

MEYVE SUYU ENDÜSTRİSİ DERNEĞİ (MEYED)

TÜRKİYE MEYVE SUYU v.b. ÜRÜNLER SANAYİ RAPORU

Ebru AKDAĞ

Genel Sekreter



2011



İçindekiler Tablosu

1. Sektörün Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	3
1.1. Endüstri Yapısı	4
1.1.1. İşletme Sayısı	4
1.1.2. Ekonomide Yaratılan Katma Değer	8
1.2. Üretim.....	8
1.2.1. Ürün Bazında Üretim.....	8
1.2.1.1. Türkiye’de Meyve Üretimi	8
1.2.1.2. Türkiye Meyve Suyu Sanayisinde İşlenen Meyve	9
1.2.1.3. Türkiye’de Meyve Suyu Konsantresi ve Püresi Üretimi	10
1.2.2. Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı.....	13
1.3. Tüketim.....	14
1.3.1. Ürün Bazında Tüketim	14
1.3.2. Kişi Başına Tüketim.....	16
1.4. Türkiye Meyve Suyu Pazarı Verileri	17
1.4.1. Pazar Büyüklüğü – Ciro – Ürün Hacmi.....	17
1.5. Dış Ticaret	18
1.5.1. İhracat - İthalat	18
1.5.1.1. İhracat	18
1.5.1.2. İthalat.....	21
1.5.2. Dış Ticaret Dengesi	24
2. Sektörün SWOT Analizi	25



2.1. Türkiye Meyve İşleme Sanayinin SWOT Analizi.....	25
2.1.1. Güçlü Yönler	25
2.1.2. Zayıf Yönler.....	26
2.1.3. Tehditler	26
2.1.4. Fırsatlar.....	26
2.2. Türkiye Meyve Suyu Pazarının SWOT Analizi	26
2.2.1. Güçlü Yönler	26
2.2.2. Zayıf Yönler.....	27
2.2.3. Tehditler	27
2.2.4. Fırsatlar.....	27
3. Sektörde Yeni Yönelimler.....	28
4. Sektörün Dış Piyasalardaki Durumu.....	28
5. Diğer Sektörler ve Yan Sanayi ile İlişkiler	29
6. Sektörün Yapısal Sorunları ve Çözüm Yolları	30
6.1. Temel Strateji, Amaç ve Politikalar.....	30
6.2. Pazar Denetimi	30
6.3. Meyveciliğin Geliştirilmesi.....	32
6.4. Sözleşmeli Meyve Üretiminin Benimsetilmesi ve Yaygınlaştırılması.....	33
6.5. İhracatın Geliştirilmesi.....	33
6.6. Tarım Arazileri ve Uygun Plantasyon Envanteri	34
6.7. Enerji Maliyetleri	35
6.8. Tüketicilerin Bilinçlendirilmesi.....	35
6.9. STK'ların Güçlendirilmesi	36
7. Sektörel Yapılanma.....	37



TÜRKİYE MEYVE SUYU SEKTÖRÜ RAPORU

1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Ülkemiz ekonomisi ve gelişimi açısından tarım ve tarıma dayalı sanayi çok büyük önem taşımaktadır. Tarım sektörünün en önemli alanlarından biri olan “meyve üretimi ve işleme sanayisinin” ülkemizde büyük bir potansiyeli olduğu bilinmekte, bu potansiyelin kullanılabilmesi için Devlet – Üretici – Sanayici – Bilim Kuruluşları iş birliği karesi oluşturulmalı ve en verimli projelerin geliştirilerek hayata geçirilmesi sağlanmalıdır.

Türkiye ürettiği 16.3 milyon ton meyve ile dünya üretiminde 6. sırada olup, dünya meyve üretiminin yaklaşık %3’ünü karşılamaktadır. Ülkemizin, meyve suyu sanayisinin işlediği başlıca meyvelerin dünya sıralamasına bakıldığında, en üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Türkiye, dünyada kayısı ve vişne üretiminde birinci, nar üretiminde üçüncü, elma ve domates üretiminde dördüncü ve şeftali ile üzüm üretiminde ise altıncı sırada yer almaktadır.

Türkiye meyve suyu sanayisi, ülkemizin tarıma elverişli coğrafi konumu, ihracat gücünü arttıran özel konumu, sahip olduğu iklimsel olanaklar, genç nüfusu, ekonomideki gelişmelere paralel olarak artan alım gücü, her geçen gün gelişen ve genişleyen dinamik iç pazarı açısından birçok avantaja sahiptir. Bu avantajların açtığı fırsat kapıları doğru şekilde kullanılabilirse, bu alandaki fırsat ve potansiyeller ülke ekonomisinin gelişmesine çok ciddi katkıda bulunacaktır.

