkan Vekili

Dubai Birleşik Arap Emirlikleri içinde en önemli fırsatları barındıran emirliktir. Buradan Suudi Arabistan'a, Afrika'ya hatta Hindistan'a kadar geniş bir coğrafyaya ulaşmak mümkündür. İş fırsatlarının değerlendirilmesi açısından Türk Ticaret Müşavirlik ve Ataşeliklerinden destek almak, doğru distribütörleri seçmek tavsiye edilmektedir.

Ülkede Türk malı dendiğinde akla ilk gelen şey gıdadır. Türkiye'nin bölgede pozisyonu güvenilir ve kolay ulaşılabilir bir tedarikçi şeklindedir. Düşük nitelikli de olsa yerel üretim imkanlarına yönelmekte fayda görülmektedir. Gıda güvencesine önem veren Dubai bu girişimlere kucak açacak, burada üretim yapmak başka pazarlara da kolay erişim imkanı sağlayacaktır.

Pazarda yer etmek için üç şeye dikkat edilmesi gereklidir: Tutarlı fiyat, kaliteli ürün ve sürdürülebilir arz. Bölge ile ticaretin artırılması için ülkemizde yapılması gerekenler ise uzun vadeli tarım politikalarının oluşturulması, ihracatçı firmaların sözleşmeli tarım anlaşmalarını hızlandırması ve yoğunlaştırması, büyük perakende zincirleri ile tedarik anlaşmasına gidilmesi şeklinde özetlenebilir.

İşletmecilerin COVID-19 sonrasında agresif bir tavır sergilemesi gerekmektedir. Önceden bağlantısı olanların kendilerini hatırlatmaları, pazara ilk kez açılacakların agresif yaklaşımlar uygulamaları başarı getirecektir. İhracatçıların bu dönemde Dubai'deki partnerlerine tedarik, ödeme, gibi konularda kolaylık sağlamaları geleceğe yatırım olarak görülmelidir.

COVID-19 sonrasında agresif bir tavır sergilemek gerekmektedir. Önceden bağlantısı olanların kendilerini hatırlatmaları, pazara ilk kez açılacakların agresif yaklaşımlar uygulamaları başarı getirecektir. İhracatçıların Dubai'deki partnerlerine tedarik, ödeme, gibi konularda kolaylık sağlamaları geleceğe yatırım olarak görülmelidir. Distribütörlerin çeşitlendirilmesi önem taşımaktadır. Tek distribütör olarak sözleşme imzalanmaması sonradan sıkıntı yaşanmaması adına önemlidir. Birleşik Arap Emirlikleri genelinde ise iş fırsatlarının değerlendirilmesi açısından Türk Ticaret Müşavirlik ve Ataşeliklerinden destek almak, doğru distribütörleri seçmek, ülkeyi pazardan ziyade ürünlerin tanıtıldığı bir showroom olarak görmek tavsiye edilmektedir.

COVID-19 sonrasında gümrük işlemlerini kolaylaştırıcı adımlar atılmıştır. Bunlar arasında vergide %20 indirim, garanti mektuplarının iptali gibi konular yer almaktadır. Türkiye'nin bölgede pozisyonu güvenilir ve kolay ulaşılabilir bir tedarikçi şeklindedir. Bölge ile ticaretin artırılması için ülkemizde yapılması gerekenler ise uzun vadeli tarım politikalarının oluşturulması, ihracatçı firmaların sözleşmeli tarım anlaşmalarını hızlandırması ve yoğunlaştırması, büyük perakende zincirleri ile tedarik anlaşmasına gidilmesi şeklinde özetlenebilir.





Türkiye Cumhuriyeti Dubai
Başkonsolosu

İlker Kılıç

Dubai'de Türk malı dendiğinde akla ilk gelen şey gıda. Ülkemizin Dubai'ye ihracat hacmi hak ettiği düzeyin altında, ama ürünlerimizin görünürlüğü yüksek.

Dubai Ticaret Ataşesi

Hasan Önal

Türk ürünlerine karşı pozitif algı, gıda sektöründe dışa bağımlılık ve ülkenin bölgeye açılan bir kapı olması çeşitli fırsatlar oluşturuyor.



Dubai Ticaret Ataşesi

Ahmet Canlı

Turquality en cömert teşvik paketlerinden bir tanesi. Sınır olmadan hedef pazarlarda %60'lık destekleme yapılabilir.



Suudi Arabistan



COVID-19 sonrası Suudi Arabistan'ın ekonomisi sağlam duruyor. Ülkenin 300 milyar dolardan fazla rezervi var. Bunun yanında kur dolara endeksli olduğu için sabitlenmiş durumda. Ancak ülke tasarruf yapma halinde. Yeni ihale açılmıyor, devasa projeler durmuş durumda. Bu durumda çalışan tek sektör olan gıdada sevkiyatın devam edebilmesi için önemli ithalat artışı yaşanıyor. Firmalarımız Suudi Arabistan fuarlarında eskisi kadar fazla boy göstermiyor. Buralarda bayrağımızı göstermek çok önemli. Firmaların katılım sağlamaya özen göstermeleri gerekiyor. Suudi Arabistan zengin ve potansiyeli yüksek bir ülke. Firmalarımızın ihracat yerine yatırım yapma konusunda bir çekincesi oluyor. Yatırım her zaman ihracatı ilerleten, olumlu etki yapan bir faktördür. Büyükelçiliğimiz Suudi Arabistan'a yatırım düşünen firmalara her zaman desteğe hazırdır.

Türkiye'nin Suudi Arabistan'a ihracatı 3,3 milyar dolar düzeyinde. 2019 yılında ihracatta %25 oranında artış görüldü. Bu şekilde Suudi Arabistan, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 15'inci ülke konumunda. Ülkenin toplam ihracatımızdaki payı %2. İhracatın ilişkilerin iyi gitmediği bir dönemde bile artmış olması önemli.

Suudi Arabistan kanatlı eti konusunda dünyanın en büyük ithalatçılarından, ancak bizim ihracatımız %1 civarında kalıyor. Bunun nedeni arz ve talep arasında çakışma olmaması. Suudi Arabistan'da küçük boy piliç aranırken Türkiye'de bu tarz üretim ekonomik açıdan uygun görülüyor. Ülkemiz işlenmiş, parçalanmış, katma değeri yüksek ürünlerle bu konuda pazar payını artırabilir.

Ülkede Türk ürünlerine ciddi bir ilgi var. Ürünlerimiz kabul görüyor, ülkenin damak tadına uyuyor. Türkiye algısı halk düzeyinde kuvvetli. Türk dizileri online video platformları üzerinden takip ediliyor. Dolayısıyla bu platformların tanıtım için kullanılması önem arz ediyor. Ticaret Bakanlığı hangi profile olursa olsun ihracatçılara destekler sağlıyor. Bunlar arasında e-ticaret sitelerine üyelik destekleri, sanal fuarlara katılım destekleri de bulunuyor.

OTURUM BAŞKANI

Rint Akyüz - TGDF Başkan Vekili

Ülkeler arası sorunların karşılığı sahada alınmıyor. Ülkemiz firmaları uzun zaman boyunca kendini ispatlamış, nerede ne yapılacağını bilen firmalar. Siyasi sıkıntılara rağmen girişimci ruhumuz üst seviyede. Her ülkenin ticaret anlamında kendine özgü bazı incelikleri var. Ülkemiz girişimcileri bunlara dikkat ederek faaliyetlerini sürdürmenin yolunu bulacaktır.

Ülkede Türk ürünlerine ciddi bir ilgi var. Ürünlerimiz kabul görüyor, ülkenin damak tadına uyuyor. Türkiye algısı halk düzeyinde kuvvetli. Türk dizileri online video platformları üzerinden takip ediliyor. Dolayısıyla bu platformların tanıtım için kullanılması önem arz ediyor. Ayrıca Suudi Arabistan'da e-ticaret artıyor. 20 milyon kişi bu kanaldan alışveriş yapıyor. Buraya eğilmek önemli. Ticaret Bakanlığı hangi profilde olursa olsun ihracatçılara destekler sağlıyor. Bunlar arasında e-ticaret sitelerine üyelik destekleri, sanal fuarlara katılım destekleri de bulunuyor.

Suudi Arabistan'da tarihi gelişmeler olmaktadır. Dubai bölgede her zaman ön plandadır, iyi bir vitrindir. Ancak bölgede en büyük pazar Suudi Arabistan'dır. Ülke yönetimi artık Suudi Arabistan'a yatırım yapılmasını istemektedir. Körfez İşbirliği Konseyi üye ülkeleri arasında bile rekabet var ve Suudi Arabistan artık kendi payını ve hakkını gözetiyor. Bu bölgede büyümek, kalıcı yatırım yapmak isteyen firmaların Dubai'den ziyade Riyad'a yönelmesi önemli.

KDV artışı, kesilen ödenekler gibi konular Suudi Arabistan ekonomisini elbette etkileyecektir. Ancak ülkede büyük ve genç bir nüfus var. Bu nüfus tüketim seviyor, tat seviyor, Türk ürünlerini seviyor, sağlıklı doğal ürünleri seviyor. Ülkede özellikle gıda anlamında çok ciddi fırsatlar vardır. Büyükelçiliğimizin de destekleri ile ihracat hamlesine devam etmek gereklidir.



TGDF Başkan Vekili

Rint Akyüz

Suudi Arabistan 30 milyonluk nüfusuyla, tüketim potansiyeliyle, Türkiye için gıda açısından çok önemli bir pazar. Bunun değerlendirilmesi için elimizden geleni yapmamız lazım.





Türkiye Cumhuriyeti
Riyad Büyükelçisi

Erdog an Kök

Türk firmalar ihracat yerine
yatırım yapmayı d   nmeli,
Suudi Arabistan fuarlarında
bayra ımızı göstermelidir.

Cidde Ticaret Ata esi

Oğuz Korkmaz

Türk ürünlerine kar   pozitif algı,
gıda sektöründe dışa bağımlılık
ve ülkenin bölgeye açılan bir kapı
olması çeşitli fırsatlar oluşturuyor.



Al Safi Danone CEO'su

Tolga Sezer

Bölgede büyümek isteyen
firmalar Dubai'den ziyade Riyad'a
yönelmeli. Dubai iyi bir vitrin olsa
da bölgede en büyük pazar Suudi
Arabistan'dır.



YÖNETİM, FİNANS, PAZARLAMA





- Kriz Yönetimi
- Nakit ve Finansman Yönetimi
- Tarım ve Gıdanın Finansmanı
- Tedarik Zinciri Yönetimi
- Medya, İletişim ve Pazarlama



Kriz Yönetimi



Türkiye olarak kendimizi belli bazı ürünlere bağlamış durumdayız. Kriz durumlarında bu ürünlere erişim tehlikeye girmektedir. Bu nedenle elde başka alternatiflerin de bulunması gereklidir. Ambalajlı ürünlerin daha güvenilir olduğu düşünüldüğü için bu yönde talep artmıştır. Bu zorunlu davranış değişimi geçici olabilir. Sektör tutarlı bir iletişimle bu tercihin kalıcı olmasını sağlamak zorundadır. İşleme ve ambalajlama süreçlerindeki doğruluk tüketiciye aktarılmalıdır.

Tüketici ürünlerin nasıl üretildiği bilgisine dijital yollarla ulaşabilmelidir. Ambalajlı gıda sanayii doğru iletişimlerle bu krizden daha güçlü şekilde çıkabilmelidir. Evden çalışma uygulaması maliyetler başta olmak üzere pek çok avantajı beraberinde getirmiştir. Bu durum artık tam olarak geriye dönmeyecektir. Salgın sonrasında sözleşme ve protokollerdeki mücbir sebepler konusu ön plana çıkmıştır. Önümüzdeki dönemde bu konuya daha fazla dikkat edilecektir.

OTURUM BAŞKANI

İlknur Menlik - TGDF Genel Sekreteri

COVID-19 sürecinde ambalajlı ürünler daha güvenilir olduğu için bu yönde talep artmıştır. Ancak bu zorunlu davranış değişimi geçici olabilir. Sektör tutarlı bir iletişimle tüketicinin bu tercihinin kalıcı olmasını sağlamak zorundadır. İşleme ve ambalajlama süreçlerindeki doğallık tüketiciye aktarılmalı, tüketici ürünlerin nasıl üretildiği bilgisine dijital yollarla ulaşabilmelidir.

Ancak kriz döneminde oluşan boşlukları merdiven altı üretim doldurmuştur. Gıda sanayii bu durumu gözden geçirmelidir. Ambalajlı gıda sanayii doğru iletişimlerle bu krizden daha güçlü şekilde çıkabilir.

Yeni dönemde karar alma süreç ve mekanizmalarını hızlandıracak girişimlerde bulunulmalıdır. Lokal tedarik zincirlerinin önemi artmıştır. Bazı alanlarda stok tutulması gereği açık şekilde ortaya çıkmış, stok bulunduranlar kazançlı çıkmıştır. Salgın sonrasında sözleşme ve protokollerdeki mücbir sebepler konusu ön plana çıkmıştır. Önümüzdeki dönemde bu konuya daha fazla dikkat edilecektir.

Salgın sürecinde yöneticilerin öncelikleri çalışanların sağlığı ve güvenliği, işin sürekliliği, topluma sağlanacak katkı şeklinde olmuştur. Bu süreçte evden çalışma uygulaması maliyetler başta olmak üzere pek çok avantajı beraberinde getirmiştir. Bu durum artık tam olarak geriye dönmeyecektir. COVID-19 insanlığa bir stres testi olmuştur. Salgın hem sosyal, hem politik, hem ticari birçok değişimi tetiklemiştir. Bu durum devam edecektir.

COVID-19 sürecinde yöneticilerin öncelikleri çalışanların sağlığı ve güvenliği, işin sürekliliği, topluma sağlanacak katkı şeklinde olmuştur. Alışveriş kanallarının değişimine e-ticarete hazır olan şirketler daha kolay uyum sağlamıştır. Lokal tedarik zincirlerinin önemi artmıştır. Bazı alanlarda stok tutulması gereği açık şekilde ortaya çıkmış, stok bulunduranlar kazançlı çıkmıştır. Kriz döneminde oluşan boşlukları merdiven altı üretim doldurmuştur. Gıda sanayii bu durumu gözden geçirmelidir. Yeni dönemde karar alma süreç ve mekanizmalarını hızlandıracak girişimlerde bulunulmalıdır.

COVID-19 insanlığa bir stres testi olmuştur. Salgın hem sosyal, hem politik, hem ticari birçok değişimi tetiklemiştir. Bu durum devam edecektir. Yeni dönemde gıdanın paydaşları krizden beraber çıkacaktır. Bu bir anda olacak bir değişim değil, bir yolculuk olarak görülmelidir.





Savola Türkiye Genel Müdürü

Houmer Balazadeh

Ülke olarak kendimizi belli bazı ürünlere bağladık. Kriz durumlarında bu ürünlere erişim tehlikeye girdiğinde başka alternatiflerin de bulunması lazım.

Ajinomoto İstanbul CEO
ve İcra Kurulu Başkanı

Sinan Altun

Tüketici kriz sürecinde ambalajlı ürünlere yöneldi. Ambalajlı gıda sektörü gıda güvenilirliği iletişimini rehavete kapılmadan sürdürerek bu sayede krizden daha güçlü çıkmalı.



Unilever Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi

Özgür Kölükfakı

Kriz dünyada hem sosyal, hem politik birçok değişimi tetikledi, tetiklemeye de devam edecek. Gıda şirketleri bu değişime en önemli katkıyı sağlayacak.



Nakit ve Finansman Yönetimi



Gıda sektörü nakit üreten bir sektördür, ancak COVID-19 sonrası %50 talep daralması ile karşı karşıyadır. Bunun etkilerinin giderilmesi, salgın sonrasında şirketlerin sürekliliğinin sağlanabilmesi için en önemli konu likiditenin sağlanması, nakit akışıdır. Şirketlerin önümüzdeki dönemde kar odaklı işletmeden nakit odaklı işletmeye dönüşmesi gerekmektedir. Nakit doğru yönetilebilir ve maksimize edilebilirse şirket ayakta kalabilir, finansal varlığını sürdürebilir. İşletme sermayesi kalemleri ticari borçlar, ticari alacaklar ve stok yönetimidir. İşletme sermayesinin doğru yönetilmesi halinde dış kaynağa minimum düzeyde ihtiyaç duyulacaktır. Şirketler çizdikleri yol haritasını çalışanlar, tedarikçiler, hissedarlar, müşteriler, bankalar, iletişimde bulunulan rakipler, kamu kuruluşları gibi tüm paydaşlarla paylaşmalıdırlar. Tüm paydaşların birbirini desteklemesini gerektiren bu süreçte bu paylaşım nakit yönetiminden maksimum sonuç almayı sağlayacaktır.

Nakit maksimizasyonu için dış kaynaklara gitmeden önce bilançoda yer alan kalemlerin tek tek incelenmesi gereklidir. Her bir ticari alacağın, mevcut sözleşmelerin, tahsilat koşullarının tekrar gözden geçirilmesi; gerekirse faturalandırılmaların hızlandırılması; müşteriye iskonto verilmesi gibi çözümlere gidilmelidir. Aynı gözden geçirme ticari borçlara da uygulanmalıdır. Otomatik ödemeleri durdurmak, devletin verdiği erteleme imkanlarını kullanmak, mutlaka elzem olan borçları ödemek, ödeme yapma sıklığını düşürmek gereklidir.

Hangi ürünlerin üretimine devam edileceği, bunun için hangi hammaddelerin gerektiği değerlendirilerek satın alma takvimi yeniden gözden geçirilmelidir. Konsinye stokların toplanması, mevcut stokların elden çıkarılması nakit maksimizasyonu yöntemlerinden bir tanesidir.

Bu dönemde bilançonun her kalemi satır satır incelenmeli, kenarda köşede kalmış, küçük büyük fark etmeyen kalemler ortaya koyulmalıdır. Acil maliyet azaltımına gidilerek kısa vadeli nakit pozisyonu yönetilmeli, muhtemel nakit çıkışları kontrol altında tutularak üretim veya hizmetler sürdürülebilir kılınmalıdır. Bunun için harcama odaklı çalışmak, gider yönetim ve kontrolünü sağlamak, verimlilikleri belirlemek ve artırmak gerekmektedir.

Gıda sektörü COVID-19 sonrası %50 talep daralması ile karşı karşıyadır. Salgın sonrasında şirketlerin sürekliliğinin sağlanabilmesi için en önemli konu nakit akışının sağlanmasıdır. Şirketlerin önümüzdeki dönemde kar odaklı işletmeden nakit odaklı işletmeye dönüşmesi gerekmektedir. Nakit doğru yönetilebilir ve maksimize edilebilirse şirketler finansal varlıklarını sürdürebilir.

Bunun için öncelikle güçlü bir nakit lideri atanmalıdır. Şirket nakdinin nakit lideri tarafından güçlü bir şekilde kontrol edilmesi çok önemlidir. Bir diğer öncelik 13 haftalık nakit akım tablosu oluşturmaktır. Bu tablo birebir bilanço kalemlerinin nakdin gireceği ve çıkacağı tüm kalemlerini içeren bir tablodur. Nakit şeffaflığı sağlandıktan sonra nakit kontrolünün merkezileştirilmesi, özellikle gruplarda nakdin konsolide edilmesi, merkezi sistemle yönetilmesi gerekmektedir.