Ülkemiz meyve ve meyve işleme sanayisinin önünde hem dış pazardaki hem de iç pazardaki gelişmelerden dolayı çifte fırsat bulunmaktadır. **Dış pazarlara** baktığımızda ithal girdi için yükselen bir talebin var olduğu görülmektedir. İzmir Ticaret Odası tarafından hazırlanan “Tarım AB ve Türkiye – Mevcut Durum Riskler ve Fırsatlar” raporunda da belirtildiği gibi AB ülkeleri, bütçe dağılımı konusunda birçok iç tartışma yaşamış ve 2005 yılı sonuna kadar AB Dönem Başkanlığı yapan İngiltere, bütçenin yarısının tarıma ayrılmasına karşı çıkmıştır. Bu tartışmalar sonucunda



ortak tarım bütçesine ayrılan fon azalırken, bunların üzerine yaşanan ekonomik kriz de bu sürecin hızlanmasına neden olmuştur. Desteklerin geri çekilmesiyle Avrupa’da tarım ve tarıma dayalı sanayi sektöründe büyük bir ihtiyaç boşluğu ortaya çıkacaktır ve bunun etkileri de şimdiden görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla Türkiye’nin önüne yakın gelecekte Avrupa kaynaklı önemli ihracat fırsatları çıkacaktır.

İç pazar ise ekonomideki gelişmeler ve tüketim ihtiyacı artışına paralel olarak hızla genişlemektedir. Türkiye Meyve Suyu Sektörü ve meyve işleyen diğer sektörlerin (meyve-sebze şoklama, reçel, meyveli gıda ve içecekler, kurutulmuş meyve/sebze vb gibi) devam eden tüketim artışlarına bağlı önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

1.1. Endüstri Yapısı

1.1.1. İşletme Sayısı

Meyve suyu sanayisinde faaliyet gösteren firmalar meyve suyu konsantresi ve püresi yani ara mamul üreticileriyle, tüketime hazır içecek üreticileri olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Meyve işleyerek ara mamul üreten firmaların bir kısmı aynı zamanda tüketici ürünü üreticisidir.

Meyve suyu işleme sanayisinde üretim, üç tip hat üzerinden yapılmaktadır. Bunlar elma, vişne gibi meyvelerin işlendiği berrak hat; şeftali, kayısı gibi meyvelerin işlendiği bulanık hat ve portakal, limon gibi meyvelerin işlendiği narenciye hattıdır. Ülkemiz meyve suyu sanayisinde en çok işlenen meyveler elma, şeftali, vişne, kayısı, nar ve havuçtur. Tablo1’de sektördeki firmaların fabrikaları, yerleşim yerleri ve işledikleri meyve çeşitleri verilmektedir.

Tablo 1. Türkiye meyve suyu sanayinde meyve işleyen firma bilgileri

Firma	Yerleşim	Elma	Vişne	Kayısı / Şeftali	Narenciye	Nar	Havuç
AKDEM	EREĞLİ - KONYA						x
AKSU	NİĞDE	x					
ANADOLU	YAHYALI-KAYSERİ	x	x				
ANADOLU ETAP	MERSİN	x	x	x	x	x	x



ARISU	ÇİVRİL-DENİZLİ	x	x	x		x	x
AROMA	GÜRSU-BURSA	x	x	x			x
DÖHLER	KARAMAN	x	x	x		x	x
ASLANOBA	BURSA			x			
ASYA	EĞRİDİR-İSPARTA	x	x	x		x	x
ANADOLU ETAP	BALIKESİR			x			
DİMES	TOKAT	x	x	x		x	x
DİMES	KEMALPAŞA-İZMİR	x	x	x	x	x	x
ELİTE NATUREL	ANKARA					x	
ELMASU	İSLAMKÖY-İSPARTA	x	x				
ELMASYA	ZİYARET -AMASYA	x					
ERKON	EREĞLİ-KONYA						x
ERSU	EREĞLİ-KONYA	x	x	x	x	x	x
ANADOLU ETAP	ELMALI-ANTALYA	x	x			x	
FRİGOPAK	İNEGÖL - BURSA			x			
GOLDEN	KORKUTELİ-ANTALYA	x					
GÖKNUR	NİĞDE	x	x	x	x	x	x
GÜLSAN	KAYSERİ	x	x	x			



KIZIKLI	NİĞDE	x	x	x			
KONFURT	ÇAL-DENİZLİ	x	x	x	x	x	x
KONFURT	DÖRTYOL-HATAY				x		
LİMKON	ADANA	x	x	x	x	x	x
MAVİDENİZ	EĞRİDİR-İSPARTA	x					
MEYKON	ELMALI-ANTALYA	x	x	x	x	x	x
MORELLO	DEREÇİNE-AFYON	x	x	x			
OĞUZ	ADANA			x			
PENKON	ÇİVRİL-DENİZLİ	x	x	x		x	x
TAMEK	KARACABEY-BURSA	x	x	x			
TAMEK	KIZIKSA-MANYAS-BALIKESİR			x			
TARGID	MERSİN	x	x	x		x	x
TUNAY	ERZİNCAN	x	x	x		x	x
UNİT GRUP	İĞDIR			x			
YUMMY	MERSİN	x	x	x			

Yukarıda bahsedildiği gibi meyve suyu sektöründeki diğer grup, tüketime hazır içecek üreticileridir. Meyve suyu sanayisi tarafından üretilen ürünler dört ana kategoriye ayrılmaktadır: Bunlar %100 meyve suyu, meyve nektarı, meyveli ve aromalı içeceklerdir. Üreticilerin kategorilere göre listelenmesinde meyveli ve aromalı içecek üreticileri beraber konumlandırılmıştır. Tablo2’de meyve suyu ve benzeri içecek kategorilerine göre üretici listeleri verilmektedir.