Nakit maksimizasyonu için dış kaynaklara gitmeden önce bilançoda yer alan kalemlerin tek tek incelenmesi gereklidir. Her bir ticari alacağın gözden geçirilmesi; gerekirse faturalandırmaların hızlandırılması; müşteriye iskonto verilmesi gibi çözümlere gidilmelidir. Aynı gözden geçirme ticari borçlara da uygulanmalıdır. Otomatik ödemeleri durdurmak, devletin verdiği erteleme imkanlarını kullanmak, öncelikle elzem olan borçları ödemek gereklidir.

Acil maliyet azaltımına gidilerek kısa vadeli nakit pozisyonu iyi yönetilmeli, muhtemel nakit çıkışları kontrol altında tutularak üretim veya hizmetler sürdürülebilir kılınmalıdır. Bunun için harcama odaklı çalışmak, gider yönetim ve kontrolünü sağlamak, verimlilikleri belirlemek ve artırmak gerekmektedir.

Şirketler çizdikleri yol haritasını çalışanlar, tedarikçiler, hissedarlar, müşteriler, bankalar, iletişimde bulunulan rakipler, kamu kuruluşları gibi tüm paydaşlarla paylaşmalıdırlar. Tüm paydaşların birbirini desteklemesini gerektiren bu süreçte bu paylaşım nakit yönetiminden maksimum sonuç almayı sağlayacaktır.



EY Türkiye Kurumsal Finansman
Şirket Ortağı

Demet Özdemir

İşletmelerin sürekliliğini sağlayabilmek için en önemli konu nakit akışıdır. İşletmelerin kar odaklı işletmeden nakit odaklı işletmeye dönüşmesi gerekiyor.



Tarım ve Gıdanın Finansmanı



Geçmişte bankacılık sektörü yerel sermayenin elindeydi, şu anda yabancı sermaye ağırlıklı. Bu da hareket alanını artırmaktadır. Geçmişte firmalar sıkıntıya girdiğinde haciz yoluna gidilmekteydi, şimdi firmayı yaşatma anlayışı yerleşmiştir.

Avans çeklerinin ve bağlantı çeklerinin çok dolaşıyor olması bankacılık sektörünün dikkat ettiği noktalardan biridir. Bayilik silsilesinde zincirin halkalarından biri sıkıntı yaşadığında tamamı çökebilmektedir. Banka istihbaratı olarak dikkat edilen hususlar ana firmanın ve bayilerinin piyasadaki deneyimi, mali yapısı, diğer finans kuruluşlarındaki ödeme performanslarıdır.

Tarım kredileri incelendiğinde kısa vadeli kredilerin oranının arttığı görülmektedir. Bu yatırımların azaldığının bir göstergesidir. Süreç kooperatifçiliğin, sözleşmeli iş modellerinin, tedarik zincirinin önemini göstermiştir. Bugün en çok ihtiyacımız olan şey doğru bir üretim planlamasıdır. Ülkenin neye ne kadar ihtiyaç duyduğunu belirlememiz gerekmektedir. Tarım ve Orman Bakanlığının DİTAP dijital pazar sistemi üretim planlamasının başlangıcı sayılabilecek önemli bir adımdır. Ancak DİTAP'ta vadeli işlemler sistemi konusunda çalışmalar olsa da bir boşluk vardır. Bu sistem devreye girerse çiftçi bir yıl sonra alacağı fiyatı öngörebilecek, kendi maliyetlerini şu anki rakamlarla sabitleme imkanı bulabilecektir.

Bankaların en çok girmek istediği süreç sözleşmeli üretimdir. Bu süreç devlet tarafından yönetilirse daha iyi bir noktaya gelinir. Kredi garanti fonu benzeri modellerle alım garantisi sağlanabilir. Her iki tarafın da mutlu olacağı bir çözüm bulunmalı, konu çok iyi bir hukuki zemine oturmalıdır. DİTAP'tan beklenti devletin regüle edici fonksiyon üstlenmesiydi. Ancak Bakanlığın olaya tamamen sözleşme serbestisi açısından baktığı, ihtilafların tarafların problemi olarak değerlendirildiği görülmektedir.

Devlet müdahalelerini fiyat bazında yaptığı için gıda sektörü bazı mallarda uluslararası piyasalardan kopmuş durumdadır. Bu da ihracat kapasitesini sınırlamaktadır. Bunun sonucunda ihracatçı için destek alma ihtiyacı doğmaktadır.

OTURUM BAŞKANI

Rint Akyüz - TGDF Başkan Vekili

COVID-19 salgını yakın tarihimizdeki krizlerin hiçbirine benzememektedir. Tarım bu dönemde büyümeye devam etmektedir. Ancak tarım kredileri incelendiğinde kısa vadeli kredilerin oranının arttığı görülmektedir. Bu, yatırımların azaldığının bir göstergesidir. Süreç; kooperatifçiliğin, sözleşmeli iş modellerinin, tedarik zincirinin önemini göstermiştir. Doğru kurgulanmış bir üretim politikasına ihtiyaç vardır.

Gıda sektörü tarım değer zincirinin önemli bir parçasıdır. Bugün en çok ihtiyacımız olan şey doğru bir üretim planlamasıdır. Ülkenin neye ne kadar ihtiyaç duyduğunu belirlememiz gerekmektedir. Tarım ve Orman Bakanlığının DİTAP dijital pazar sistemi üretim planlamasının başlangıcı sayılabilecek önemli bir adımdır. Ancak DİTAP'ta vadeli işlemler sistemi konusunda çalışmalar olsa da bir boşluk vardır. Bu sistem devreye girerse çiftçi bir yıl sonra alacağı fiyatı öngörebilecek, kendi maliyetlerini şu anki rakamlarla sabitleme imkanı bulabilecektir.

Bankaların en çok girmek istediği süreç sözleşmeli üretimdir. Bu doğru iş modelidir. Bankalar buna eğilimli tüm taraflarla her türlü iş birliğine açıktır. Sözleşmeli üretimde her iki tarafın da mutlu olacağı bir çözüm bulunmalı, konu çok iyi bir hukuki zemine oturmalıdır. DİTAP'tan beklenti devletin regüle edici fonksiyon üstlenmesiydi. Ancak Bakanlığın olaya tamamen sözleşme serbestisi açısından baktığı, ihtilafların tarafların problemi olarak değerlendirildiği görülmektedir.



TGDF Başkan Vekili

Rint Akyüz

Devlet müdahalelerini fiyat bazında yaptığı için, uluslararası piyasalarda fiyatlanan ana emtialarda piyasalardan koptuk. Bu da bizim ihracat kapasitemizi sınırlandırıyor.





Denizbank İstihbarat Grup Müdürü

Mehmet Sur

Ana sıkıntı avans çeklerinin ve bağlantı çeklerinin çok dolaşıyor olması. Bayilik silsilesinde zincirin halkalarından biri sıkıntı yaşadığında tamamı çökebiliyor.

Denizbank
Tarım Kredileri Grup Müdürü

Murat Tefik Güçlü

Biz banka olarak tarımı en önemli niş sektörlerden biri olarak kabul ediyoruz. Hiçbir krizde tarım alanındaki büyüme iştahımızdan asla vazgeçmedik.



QNB Finansbank Tarım Bankacılığı ve
Gayrimenkul Projeleri Finansmanı Direktörü

Hakan Çağlar

Doğru bir üretim planlamasına ihtiyaç var. Ülkenin neye ne kadar ihtiyaç duyduğunun belirlenmesi gerekiyor.



Tedarik Zinciri Yönetimi



COVID-19 sonrasındaki dönemde tarım ürünlerinin tedarik zinciri açısından hangi rotada, hangi pazarda değerli olabileceği en önemli gündem maddesi olacaktır. Bu durum ülkemiz için de bu şekildedir. Türkiye öncelikle bulunduğu bölgenin en önemli gıda tedarikçisi konumundadır. Türk gıda sanayii gelecekte bu durumu küresel anlamda genişletme kararlılığındadır.

Türkiye önümüzdeki 15 yıllık dönemde AB ile büyük bir iş hacmini sürdürüyor olacaktır. Özellikle Avrupa'da yer alan bazı ülkelerde diğerlerine oranla çok daha büyük bir ticaret hacmine ulaşılması beklenmektedir. Bunun sağlanabilmesi için öncelikle Türkiye'nin dezavantajına olan durumların çözüme ulaştırılması gerekmektedir. Sorunların daha net ortaya koyulabilmesi için tedarik zincirinde şeffaflığın artırılmasına odaklanılmaktadır. Şeffaflık arttıkça veriler üzerinde daha tutarlı yorum yapmak, planları uygun şekilde değiştirebilmek mümkün olabilecektir.

COVID-19 sonrasında ekonomik büyüme hemen gerçekleşmeyecek, kriz en azından 2020-2021'e yayılacaktır. Üst düzey yöneticilerin %73'ü ekonomide ciddi bir bozulmanın görüleceğini, %70'i firmalarında köklü bir dönüşüm programı uygulanmaya başlandığını veya başlanacağını söylemektedir. Bu değişimden en fazla etkilenecek oluşum tedarik zinciridir. Geleneksel tedarik zinciri yapılan COVID-19 kriziyle baş edebilecek şekilde tasarlanmamıştır. Özellikle yalın ve maliyete göre optimize edilmiş, teknolojiye kısıtlı yatırım yapılmış, kısıtlı ürün ve tedarikçi alternatifine sahip olması, tedarik zincirlerinin bu yeni durumla baş edebilme kapasitesini sınırlandırmıştır.