Tablo 2. Türkiye’de meyve suyu ve benzeri ürün kategorilerine göre üretici listeleri

Kategori	Üreticiler	Kategori	Üreticiler		Kategori	Üreticiler	
%100 Meyve Suyu	AROMA	Meyve Nektarı	AKBEL	TAT	Meyveli + Aromalı İçecek	AROMA	ULKER
	ASLANOBA		AKYUDUM	TORE		COCA COLA	YUMMY
	BAYKUR		AROMA	ULKER		CARDAK	OTHER
	COCA COLA		ASLANOBA	VITAMINGO		DIMES	AKYUDUM
	DIMES		COCA COLA	YUMMY		ERSU-	AROMA
	ERSU-		DANONE			FRIGOPAK	COCA COLA
	FRIGOPAK		DIMES			FETTAHOGLU	CARDAK
	GUMUSSUYU		ERSU-			GUMUSSUYU	DIMES
	GE-TA		FRIGOPAK			GULSAN	DOGANAY
	GÖKNUR		GÖKNUR			GUNEY	ERSU-
	GULSAN		GUMUSSUYU			IHLAS	FRIGOPAK
	KIZIKLI		GULSAN			KERVAN	GUMUSSUYU
	NUMIL		GUNEY			KIZIKLI	GE-TA
	OGUZ		IHLAS			MIS SALCA	IHLAS
	PINAR		KIZIKLI			OGUZ	KIZIKLI
	TAMEK		MARASA			PINAR	OGUZ
	TAT		OGUZ			RAUCH	PINAR
	TUKAS		PINAR			SARAY	TAMEK
	ULKER		RAUCH			TAMEK	ULKER
	VITAMINGO		SARAY			TAT	ULUDAG
YUMMY	TAMEK		TORE	YUMMY			



1.1.2. Ekonomide Yaratılan Katma Değer

MEYED tahminlerine göre, Türkiye meyve suyu sanayinin son beş yılda ekonomide yarattığı katma değer sırasıyla 1.20, 1.35, 1.40, 1.55 ve 1.70 Milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

1.2. Üretim

1.2.1. Ürün Bazında Üretim

1.2.1.1. Türkiye’de Meyve Üretimi

Türkiye’de meyve suyuna işlenen başlıca meyveler; elma, kayısı (zerdali dahil), şeftali, vişne, portakal, üzüm ve nardır. Ancak son dönemde hem Türkiye tarımsal üretimindeki, hem de meyve suyu sanayisindeki gelişmelere paralel olarak işlenen meyvelerde çeşitlendirme artmaktadır. Yukarıda bahsedilen meyvelere ek olarak havuç, limon, üzüm, çilek, ayva, domates, armut, mandalina, kuşburnu, karadut gibi meyvelerin de sanayiye giden oranları her geçen gün talebe bağlı olarak artmaktadır. Tablo 3’te meyve suyu sanayisinin işlediği başlıca meyvelerin yıllara göre üretim miktarları verilmektedir.

Tablo 3. Türkiye’de meyve suyuna işlenen başlıca meyvelerin üretimi (bin ton)

MEYVE	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Elma	2.570	2.002	2.458	2.505	2.782	2.600
Kayısı (*)	894	483	590	751	695	476
Şeftali	510	553	539	552	547	539
Vişne	140	122	180	185	192	195
Portakal	1.445	1.536	1.441	1.427	1.690	1.710
Üzüm	3.850	4.000	3.613	3.918	4.265	4.255
Nar	80	91	107	128	171	208
Limon	600	710	651	672	784	787
Çilek	200	211	251	261	292	300
Ayva	100	106	95	95	96	121
Domates	10.050	9.855	9.937	10.985	10.746	10.052
Armut	360	318	356	356	384	380
Sarı Havuç	370	371	544	549	566	487
Siyah Havuç	18	24	98	42	28	46
Greyfurt	150	180	163	168	190	214
Mandalina	715	791	744	756	846	859
TOPLAM	22.052	21.353	21.767	23.350	24.274	23.229

* zerdali dahil



1.2.1.2. Türkiye Meyve Suyu Sanayisinde İşlenen Meyve

Türkiye meyve suyu sektöründe işlenen meyvelerin çeşitleri her geçen yıl artsa da sektörde en çok işlenen meyveler yerini korumaktadır. Ülkemizde meyve suyu ve benzeri ürünlere işlenen başlıca 6 meyve elma, şeftali, kayısı, vişne, portakal, nardır. Bunları son dönemde, ihracat şansı artan siyah havuç ve üzüm izlemektedir.

Sektörde işlenen meyvelerin son 5 yıllık dönemde büyüme rakamlarına bakıldığında üzüm ve nardaki artış dikkat çekmektedir. Ülkemizdeki üzüm üretiminde aynı dönemde çok kayda değer bir büyüme görülmemesine rağmen, sektörde işlenen üzüm payını arttırmaktadır. Üzümdeki durumdan farklı olarak, nara olan ilgi ve artan talep, nar plantasyonlarının ve dolayısıyla Türkiye nar üretiminin hızla artmasına neden olmuştur. Nar üretimindeki artışa paralel olarak, meyve suyu sanayisinde işlenen nar miktarı da her geçen yıl artmaktadır.