Yaşanan büyük kriz sonrasında, daha önce çoğunlukla ihmal edilen, tedarik zincirinin olmazsa olmaz dört ana kriterinden biri olan çevikliğin önemi ortaya çıkmıştır. Hammadde kanallarının, tedarik rotalarının, alıcıların, distribütör ağlarının çeşitlendirilmesi, stokların doğru yönetilmesi, tedarik zincirinin herhangi bir kriz durumunda gereksinimlere hızla uyum sağlayabilmesi için gereklidir. Dijitalleşme de bunda önemli bir paya sahiptir. Türkiye'nin lojistik karnesi iyi değildir. Tedarik ağında ortak planlama ve planlamada iş birliği, karşımızdaki en kritik noktadır. Bu nedenle Türkiye'de acilen bir Lojistik Koordinasyon Komitesi kurulmalıdır.



Türkiye önümüzdeki 15 yıllık dönemde Avrupa Birliği ile büyük bir iş hacmini sürdürüyor olacak. Bazı ülkelerde şimdiye göre çok daha büyük bir ticaret hacmine ulaşılması bekleniyor. Ancak bunun için Türkiye'nin dezavantajına olan durumların çözüme ulaştırılması gerekmektedir.

Geleneksel tedarik zinciri yapıları COVID-19 gibi krizlerle baş edebilecek şekilde tasarlanmamıştır. Özellikle yalın ve maliyete göre optimize edilmiş, teknolojiye kısıtlı yatırım yapılmış, kısıtlı ürün ve tedarikçi alternatifine sahip olması, tedarik zincirlerinin bu yeni durumla baş edebilme kapasitesini sınırlandırmıştır. Önceden ihmal edilen ve tedarik zincirinin 4 ana kriterinden biri olan çevikliğin önemi ortaya çıkmıştır.

Önümüzdeki dönemde tarım ürünlerinin tedarik zinciri açısından hangi rotada, hangi pazarda değerli olabileceği önemli bir gündem olacaktır. Tedarik zinciri önümüzdeki dönemde şeffaflığı artırmaya odaklanmaktadır. Şeffaflık artıkça veriler üzerinde daha tutarlı yorum yapmak ve mevcut planları değiştirebilmek mümkün olabilmektedir. Tedarik ağında ortak planlama ve planlamada iş birliği, kritik bir noktadır.

Türkiye'nin lojistik karnesi iyi değildir. Yurtdışına nakliye filusunda iyi durumdayız, ancak limanlarımız tasarımdaki problemler nedeniyle verimli çalışmamaktadır. Sıkıntıların aşılması ve sektörde ilerleme sağlanması için Türkiye Lojistik Koordinasyon Komitesi kurulmalıdır.



EY Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Yardımcı Ortağı ve Tedarik Zinciri ve Operasyonlar Lideri

Arda Karaçelebi

Bir ürünün hangi rotada, hangi pazarda değerli olabileceği önemli bir gündem. Ürünü hızlı kargo ile ulaştırıp raf ömrünü uzatmak, ürünün değerini artırabilecek.



Medya, İletişim ve Pazarlama

“

Tüketiciler son derece bulaşıcı ve tehlikeli bir hastalığın kol gezdiği bu dönemde haklı olarak öncelikle kendilerini ve sevdiklerini nasıl koruyacaklarına odaklandı. Maskelerden tutun da marketten satın alınabilen tedavilere kadar ciddi bir bilgi kirliliği bir anda tüm iletişim kanallarını doldurdu.

Bu ortamda güvenilir bilgiler hep sağlık profesyonellerinden geldi. Gıda üreticileri ise genellikle açıklamaların dışında kaldı. Gıdaların nasıl üretildiğine, ambalajlandığına, oradan evlere nasıl ulaştığına dair iletişimin gıda üreticilerince yapılması gereği doğdu.

Gıdanın üretimi sürecinde tüketiciyi korumak üzere yapılanlar, tüketicinin anlayabileceği bir basitlikte verilmeli, bunun için dijital yollar kullanılmalıdır. Dijital iletişimde dikkat edilmesi gereken konu, iletişimin bireylerin normal kullanım ve hayat akışlarını kesmeden, bunun içine entegre olacak şekilde yapılmasıdır.

Şirketlerin iletişime doğru mecralarda, ara vermeden, pozitif şekilde devam etmeleri, bunun için sosyal medyanın kullanılması gerekmektedir. Elektronik ticaretin dört kat büyümüş olması ticarete bir fırsat olarak görülebilir. Bu bağlamda, önümüzdeki dönemde şirketler portföy yönetimini yeni eğilimleri göz önüne alarak yapmalıdır. Tüketiciler arasında sağlık algısı yüksek ürünlere doğru bir yönelim görülmektedir.

Sosyal medya ciddi oranda takip edildiği için influencerlerin kullanımı daha da önem kazanmıştır. Influencerlar çok değerli ama doğru projelerde ve onları kontrol ederek, yöneterek kullanmak gereklidir. Çünkü influencerlar güvenilirliklerini kaybettiğinde markalar bundan zarar görmektedir.

OTURUM BAŞKANI

Ebru Şenel - TGDF Yönetim Kurulu Üyesi

COVID-19 sonrasında tüketicilerin en önemli sorunu kendilerini nasıl koruyacakları oldu. Bu konuda bilgiler hep sağlık profesyonellerinden geldi. Gıdanın üretimi sürecinde tüketiciyi korumak üzere yapılanlar, tüketicinin anlayabileceği bir basitlikte verilmelidir. Bunun için dijital iletişim yolları kullanılmalı, ancak bu iletişim bireylerin normal kullanım ve hayat akışlarını kesmeden, bunun içine entegre olacak şekilde yapılmalıdır.

İnsanların kriz ortamda toplumsal araştırmalara rasyonel cevaplar verebilme ihtimalleri düşüktür. Mevcut bazı sosyal araştırmaların manipülatif bir yaklaşım içerisinde olduğu görülmektedir. Bunlar tahminden çok geleceği kendi beklentilerine göre şekillendirmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle halihazırda trendlerle ilgili yayınlanan veri ve araştırmalara temkinli yaklaşmak uygun olacaktır.

COVID-19 sürecinde tüketicilerin ruh hali endişeli, kafası karışık, depresif bir hale gelmiştir. İnsanlar önlerini görememektedir. Bu süreç ve sonrasında şirketlerin tüketiciye ulaşabilmek üzere bazı aksiyonlar almaları; iletişime doğru mecralarda, ara vermeden, pozitif şekilde devam etmeleri gerekmektedir.

Elektronik ticaretin dört kat büyümüş olması bir fırsat olarak değerlendirilmelidir. Bu dönemde şirketler portföy yönetimini yeni eğilimleri göz önüne alarak yapmalıdır. Sağlık algısı yüksek ürünlere doğru bir yönelim görülmektedir. Sosyal medya ciddi oranda takip edildiği için influencerlar çok değerlidir ama doğru projelerde ve kontrol altında kullanılmaları gereklidir. Influencerlar güvenilirliklerini kaybettiğinde markalar bundan zarar görmektedir.



TGDF
Yönetim Kurulu Üyesi

Ebru Şenel

COVID-19'un sonuçlarını hafife alan, eğlenceli içeriklere sahip iletişim mesajlara tepki var. İnsanlar böyle dönemlerde business-as-usual yaklaşımını görmek istemiyor.





TBS Investment & Management Ortağı,
Pazarlama ve Marka Danışmanı

Tunç Berkman

Salgında tüketicilerin en önemli sorusu kendilerini nasıl koruyacakları. Üreticilerin ürünlerinin hangi şartlarda üretildiğine dair iletişimi yapmaları gerekli.

GTAİgn UK Araştırma ve
Sürdürülebilirlik Danışmanı

Ali Gizer

İnsanların bu ortamda rasyonel cevaplar verebilme ihtimalleri düşük. Bu nedenle halihazırda trendlerle ilgili yayınlanan veri ve araştırmalara temkinli yaklaşmak gerekiyor.