Meyve suyu sanayisinin işlediği diğer ana meyvelerin son beş yıllık trendlerine bakıldığında da büyüyen meyve suyu sanayisiyle beraber artmakta olduğu gözlemlenmektedir. Bunlardan işlenen şeftali miktarı bu dönemde % 45 artmış; bunu % 42 ile portakal, % 41 ile vişne ve % 33 ile elma izlemektedir. Ana meyvelerde tek istisnai durum, üretimindeki düşüşe paralel olarak meyve suyuna işlenen kayısıda artış olmamasıdır. Son 5 yıllık dönemde, ülkemiz meyve suyu sanayisinde işlenen meyvelerin miktarı ve yüzdesel artış oranları Tablo 4'te verilmektedir.

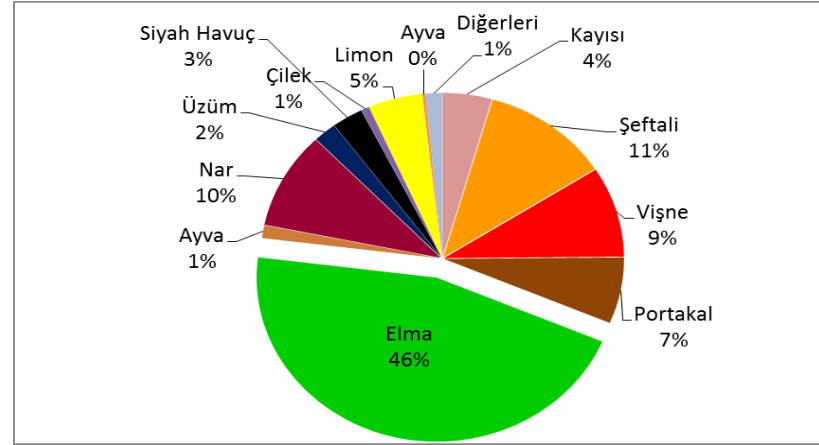
Tablo 4. Meyve suyuna işlenen meyve ve sebze miktarları (bin ton)

MEYVE	2006	2007	2008	2009	2010
VİŞNE	52,2	72,6	54,6	49,7	73,5
KAYISI	36,1	38,2	74,9	41,9	36,5
ŞEFTALİ	65,3	90,1	118,8	80,2	95
ELMA	282,9	356,8	333,8	307,9	376,1
PORTAKAL	37,8	53,3	63,9	53,5	53,8
NAR	46,6	57,5	49,5	57,1	78,7
HAVUÇ		30,6	30,7	12,3	24,6
SİYAH HAVUÇ				9	23
SARI HAVUÇ				3,3	1,6
ÜZÜM	8,4	18,3	16,9	18,7	17,2
ÇİLEK		4,1	7,7	5,5	6,1
GREYFURT			5,5	0,8	0,4
AYVA	-	7,5	4,5	4,4	10,4
DOMATES	4,9	3,9	4,4	4,5	5
KARADUT				1	1,1
ARMUT				3,2	2,4
CRANBERRY				1	1
LİMON				11,7	40
DİĞER	47,9	4,3	3,2	5,1	1,2
TOPLAM	582,1	737,2	771,1	658,4	824,8



Ülkemiz meyve suyu sanayisinde işlenen meyvelerde en büyük payı yaklaşık % 46 ile elma almaktadır. İkinci sırada yer alan şeftaliyi, son dönemde hızlı bir artış göstererek payını % 10'a çıkaran nar izlemektedir. Bunların ardından ise sırasıyla vişne, portakal ve kayısı gelmektedir (Şekil 1).

Şekil 1. 2010 yılında meyve suyu suyuna işlenen meyve miktar dağılımı (%)



1.2.1.3 Türkiye'de Meyve Suyu Konsantresi ve Püresi Üretimi

Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de meyvelerin işlenmesiyle elde edilen meyve suyu önce konsantre ya da püre adı verilen ara mamule dönüştürülür. Dünya meyve suyu ticareti de markalı ürünler dışında genel olarak bu ara mamuller üzerinden gerçekleştirilir. Türk Gıda kodeksi tanımlarına göre, “**Meyve Suyu Konsantresi**” bir veya daha fazla meyveden elde edilen meyve suyundan, fiziksel yollarla suyun belirli oranlarda uzaklaştırılmasıyla elde edilen ürünü; “**Meyve Püresi**” ise, suyunu uzaklaştırmadan, bütün veya kabuğu soyulmuş meyvenin yenilebilir kısmının elekten geçirilmesiyle elde edilen, fermente olmamış ancak fermente olabilen ürünü temsil etmektedir. İç ve dış taleplere göre, üretilen meyve suyu konsantresi ve püresinin bir kısmı yurt içi tüketim için meyve suyu ve benzeri ürünlere dönüştürülürken, bir kısmı ise ihraç edilmektedir.

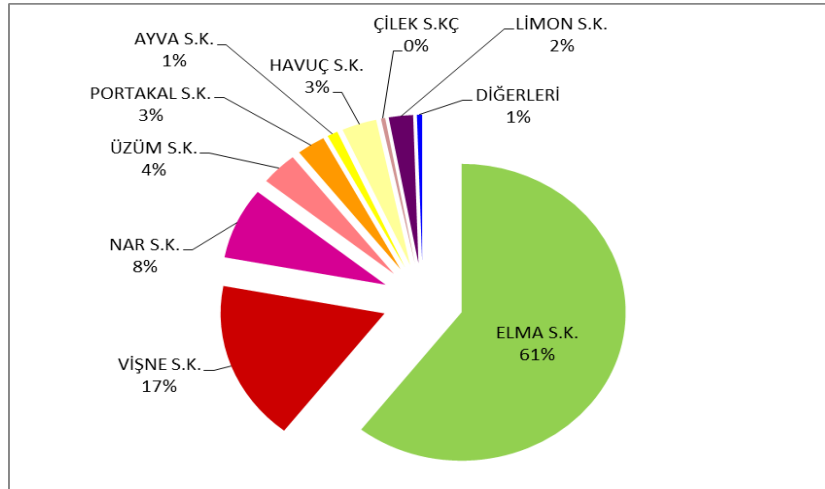
2010 yılında üretilen konsantre miktarı, 5 yıl içerisinde % 53 artarak 96 bin tona ulaşmıştır. Ülkemizdeki meyve suyu konsantrelerinin son beş yıllık dönemdeki üretim miktarları Tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5. Türkiye’de 2006 – 2010 Yılları Arasındaki Konsantre Üretimi (bin ton)

KONSANTRELER	Brix	2006	2007	2008	2009	2010
ELMA S.K.	70	40,1	48,9	45	37,3	58,2
VİŞNE S.K.	65	11,5	14,5	12,5	11,6	16,8
NAR S.K.	65	6,9	5,6	5,2	5,5	7,5
ÜZÜM S.K.	65	1,8	4,9	3,4	4,3	3,5
PORTAKAL S.K.	65	1,5	1,6	3	2,8	2,7
AYVA S.K.	52		1,4	0,1	0,4	1
HAVUÇ S.K.	65		4,1	4,3	1,8	3,3
SİYAH HAVUÇ S.K.					1,2	3,1
SARI HAVUÇ S.K.					0,6	0,2
ÇİLEK S.K.	65			0,6	0,1	0,4
LİMON S.K.	44				0,6	2,3
DİĞERLERİ	-		0,4	0,2	0,9	0,5
TOPLAM KONSANTRE		63	81,5	74,3	65,5	96,2



Şekil 2. 2010 yılında üretilen meyve suyu konsantrelerinin çeşit dağılımı (%)



Türkiye’de üretilen meyve suyu konsantresi çeşitlerinde ilk sırayı büyük bir farkla elma almakta, bunu sırasıyla vişne, nar, üzüm ve portakal izlemektedir (Şekil 2).



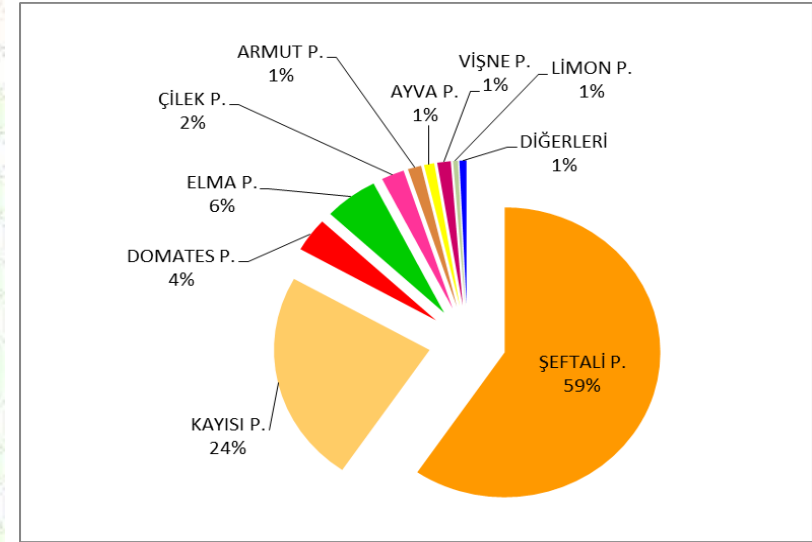
2010 yılında Türkiye meyve suyu sanayisinde üretilen püre miktarı, 2006 yılına göre % 44 artarak yaklaşık 121 bin tona ulaşmıştır. 2006 – 2010 yılları arasında Türkiye meyve suyu sanayisinde üretilen püre miktarları Tablo 6’da verilmektedir.

Türkiye’de üretilen meyve suyu pürelerinin büyük bir bölümünü şeftali ve kayısı oluşturmaktadır; 2010 yılında üretilen şeftali püresinin miktarı, kayısı püresinin neredeyse 2,5 katı civarındadır. Bunları sırasıyla domates, elma ve çilek izlemektedir (Şekil 3).

Tablo 6. Türkiye’de Konsantre Üretimi (bin ton)

PÜRE	Brix	2006	2007	2008	2009	2010
ŞEFTALİ P.	10,9	50,6	85,2	105,7	64,8	72,4
KAYISI P.	13	29,3	34	66,8	33,5	28,8
DOMATES P.	5	4,4	3,5	3,9	4,2	4,6
ELMA P.	12	0,1	1,9	3,9	3,2	6,8
ÇİLEK P.	8		0,4	1,9	4,8	2,9
KUŞBURNU P.	13		0,3	0,5	0,9	0,2
ARMUT P.	9			0,8	0,5	1,7
AYVA P.	16			0,7	0,6	1,3
VİŞNE P.					1,7	1,7
LİMON P.					-	0,6
NAR P.					0,1	0,3
DİĞER	-		0,2	0,4	0,1	0,4
TOPLAM P.		84,4	125,6	184,6	114,4	121,7

Şekil 3. Üretilen meyve suyu pürelerinin çeşit dağılımı (2010, %)





1.2.2. Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Türkiye meyve suyu sektöründe miktar olarak en çok işlenen meyveler elma, şeftali, vişne ve kayısıdır. Aşağıdaki tabloda verilen minimum ve maksimum kapasiteler, ilgili meyvenin peak sezonundaki süreçte fiilen işlenebilecek miktarı temsil etmektedir. Örneğin bu dönem kayısı ve vişne için 40 gün, şeftali için 70 gündür.