Brand Anatolia Yönetici Ortak ve Marka
Danışmanı

Şebnem Atay

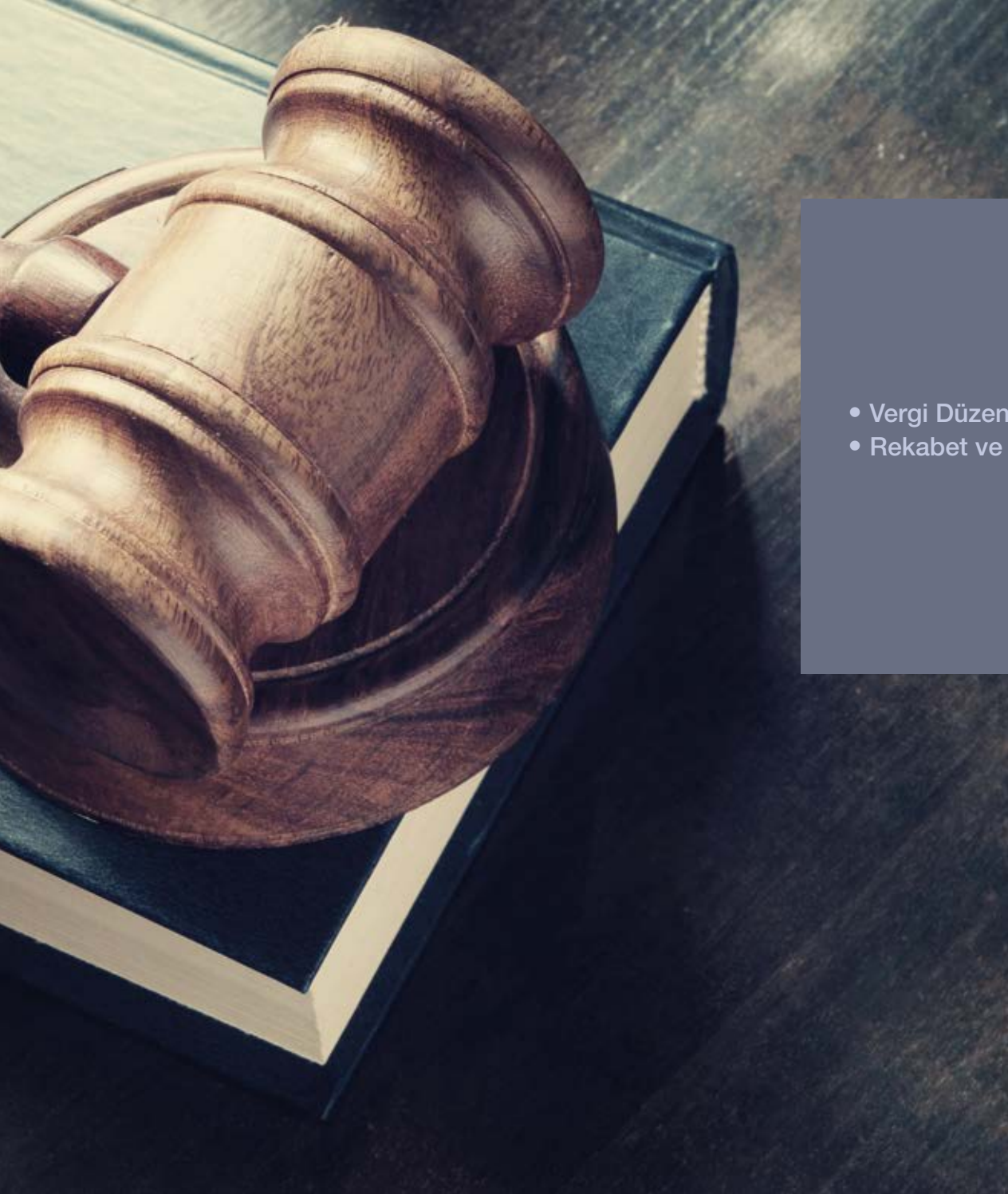
Tüketici ile pozitif iletişim kurulmalı. Evde yemek yeme ve vakit geçirmede artış var. Markalar ev okazyonunu sahiplenecek ürün konseptleri ve iletişim yolları planlamalıdır.





HUKUKSAL DÜZENLEMELER





- Vergi Düzenlemeleri
- Rekabet ve Ticaret Hukuku



Vergi Düzenlemeleri

“

Mücbir sebepler Vergi Usul Kanunu 13'üncü maddesi ile tanımlanıyor. Covid-19 salgını da mücbir sebepler arasında sayılıyor. Hazine ve Maliye Bakanlığı COVID-19 nedeniyle vergi süreçlerinde mücbir sebep hükümlerinden faydalanacak mükellefleri açıkladı. Bunlar arasında gıda ve içecek sanayii yer almıyor.

Bu süreçte vergi ertelenmesi yanında, nafaka hariç tüm icra alacak takipleri de durduruldu. Ancak süreç bittiğinde bir konkordato rüzgarı yaşanması olasıdır. Bunu engellemenin yolu alacakların döndürülmesinden geçiyor. Bu noktada devlet müdahil olabilir.

Salgın sürecinde gelir vergisi, kurumlar vergisi ertelendi. Geçici vergi döneminin gelmesiyle bunların da erteleneceği yönünde bir beklenti var. Hazine ve Maliye Bakanlığı süreci sistematik şekilde yönetiyor. Vergi takviminde yaklaşan vergileri erteliyor. Ancak verginin ortadan kaldırılması gibi bir durum söz konusu olamaz, aksi halde devlet ya kasasındaki parayı kullanmak ya da para basmak zorunda kalır.

Çözüm yeni bir vergi sistemi olabilir. 2020 yılı yok sayılarak bunun yükü 2021'de tüm paydaşlarca sırtlanabilir. İnsanlar şu anda evden çıkmamak, satın almamak düşüncesinde. Bunu yönetmenin yolu vergi tatilidir. Devlet 3 ay vergi tatilinin finansmanını sağlayacak güçtedir. Kurumlar vergisi üç yıl için %20'den 22'ye çıkarılmıştı, 2020 son uygulama yılıydı. Bu uzatılarak açık kapatılabilir.

Amaç bu sürecin atlatılmasıdır. İşsizliğin artmasını engellemek için müteşebbislere doğurduğu yükü azaltmak için işçilerin gelir vergisinin geçici bir süre için sıfırlanması, sosyal güvenlik primlerinin devlet tarafından üstlenilmesi, vergi tatili gibi alternatif uygulamalar ekonomiye nefes olabilir.

Gıda ve içecek sanayii mücbir sebep hükümlerinden faydalanabilmelidir. Bu konuda muhatap Hazine ve Maliye Bakanlığı'dır.

Mücbir sebep hükümlerinden faydalanamayanlar Vergi Usul Kanunu 17'nci maddedeki "zor durum" halini kullanarak erteleme isteyebilir.

Ertelenen vergilerin, erteleme sonunda yaratacağı yükü hafifletmek adına vergi tatili önerisi ciddi şekilde tartışılmalıdır. Nasıl ki sağlık çalışanları bugün için kahramansa, gıda sektörü de kahramandır. Süreç uzarsa Ağustos'tan sonra zorluklar başlayacaktır, o zamana kadar vergi tatili önerileri somutlaşmış olmalıdır. Dünya firmaların nakit akışını sağlayan, istihdamı koruyan önlemler almaktadır.

Sosyal güvenlik primlerinin, gelir vergisinin işçilere düşen payının 6 ay boyunca devletçe yüklenilmesi düşünülebilir. Buna benzer teşvikler kısıtlı alanlarda yatırım teşviklerinde uygulanabildiğine göre, bu olağanüstü günlerde de özellikle sürdürülebilir üretimi sağlamak adına gerçekleştirilebilir.

Gıda üretimine ilişkin özel bir uygulama yapılmalı. Talep artıyor olabilir ama üretimde sıkıntı yaşanması için sektörün sesine kulak vermekte yarar var.



Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mali Hukuk
Anabilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Cenker Göker

Gıda ve içecek sanayii mücbir sebep
hükümlerinden faydalanabilmelidir.
Bundan faydalanamayanlar
Kanundaki Zor Durum halini
kullanabilir.



Rekabet ve Ticaret Hukuku



COVID-19 salgını adalet mekanizmasının ertelenebileceğini göstermiştir. Ancak kriz döneminde getirilen kurallar, her zaman hukukun bütünüyle uyuşmamaktadır. Her durum kendi özelinde incelenerek yorumlanmalıdır. Bu süreçte sektörü yakından ilgilendiren bazı konularda hukukçuların yorumları şu şekildedir:

Salgın nedeniyle çek ibraz süreleri uzatılmıştır. Bu durum çek hamiline tanınmış bir avantajdır; hamil dilerse kullanır, dilerse çeki ibraz eder. Kanun keşideciyi ayrıca korumakta, bankaların karşılıksız çek bildirmesini ertelemektedir.

Şirket genel kurulların toplanması konusunda şirketleri bağlayıcı bir kural getirilmemiştir. Şirket genel kurulları yapılabilir, ancak genel kurula katılmayanların alınan kararların geçersizliğini ileri sürebileceği unutulmamalıdır. Sözleşmede yer almamasına rağmen elektronik ortamda genel kurul yapılması da geçersizlik iddiasına açıktır. İçinde bulunduğumuz koşullarda, ortaklar arasında uzlaşma olmadan fiziken genel kurul yapılır ve ortaklar toplantıya katılmaları veya katılmamaları nedeniyle zarar uğrarsa yönetim bu zararı karşılamak zorundadır.

OTURUM BAŞKANI

Rint Akyüz - TGDF Başkan Vekili

Dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını sonucunda küresel anlamda adaletin ertelenebileceği görülmüştür. Kriz döneminde dönemin şartlarına uygun kurallar getirilmiştir. Ancak özel durum uygulamaları her zaman hukukun bütünüyle uyusmamaktadır.

Salgın süresinde rekabet ve ticaret hukuku anlamında birçok konunun yeniden değerlendirilerek içinde bulunduğumuz duruma uygun şekilde yorumlanması gereği doğmuştur. Bu konuların başında alacak verecek konuları gelmektedir. Çek yoluyla yapılmış olan ödemeler alacaklıyı ve borçluyu bu dönemde ayrı ayrı etkilemiştir. Alacaklılar çeklerini ibraz edememe riskiyle karşı karşıya kalırken, borçlular çekin karşılıksız çıkması gibi durumlarla finansal anlamda güvenilirliklerini kaybetme tehlikesine maruz kalmıştır.

Salgın şirketlerin bazı yükümlülüklerinin yerine getirilmesi ile ilgili sorunlara da neden olmuştur. Bunlardan biri şirket genel kurullarının toplanması durumudur. Genel kurulun toplanamaması bazı sorunlar doğurabilecekken, içinde bulunduğumuz durumda toplanması ise alınan kararların geçersiz kılınması riskini taşımaktadır. Bir diğer konu, şirket kar paylarının dağıtılmasıdır. Devlet bu konuyu da acil önlemler arasına dahil ederek sistemde daha fazla öz kaynak tutulması ve sürdürülebilirliğin korunması amacıyla şirketlerin kar dağıtımını sınırlandırmıştır. Gıda sektörü özelinde bu dönemle ilgili olarak aşırı fiyat ihlali iddiaları da ortaya atılmış, Rekabet Kurulu bu konuda çalışma başlatmıştır.