Meyve	Minimum (ton/sezon)	Maksimum (ton/sezon)
Kayısı	5,000	15,000
Şeftali	10,000	25,000
Vişne	5,000	15,000
Elma	15,000	50,000

Kayısı, şeftali, vişne ve elma için yukarıda verilen ortalama sezonluk kapasitelerden yola çıkarak yeterli meyve olması durumunda işlenebilecek sezonluk miktar, fiilen işlenen sezonluk miktar ve toplam atıl kapasite miktarı aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Meyve Cinsi	İşleyen Tesis Sayısı	Ortalama Sezonluk Kapasite (ton)	İşlenebilecek Sezonluk Miktar (ton)	İşlenen Sezonluk Miktar (ton)	Toplam Atıl Kapasite (ton)
Kayısı	16	10,000	160,000	60,000	100,000
Şeftali	16	17,500	280,000	120,000	160,000
Vişne	17	10,000	170,000	80,000	90,000
Elma	24	25,000	600,000	350,000	250,000
Toplam			1,210,000	610,000	600,000

Sonuç olarak; Türkiye meyve suyu sektörü hali hazırda kurulu kapasitelerle dahi, güncel durumda işlediği miktar kadar daha meyve işleyebilecek durumdadır.

1.3. Tüketim

1.3.1. Ürün Bazında Tüketim

Amerika ve AB’de olduğu gibi, ülkemizde de meyve suyu ve benzeri ürünler, Türk Gıda Kodeksi gereğince içerdikleri meyve oranına göre 4 ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki tamamen meyveden dönüşen ve meyve oranı %100 olan meyve suyudur. İkinci kategori ise, minimum meyve oranı üretildiği meyveye göre değişen ve yasal olarak belirlenmiş olan meyve nektarıdır. Limon, vişne gibi tatları çok ekşi olan ya da şeftali kayısı gibi çok yoğun kıvamlı olan bazı meyveleri, %100 meyve suyu olarak tüketmek uygun değildir. Bu nedenle bu meyvelerin suları belirli bir miktar suyla seyreltilir ve tat dengesini korumak için şeker ilave edilir. Bu kategori meyve nektarı olarak isimlendirilmekte olup, nektarlara eklenmesine izin verilen şeker miktarı ve minimum meyve oranı yasal olarak Türk Gıda Kodeksince belirlenmiştir. Meyve suyu ve meyve nektarına koruyucu katkı maddesi eklenmesine yasal olarak izin verilmemekte, gelişen teknoloji sonucunda da buna gerek duyulmamaktadır.

Diğer iki kategori meyve oranı % 10 – 24 arasında değişen meyveli içecek ve % 0 – 9 arasında değişen aromalı içeceklerdir.

Türkiye meyve suyu sanayisi 2000’li yılların başından bu yana istikrarlı büyümesini korumaktadır. Ülkemiz meyve suyu sanayisi küresel krizin yaşandığı 2008 yılına kadar yıllık ortalama % 15 – 20 gibi dikkat çekici büyüme oranlarıyla ilerlemiştir. Ekonomik krizin etkisiyle 2008 ve 2009 yıllarında bir yavaşlama yaşansa da meyve suyu sanayisi büyümesini sürdürmüştür. Ekonomik krizin etkilerinin silinmeye başladığı 2010 yılına gelindiğinde ise büyüme hızı tekrar artış eğilimine dönmüştür.

Ülkemizde üretilen meyve suyu ve benzeri ürünlerin miktarı 2010 yılında yaklaşık 900 bin tona ulaşmış durumdadır. Son beş yıllık büyüme oranlarına bakıldığında ilk sırada meyveli ve aromalı içeceklerin yer aldığı gözlemlenmektedir. Bunları % 40 ile meyve nektarı izlemiş, meyve suyunun büyüme oranı ise % 16 civarında gerçekleşmiştir. Önceki yıla göre değişimler incelendiğinde ise, en hızlı büyüyen



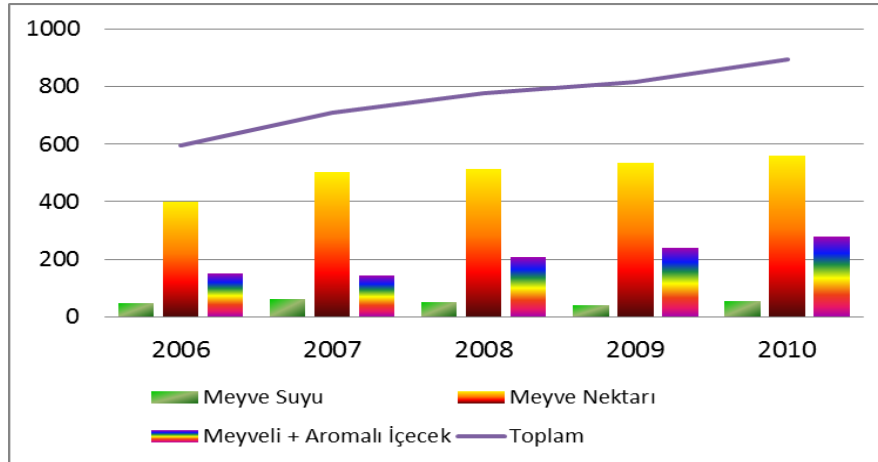
kategorinin %100 meyve suyu olduğu görülmektedir. Türkiye'deki meyve suyu ve benzeri ürünlerin son 5 yıllık üretim rakamları ve yüzdesel büyümeleri Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7. Yurtiçi toplam meyve suyu ve benzeri içecek tüketimleri

	2006	2007	2008	2009	2010	5 yıllık % değişim	Önceki yıla göre % değişim
Meyve Suyu	46,6	62,6	52,8	42,0	54,0	15,9	28,6
Meyve Nektarı	399,5	502,3	513,8	534,4	561,1	40,4	5,0
Meyveli + Aromalı İçecek	150,2	144,7	209,4	240,8	279,3	86,0	16,0
TOPLAM	596,3	709,6	776,0	817,2	894,4	50,0	9,5

Rakamlardan da görülebileceği gibi, meyve suyu pazarı büyümesini korumaktadır. Büyüme trendi Şekil 4'te daha net görülebilmektedir.

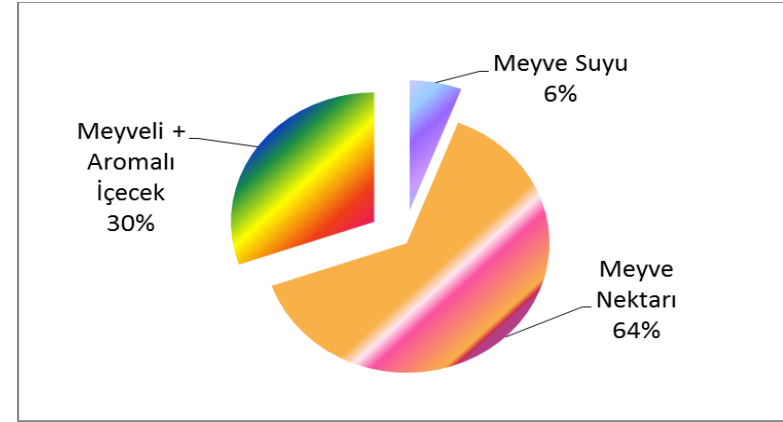
Şekil 4. 2006 - 2010 yılları arasında Türkiye'de tüketilen meyve suyu ve benzeri ürünler grafiği



Türkiye meyve suyu pazarında en büyük payı alan her zaman nektar kategorisi olup, 2010 yılındaki payı %64 civarındadır. En hızlı büyüyen kategori olmasına rağmen, henüz %100 meyve suyu tüketimi olması gereken seviyelerin oldukça altındadır. %100 meyve suyunun toplam pazardan alabildiği pay 2010 yılı itibariyle %6 dolayındadır (Şekil 5).



Şekil 5. Meyve suyu ve benzeri ürünler tüketiminin dağılımı (2010, %)



1.3.1. Kişi Başına Tüketim

Türkiye’de kişi başına düşen meyve suyu tüketimi her geçen yıl artıyor olsa da henüz Amerika ve AB ortalamalarıyla kıyaslandığında oldukça düşük seviyelerde seyretmektedir. 2010 yılında kişi başına düşen ortalama meyve suyu ve benzeri ürünlerin tüketim miktarı 12 litre civarına ulaşmıştır. Bunun yaklaşık 9 litresini % 100 meyve suyu ve nektarı oluşturmaktadır. Avrupa’da kişi başına düşen yıllık ortalama meyve suyu ve nektarı tüketimi 23 litre civarında olup, neredeyse ülkemizdeki tüketimin 3 katıdır. Ayrıca Avrupa’daki gelişmiş pazarlarda tüketim oranları, bu ortalamanın da oldukça üzerindedir. Örneğin Kanada’da tüketim 52 litre, Amerika’da 43 litre, Almanya’da 39 litre civarındadır. Ancak Avrupa’daki doymuş pazarın tersine, Türkiye meyve suyu pazarı hızla büyümektedir ve sağlıklı beslenme trendinin de etkisiyle, tüketim bilincindeki gelişmelere paralel olarak ülkemizdeki tüketimin de artmaya devam etmesi beklenmektedir. Son beş yıllık dönemde gerçekleşen, kategorilere göre ortalama yıllık kişi başına tüketim rakamları Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8. Kişi başına yıllık ortalama meyve suyu ve benzeri içecek tüketimleri (litre)

	2006	2007	2008	2009	2010	5 yıllık % değişim	Önceki yıla göre % değişim
Meyve Suyu	0,6	0,9	0,7	0,6	0,7	22,1	26,6
Meyve Nektarı	5,4	7,1	7,2	7,4	7,6	41,0	3,4
Meyveli + Aromalı İçecek	2,0	2,0	2,9	3,3	3,8	89,5	14,2
TOPLAM	8,0	10,1	10,9	11,3	12,1	51,7	7,8

1.4. Türkiye Meyve Suyu Pazarı Verileri

1.4.1. Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm)

Meyve suyu sanayisi hacimsel büyüklükleri Bölüm 1.3'te verilmektedir.