Sistemde daha fazla öz kaynak tutulması ve sürdürülebilirliğin korunması amacıyla şirketlerin kar dağıtımını sınırlandırmıştır. Ancak küçük şirketler yanında kar dağıtım kapasitesi yüksek şirketler açısından da sınırlama getirilmiş olması ekonomik ilişkileri de zedelemiştir. Yasağa rağmen kar dağıtımının yapılmasının yaptırımını Kanunda öngörülmemiştir. Bu durumda pay sahipleri aldıkları karı iade etmek zorunda kalabileceklerdir.

Kriz ile gündeme gelen aşırı fiyat ihlali durumu için hakim konumdaki teşebbüsün tekel/yarı tekel konumunda olması ve bu konumunu uzun süredir devam ettirmiş olması gereklidir. Bu nedenle söz konusu ihlal gıda sektöründe sık görülen bir durum değildir. Rekabet Kurulu soruşturma açar ve ihlal tespit edilirse ciro üzerinden, cironun %10'una kadar para cezası uygulanır.





TGDF Başkan Vekili

Rint Akyüz

Kar dağıtma kapasitesi yüksek şirketlere sınırlama getirilmesi ekonomik ilişkileri zedelemiştir. Bu durum hem bireysel yatırımcıları, hem grup şirketlerini etkilemiştir.

Koç Üniversitesi Hukuk Fakültesi
Özel Hukuk Bölümü

Dr. Zeynep Ayata

Aşırı fiyat, rekabetçi fiyatın çok üstünde bir fiyatı tanımlamak için kullanılır. Net bir tanım değildir. Gıda sektöründe genellikle böyle bir duruma rastlanmaz.



Galatasaray Üniversitesi
Hukuk Fakültesi

Prof. Dr. Anlam Altay

Çeklerin ibraz süreleri çek hamilinin mağduriyetini önlemek için ötelenmiştir. Keşideciyi koruyan başka maddeler getirilmiştir.



COVID-19 GENEL DEĞERLENDİRMELERİ



- Öncesini Anlamak
- Ekonomist Gözüyle
- Afet, Kriz, Pandemi
- Gıda Güvenliği ve Güvencesi
- Tek Sağlık
- Gelecek için Adımlar



Öncesini Anlamak

“

COVID-19 sürecinde özellikle uzun tedarik zincirlerinde lojistik ve dolaşım sorunları yaşanmıştır. Gıda üretiminde sürekliliğin sağlanması için tarımda devamlılığın sağlanması gereklidir. Türkiye’de bitki ve hayvan yetiştiriciliği merkezileşmemiş olduğu için krizlere karşı dayanıklılık yüksek olsa da, önümüzdeki süreçte gıda zincirinde faaliyet gösteren KOBİ’lerin özellikle desteklenmesi gereklidir.

Küresel anlamda gıda sistemlerinin devamlılığının sağlanması için ise Biyolojik Çeşitlilik Konvansiyonu gibi anlaşmalar yanında, yeni dönemde oluşturulmasını önerdiğimiz Dijital İstikrar Kurulu gibi organların odak noktasına tarım ve gıdanın alınması şarttır. COVID-19 küresel boyutta iş birliğinin ne kadar önemli olduğunu göstermiştir. Çekişmeler bir yana bırakılarak bir arada çalışılması öncelikli bir konudur.

İnsanlığın hatası kendisini doğadan üstün görmesidir. İnsan eliyle yaratılan iklim değişikliği, ormanların yok edilmesi gibi nedenlerle insanlar; hayvan, böcek, bakteri ve virüslerle giderek daha fazla iç içe girmektedir. Mevcut COVID-19 pandemisi geçmişte yapılanların bir sonucudur. 2050'de dünya nüfusunun %68'i şehirlerde yaşıyor olacaktır. Bu nedenle öncelik, kentlerdeki sorunları çözmek olmalıdır. Konut, toplu taşıma, enerji, altyapı, istihdam gibi sorunlar çözülürken şehirler ve kırsal bölgeler arasında sosyal ve çevresel bağın koparılması şarttır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ekonomi ve finans için ortaya koyulan yönetim modeli; sermayenin, malların ve işgücünün serbest dolaşımının hedeflemiştir. O günden bugüne sermaye ve malların serbest dolaşımı büyük oranda, işgücünün dolaşımı ise kısmen sağlanmıştır.

Günümüzde ise dijital ekonomi maddi varlıkların önüne geçmiştir. Yapay zeka, büyük data gibi kavramlar finanstan medyaya, tarımdan gıdaya her sektöre girmiş ve sektörleri değiştirmiştir. COVID-19 pandemisi kamu otoritelerinin doğru ve gerçek zamanlı veriye ihtiyacının ne denli büyük olduğunu göstermiştir. Veriyi kontrol edenler kazançlı çıkmıştır. Bu dönem dijital ekonomiye geçişi hızlandırmıştır. Pandemi sonrasında dünyanın geleceği dijital ekonominin yönetimine bağlıdır.

Global ticaret sistemi, yapay zeka, büyük data gibi konulardaki gelişmeleri yansıtabilecek şekilde yeniden yapılanmak; teknolojilerin sivil toplum üzerindeki etkileri dahil olmak üzere sistemlerin risklerini ortaya koymak şart olmuştur. İçinde bulunduğumuz dijital çağda bir Dijital İstikrar Kurulu oluşturmak gereklidir.



EWA Kurumsal Danışmanlık Kurucusu

Dilek Emil

COVID-19 pandemisi öncesinde üç ana başlıkta düşünce ve yaklaşımlarda bazı hatalar ve eksikler vardı: İnsan ve doğa ilişkisi, ekonomik büyüme stratejileri ve disiplinler arası iş birliği.



Ekonomist Gözüyle

“

Devletler kural ve cezaların daha caydırıcı olduğu sıkı bir ekonomi modeline geçecek, ekonomi yanında siyasette de ciddi değişikliklere yol açabilecek bu yaklaşım toplum kültürü üzerinde etkili olacaktır. Kriz sonrasında sosyalizm olmasa da “devlet kapitalizmine” dönüş olacak, iflasların önlenmesi için devletleştirmelere başvurulacaktır.

Her alanda e-ticaret ve dijital para kullanımı artacak. Firmaların bu ve benzeri olası değişimleri göz önüne alarak hızla adaptasyon çalışmalarına başlaması gereklidir.

Türkiye 2018’in ikinci yarısında yaşanan kriz nedeniyle koronavirüs salgınına tek ayak üstünde yakalanmıştır. İçinde bulunulan durumda faiz artırımını çözüm olmayacaktır. Asıl amaç reel sektörün yüzdürülmesi olmalıdır. Kur üzerindeki artış yönündeki baskının başka yöntemlerle giderilmesi gereklidir.

COVID-19 krizi bittiğinde dünya değişmiş olacaktır. Bu değişiklik radikal olmasa da önemli bir boyuttadır. Ekonomik ve kültürel anlamda yeni bir dünya düzeni kurulurken firmaların bu duruma bir an önce adapte olması gerekmektedir.



Suudi Arabistan ve Rusya arasındaki petrol krizinin etkilerinin sürdüğü bir dönemde başlayan salgın sonucunda bir panik havası oluşmuş, bu nedenle Amerikan Doları her şeye karşı değer kazanmıştır. Hisse senetleri 1929'daki Büyük Buhran ve 40'lardaki İkinci Dünya Savaşı döneminden bile daha büyük bir düşüş kaydetmiş, dünya merkez bankalarının krizi önleme çabaları sonuçsuz kalmıştır.

COVID-19 öncesi ve sonrası arasındaki en belirleyici değişiklik devlet aygıtının nicelik ve nitelik olarak büyümesi ve hayatımızın her alanına girmesi olmuştur. Küreselleşme olgusu taraftar kaybetmiş, kriz sonrasında büyük şirketler ilk iş olarak tedarik zincirlerini çeşitlendirmeye, ham madde ve üretimde lokalizasyona yönelmiştir.

Türkiye bu bağlamda coğrafi konumu, insan gücü ve düşük maliyetli istihdam imkanı sayesinde avantaj sağlayarak, Doğu'nun Batı'ya açılan kapısı haline gelebilir, ülkemiz güçlü yerel pazarı sayesinde kriz sonrası daha kolay ayakta kalan ülkeler arasında yer alabilir.

Ekonominin canlanabilmesi için ayrılan para; devlet yardımları ve destekleme paketleri ile bizzat ekonomideki aktörlere aktarılmalıdır. Mevcut salgın dönemini ve olası tekrarları en az hasarla atlatabilmek için sektör kendini nakit yönünden kendini garantiye almalıdır.



DNG Danışmanlık Kurucusu

Fatih Keresteci

Dünya tarihi “Corona Öncesi” ve “Corona Sonrası” şeklinde ikiye ayrılmıştır. COVID-19 krizinin hastalık yanında finansal ve sosyal boyutları da vardır. Alınan önlemlere rağmen dünya ekonomisi durma noktasına gelmiştir. Sektör kendini nakit yönünden garantiye almalıdır.



Afet, Kriz, Pandemi

“

Türkiye'nin Afet Risk Azaltma Planları yoktur. Türkiye Afet Müdahale Planı vardır ama devreye sokulmamıştır. Bu çalıştılsaydı deprem için bir kazanım olacaktı, tecrübe olacaktı. Arama kurtarma, enkaz kaldırma haricinde plana dahil bütün çalışma grupları çalışacaktı.

COVID-19 bir afetti. Ancak afet yönetimi yerine hastane yönetimi tercih edildi. Hastane kapasitesinin üzerinde pik olmamasına çalışıldı. Salgın bu şekilde geçirilebilir ancak deprem gibi afetlerde bu şimdi yapıldığı gibi yapılamaz. Afet Risk Azaltma Planı oluşturulması gereklidir.

Şu anda Türkiye'de durgunluk var. Ancak Azerbaycan, Türkmenistan, Malezya gibi bazı ülkelerde hastalığın düşerken yeniden çıkış yaptığı görülüyor. Bu durum hareketlilikte artışa, sosyal mesafe kısıtlamalarının gevşemesine bağlıyor. Türkiye'nin şu anda yapabileceği en büyük yanlış rehavete kapılmak. Sabırlı olmak, önlemleri sürdürmek lazım. Toplumu duygusallığa iten reklamların yasaklanması lazım.

İklim değişikliği salgın hastalıkları artıracak. Halen sıtmada, kenede artış var. Bunların ortak özelliği hayvandan insana geçmesi. Bütün dünyada tropikal hastalıklar konusunda uzmanlar yetiştiriliyor. Bizim de buna ayak uydurmamız gerek.

COVID-19'un çevreye etkisi de olumsuz. Salgından dolayı tek kullanımlık eldiven, maske kullanımı artış gösterdi. Önümüzdeki dönemde buna tek kullanımlık çatal, kaşık, bıçak da eklenecek. Bu durum iklim değişikliğiyle mücadeleyi "yeniden kullanma" konusunda sıkıntıya düşürecek.

COVID-19 ve bundan sonra karşımıza çıkabilecek tüm afetler için alınması gereken ders; bundan sonra riskleri yönetmeliyiz, hasarları değil.

COVID-19 salgını, kelime anlamıyla bir afettir. Türkiye'nin Afet Risk Azaltma Planları yoktur. Ülkemizde Türkiye Afet Müdahale Planı (TAM) vardır ama bu krizde devreye sokulmamıştır.

Türkiye'nin şu anda yapabileceği en büyük yanlış rehavete kapılarak gevşemektir. Sabırlı olmak ve riskin azaldığından emin olana kadar önlemleri sürdürmek gereklidir.

İklim değişikliği salgın hastalıkları artıracaktır. Bütün dünyada tropikal hastalıklar konusunda uzmanlar yetiştirilmektedir. Ülkemizin de buna ayak uydurması gereklidir.

Ülkelerin salgın sürecinde en büyük sorunu sağlık ve ekonomiyi dengelenmektir. Bir yanda hasta ve ölen insanlar, diğer yanda iflas eden işletmeler vardır. Bunun dengelenmesi büyük önem taşımaktadır.

COVID-19 ve bundan sonra karşımıza çıkabilecek tüm afetlerde hasarlar değil riskler yönetilmeli, altyapımız bu şekilde geliştirilmelidir.



İTÜ Öğretim Üyesi, Meteoroloji, İklim Değişimi,
Afet ve Acil Durum Uzmanı

Prof. Dr. Mikdat Kadioğlu

Türkiye'nin Afet Risk Azaltma Planları yoktur. Türkiye Afet Müdahale Planı vardır ama devreye sokulmamıştır. Bu çalıştırılırdı tecrübe olacaktı.



Gıda Güvenliği ve Güvencesi



Salgınlar ve pandemiler bu olayla bitmeyecektir. Her 100 yılda bir dünyada farklı pandemi olayları gerçekleşmektedir. COVID-19, 2002’de İngiltere’de başlayan deli dana vakası gibi yeni bir gıda güvenliği yaklaşımı doğuracaktır. Dünyada her yıl 1,3 milyar ton gıda israf olmaktadır. Artık tarım alanlarını artırmaktan ziyade verimliliğin artırılması, israfın azaltılmasına odaklanılmalıdır. FAO ve OECD’nin Avrupa’da yaptığı gıdada sürdürülebilirlik incelemesinde Fransa 1’inci durumdadır. Türkiye 25 ülke arasında 19’uncudur. Ülkemiz sürdürülebilir tarımda 14’üncü, beslenme sorunları konusunda ise 19’uncu sıradadır. Türkiye birçok temel gıda maddesinde kendini besleyemeyecek, ithalata muhtaç durumdadır. Gençler tarlada çalışmak istememektedir. Köyler boşalmıştır. Tarım için yeni bir model geliştirilmelidir.

Ülkemizde gıda güvenliği eğitimi riske dayalı bir sistemdir. Bu eğitimde bazı güncellemeler ve ilaveler yapılması, uluslararası gıda güvenliği sistemlerinin ele alınması, çalışanlara uygun eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. COVID-19 ile ambalajlı gıdanın önemi anlaşılmıştır. Ambalajlı gıda tüketilmemesini tavsiye edenler bugün ambalajlı gıda için sırada beklemektedir. Sağlıklı bir nesil için ambalajlı gıdaya ihtiyaç vardır. Hijyen eğitimi ve dokümantasyonu elden geçirilmelidir. Fakültelerin de bu konudaki eğitimlerini güncellemeleri gereklidir. RTÜK’ün bilgi sahibi olmadığı halde televizyonda tüketiciyi yanlış bilgilendirenleri kontrol etmesi gereklidir. Sektörün ise tüketiciyi yanlış bilgilendirenlerle doğru bilgilerle karşılık vermesi şarttır. Bağımsız bir gıda otoritesi kurulması gereklidir.

Ülkemizde çiğ süt satışı Avrupa örnek alınarak serbest bırakılmıştır. Buradaki hata, Avrupa’da sütteki mikroorganizma yükünün bizdekinin 1/5’i kadar olmasının göz ardı edilmesidir. Sütümüz hijyenik ortamda sağlanamamaktadır. Yapılan bir çalışmada sokak sütünde sınıırın 15 katı mikroorganizma bulunduğu görülmüştür. Bu nedenle sokak sütünün yasaklanması, denetime tabi ürünlerin özendirilmesi gereklidir. Kayıt dışı gıda oranı %45-55 arasındadır. Bunlar engellenebilirse gıdada KDV oranları düşürülebilir. Oysa kayıt dışılık yeni Kanunla teknik bir hata ile daha serbest bir hale getirilmiştir.

Ülkemizde gıda güvenliği eğitimi riske dayalı bir sistemdir. Bu eğitimde bazı güncellemeler ve ilaveler yapılması, uluslararası gıda güvenliği sistemlerinin ele alınması, çalışanlara uygun eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Hijyen eğitimi ve dokümantasyonu elden geçirilmeli, fakültelerin bu konudaki eğitimleri güncellenmelidir.

COVID-19 ile ambalajlı gıdanın önemi anlaşılmıştır. Sağlıklı bir nesil için ambalajlı gıdaya ihtiyaç vardır. Bağımsız bir gıda otoritesi kurulması, RTÜK'ün televizyonda tüketiciyi yanlış bilgilendirenleri kontrol etmesi, sektörün ise tüketiciyi yanlış bilgilendirenlere doğru bilgilerle karşılık vermesi şarttır.

Ülkemizde çiğ süt satışı Avrupa örnek alınarak serbest bırakılmıştır. Ancak bizim sütümüzdeki mikroorganizma yükü Avrupa'dakinin 5 katıdır. Ülkemizde sokak sütlerinin de dahil olduğu kayıt dışı gıda oranı %45-55 arasındadır. Bunlar engellenebilirse gıdada KDV oranları bile düşürülebilecekken, kayıt dışılık yeni Kanunla teknik bir hata sonucu daha serbest bir hale getirilmiştir.

Dünyada her yıl 1,3 milyar ton gıda israf olmaktadır. Artık tarım alanlarını artırmaktan ziyade verimliliğin artırılması, israfın azaltılmasına odaklanılmalıdır. FAO ve OECD'nin Avrupa'da yaptığı gıdada sürdürülebilirlik incelemesinde Fransa 1'inci durumdadır. Türkiye 25 ülke arasında 19'uncudur. Ülkemiz sürdürülebilir tarımda 14'üncü, beslenme sorunları konusunda ise 19'uncu sıradadır.

Türkiye birçok temel gıda maddesinde kendini besleyemeyecek, ithalata muhtaç durumdadır. Tarımda çalışan üreticinin ortalama yaşı 55'tir. Gençler tarlada çalışmak istememektedir. Köyler boşalmıştır. Tarımda ortalama işletme büyüklüğümüz 55 dönümdür, tarlalarımız küçüktür. Sürdürülebilirliğin sağlanması için tarımda yeni bir model geliştirilmelidir.



Ankara Üniversitesi Gıda Güvenliği Enstitüsü
Müdürü

Prof. Dr. Nevzat Artık

Yaşanan olağanüstü süreçte ambalajlı gıdanın önemi anlaşılmıştır. Ambalajlı gıda tüketmeyin diyenler, artık ambalajlı gıda almak için sırada beklemektedir.



Tek Sağlık

“

Hayvanlardaki hastalıkların kontrol altına alınması, insanların da korunması için ilk adımdır. İnsanların yaşam alanları genişledikçe yabani hayat ve evcil hayvanlar arasındaki denge bozularak salgın gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. İklim değişikliğinin de etkisiyle normalde ülkemizde yaşamayan hastalık taşıyıcı unsurların bölgede görülme sıklığı artacaktır. Bu risklerin kontrol altına alınması için veterinerlik sisteminin kullanılması gereklidir.

Hayvan sağlığı, ekosistem, halk sağlığı ve gıda üretimi iç içedir. Bunlar arasındaki kesişen noktaların mutlaka kontrol altında tutulması gerekmektedir. Burada veteriner hekimler devreye girmektedir. Veteriner hekimlerin sağlık sınıfının dışında olması, dünyanın hiçbir yerinde olmayan bir uygulamadır. O yüzden “veteriner halk sağlığı” konusu mutlaka halk sağlığının içine entegre edilmelidir.

Tek Sağlık yaklaşımı yerel, ulusal ve evrensel anlamda insanların, hayvanların ve çevrenin tam sağlığa ulaştırılması için farklı disiplinlerin birlikte çalışması ve iş birliğini ifade etmektedir. Nüfus artışı, şehirleşme, hayvansal gıda tüketimi, uluslararası ulaşım, iklim değişikliği, mikrobiyel direnç gibi birçok etken Tek Sağlık yaklaşımı ihtiyacını belirgin hale getirmektedir. Zoonozların kontrolü açısından Tek Sağlık olmazsa olmazdır.

COVID-19’u ilk izole eden 2 kişi de veteriner hekimdi. Virüsün ilk çalışıldığı yerler de veteriner enstitüleriydi. Ancak ülkemizde Sağlık Bakanlığı içinde Veteriner Halk Sağlığı birimi yoktur. Veteriner Halk Sağlığı uygulamasının öne çıkarılması ve veteriner hizmetlerinin bir teşkilat olarak yönetilmesi gerekmektedir. Dünya Bankası veteriner hizmetlerini desteklemekte, uluslararası kamu yararı olarak kabul etmekte ve aksadığında küresel bir sorun ortaya çıkabileceğini savunmaktadır.

Veteriner teşkilatı merkez ve taşra teşkilatı olan ayrı bir yapı haline getirilmeli, veteriner hizmetleri tek bir otorite tarafından yürütülmelidir. Sağlık Bakanlığı’nın sağlık personeli kapsamında çıkardığı veteriner hekimlik yeniden sağlık sınıfına dahil edilmeli, Temel Sağlık Hizmetleri bünyesinde Veteriner Halk Sağlığı Dairesi açılmalıdır. Tek Sağlık anlayışı acilen uygulamaya alınmalıdır.

İnsanlardaki bulaşıcı hastalıkların %60'ı hayvanlardan kaynaklanmaktadır. Hayvansal gıdalar düşünüldüğünde hayvan sağlığı, ekosistem, halk sağlığı ve gıda üretiminin iç içe olduğu görülmektedir. Bu kesişen noktaların mutlaka kontrol altında tutulması gerekmektedir.

Veteriner hekimlerin sağlık sınıfının dışında olması, dünyanın hiçbir yerinde olmayan bir uygulamadır. Dünyanın birçok ülkesinde mevcutken, ülkemizde Sağlık Bakanlığı içinde Veteriner Halk Sağlığı birimi yoktur. Veteriner Halk Sağlığı uygulamasının öne çıkarılması ve veteriner hizmetlerinin bir teşkilat olarak yönetilmesi gerekmektedir.

Tek Sağlık yaklaşımı yerel, ulusal ve evrensel anlamda insanların, hayvanların ve çevrenin tam sağlığa ulaştırılması için farklı disiplinlerin birlikte çalışması ve iş birliğini ifade etmektedir. Nüfus artışı, şehirleşme, hayvansal gıda tüketimi, uluslararası ulaşım, iklim değişikliği, mikrobiyel direnç gibi birçok etken Tek Sağlık yaklaşımı ihtiyacını belirgin hale getirmektedir.

Zoonozların kontrolü açısından Tek Sağlık olmazsa olmazdır. Türkiye de merkezi bir yönetimle Tek Sağlık kavramını uygulamaya almalıdır, aksi halde bundan sonra çıkacak salgınların kontrolü mümkün olmayacaktır.



Ankara Üniversitesi, Veteriner Fakültesi

Prof. Dr. Hakan Yardımcı

Türkiye merkezi bir yönetimle Tek Sağlık kavramını uygulamaya almalıdır. Yoksa bundan sonra çıkacak olan salgınların kontrolü mümkün olmayacaktır.



Gelecek için Adımlar

“

Aşı ve ilaç üretebilecek düzeyde sağlık Ar-Ge'si geliştirilmeli, BSL 4 seviyesinde ulusal laboratuvarlar açılmalı, moleküler biyolojiye öncelik verilmelidir. Türkiye bir eşgüdüm içinde çalışmalıdır. Cumhurbaşkanlığı Başkanlığında bir Ulusal Salgın Yönetim Merkezi kurulmalıdır. Afet planları belirlenmelidir. Bu salgında görülmüştür ki Sağlık Bakanlığı'nın afet planı yoktur. Testlere karar verilememiş, sahra hastaneleri açılmamış, personel eksikliği giderilememiştir.

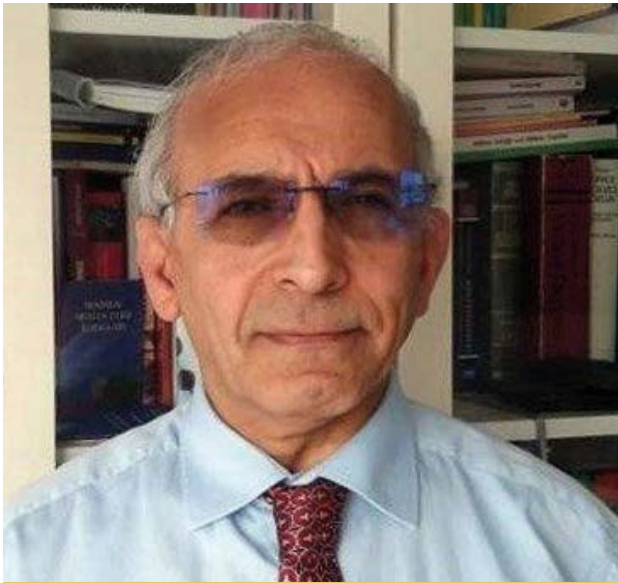
Salgının akut, orta ve uzun vadede çok sektörlü etkileri olacaktır. En fazla etkilenecek sektörlerden biri gıdadır. Türkiye kendine yeterliğini yitirmeden kısa ve uzun vadeli mikro ve makro planların ortaya koyulması şarttır. Konunun mali ekonomi boyutu ele alınmalıdır. Devletin öncülüğünde ılımlı devletçilikle karma ekonomiye geçilmelidir.

Bundan sonra başka salgın ve doğal afetler de yaşanabilir. Bu durum göz önünde bulundurarak toplum ve ülke olarak mutlaka nüfus planlaması yapılmalı, toplum tasarruflu yaşama geçmelidir. "Yoksulluk ve işsizliğin gündemin en tepesine koyulması, gelir dağılımının iyileştirilmesi gereklidir. "Sürdürülebilir kalkınma" yerine "sürdürülebilir yaşam" anlayışı koyulmalıdır.

Açıklanan ilk vaka belli olsa da hastalık ülkemize birçok farklı yoldan girmiş olabilir. Türkiye'deki virüsün RNA tipi belirlenirse hastalığın kaynağı da kesin olarak ortaya koyulabilir. Bu çalışma yapılarak, elde edilen veriler şimdiki ve gelecekteki olası salgınların kontrol altına alınmasına katkı sağlamak adına paylaşılmalıdır.

Salgının uluslararası toplumun bir üyesi olarak insan onuruna yaraşır şekilde, saydamlık ve dürüstlük içinde yönetilmesi gerekmektedir. Bu uluslararası topluma karşı bir sorumluluktur. Bilimsel akılcılık dışında hiçbir seçenek dikkate alınmamalıdır. Hükümetin birinci görevi yaşam hakkının korunmasıdır.

Yataklı olmayan sağlık kurumlarının güçlendirilmesi gereklidir. Hiçbir salgın hastanede yenilemez, birinci basamakta, toplum içinde yenilir. Hıfzıssıhha Enstitüsü'nün yeniden canlandırılması gereklidir, kurumlaşma gereklidir. Sağlık personelinin nitelik ve nicelik açısından iyileştirilmesi gereklidir. Koruyucu sağlık hizmetlerinin öne çekilmesi gereklidir. Sağlık ocaklarının açılması, aile hekimliği sisteminin kapatılması, sağlık hizmetinin nüfus temelli değil bölge temelli verilmesi gereklidir.



Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi
Halk Sağlığı Anabilim Dalı

Prof. Dr. Ahmet Saltık

Dünyamızı hor kullanıyoruz, biz çoğaldıkça yabani yaşam köşeye sıkışıyor, bu da yeni hastalık etmenleri ile içli dışlı bir hale gelmemize neden oluyor.

TGDF Üye Dernekler

- ABÜDER - Ambalajlı Baharat Üreticileri Derneği
ALKİDER - Alkollü İçki Üreticileri ve İthalatçıları Derneği
ASÜD - Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği
BALDER - Arı Ürünleri ile Sağlıklı Yaşam Platformu
BESD-BİR - Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği
BMÜD - Bira ve Malt Üreticileri Derneği
BYSD - Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği
ETBİR - Kırmızı Et Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği
GİDABİL - Gıda Bileşenleri ve Geliştiricileri Sanayicileri Derneği
GİSDER - Geleneksel Alkollü İçki Üreticileri Derneği
MASUDER - Türkiye Maden Suyu Üreticileri Derneği
MEDE - Meşrubatçılar Derneği
MÜMSAD - Mutfak Ürünleri ve Margarin Sanayicileri Derneği
MEYED - Meyve Suyu Endüstrisi Derneği
MÜSAD - Makarna Üreticileri ve Sanayicileri Derneği
PAKDER - Tarım Ürünleri, Hububat, Bakliyat İşleme ve Paketleme Sanayicileri Derneği
NİSAD - Nişasta Sanayicileri Derneği
ORGÜDER - Organik Ürün Üreticileri ve Sanayicileri Derneği
SETBİR - Türkiye, Süt, Et Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği
PDD - Pirinç Değirmencileri Derneği
SALKONDER - Salça, Dondurulmuş ve Konserve Gıda Sanayicileri Derneği
ŞARAPDER - Şarap Üreticileri Derneği
SUDER - Ambalajlı Su Üreticileri Derneği
SUTHER - Susam, Helva ve Reçel İmalatçıları Derneği
ŞEMAD - Şekerli Mamul Sanayicileri Derneği
TMSD - Türkiye Makarna Sanayicileri Derneği
TÜGİDER - Tüm Gıda Dış Ticaret Derneği



TGDF Akademi 2020
www.akademi.tgdf.org.tr