Ülkemiz meyve suyu sanayinin cirosu son beş yıllık dönemde % 42 artarak 1,7 Milyar TL'ye ulaşmıştır. Cirosal olarak son beş yıllık rakamlar Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Türkiye Meyve Suyu Sanayisinin yıllar itibariyle cirosal büyüklüğü

	2006	2007	2008	2009	2010
Ciro (Milyon TL)	1,20	1,35	1,40	1,55	1,70





1.5 Dış Ticaret

1.5.1 İhracat - İthalat

1.5.1.1 İhracat

Meyve suları daha çok, paketlenme ve nakliye aşamasındaki avantajları nedeniyle konsantre olarak ihraç edilmektedir. Türkiye'nin meyve suyu ihracatı 1970 yılında 6 ton gibi sembolik bir miktarla başlamış, gelişen meyve suyu pazarıyla beraber 2000'li yılların başından 2008 yılına kadar olan dönemde değer olarak istikrarlı büyümesini sürdürerek 160 Milyon Dolar'a ulaşmıştır. 2008 yılında Dünya'da yaşanan ekonomik krizin başta Avrupa pazarlarındaki talebi azaltması ve ülke içindeki üreticilerin de krizden etkilenmesi sonucunda, 2008 ve 2009 yıllarındaki ihracatımızda değersel olarak %20'lik bir daralma meydana gelmiştir. Bu durgun dönemi yatırımlar ile değerlendiren meyve suyu sanayisi, global krizin olumsuz etkilerinin de silinmeye başlamasıyla 2010 yılında yaklaşık %75 oranında bir sıçrayış yaparak, bu zamana kadarki en yüksek değer olan 183 Milyon Dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Dünya meyve suyu ticaretindeki en büyük payı her zaman portakal ve elma suyu almaktadır. Ülkemizin meyve suyu ve konsantresi ihracatında da en önemli kalem elma suyudur. Elma suyu ihracatı miktar olarak toplam ihracatımızın % 56'sını, değer olarak ise % 48'ini oluşturmaktadır. Meyve suyu ihracatında elma suyunu, içinde vişne, kayısı, şeftali gibi kalemlerin de bulunduğu "diğer meyve ve sebze suları" takip etmektedir. Bu iki kalemin toplam ihracata etkisi miktar olarak % 82, değer olarak ise % 91'dir. Türkiye'nin meyve suyu çeşitleri bakımından son beş yıllık ihracat rakamları Tablo 10'da verilmektedir.

Tablo 10. Türkiye'nin Çeşitler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İhracatı (Miktar: Ton; Değer: 1000 \$)

ÜRÜN	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
PORTAKAL SUYU (DONDURULMUS)	553	272	57	37	70	38	81	50	416	376
PORTAKAL SUYU (DONDURULMAMIS; BRIKS DEGERI 20'DEN AZ)	1.126	679	2.361	1.673	3.137	2.519	1.753	1.188	2.445	1.649



PORTAKAL SUYU (DİGER HALLERDE)	2.925	1.676	1.839	1.454	2.556	2.115	1.707	1.258	1.688	1.117
GREYFURT SUYU (BRİKS DEĞERİ 20'DEN AZ)	0	0	0	0	0	0	0	0	6	14
DİGER GREYFURT SULARI	785	1.507	19	54	8	8	35	48	14	19
DİGER TURUNÇGİL SUYU (BRİKS DEĞERİ 20'DEN AZ)	1.277	1.004	673	518	2.792	2.586	3.391	2.048	3.924	2.273
DİGER TURUNÇGİL SUYU (BRİKS DEĞERİ 20'DEN FAZLA)	688	627	1.474	1.248	666	647	627	861	1.125	1.586
ANANAS SUYU (BRİKS DEĞERİ 20'DEN AZ)	268	149	630	386	945	624	1.043	695	1.244	830
ANANAS SUYU (DİGERLERİ)	22	20	59	50	68	74	29	41	6	8
DOMATES SUYU	949	654	1.116	995	1.120	965	958	659	1.107	589
ÜZÜM SUYU (BRİKS DEĞERİ 30'DAN AZ)	438	303	485	396	625	484	620	469	815	604
ÜZÜM SUYU (DİGERLERİ)	482	332	508	419	1.158	1.129	867	1.001	757	612
ELMA SUYU (BRİKS DEĞERİ 20'DEN AZ)	3.816	1.762	2.699	1.689	3.305	2.218	2.958	1.829	3.834	2.355
ELMA SUYU (DİGERLERİ)	39.502	42.318	39.919	81.931	20.260	42.483	34.636	36.367	58.889	80.617
DİGER MEYVE VE SEBZELERİN SUYU	21.433	49.275	23.677	61.291	23.657	70.258	21.613	54.008	28.593	75.576
KARISIK HALDEKİ MEYVE VE SEBZE SULARI	3.526	3.030	5.546	8.130	5.698	5.106	5.382	4.947	6.246	5.976
TOPLAM	77.790	103.607	81.064	160.270	66.065	131.253	75.700	105.469	111.110	174.201

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi



Türkiye meyve suyu sanayisinin ihracat bakımından çok büyük bir potansiyeli bulunmaktadır. Şimdiden meyve suyu ihraç edilen ülke sayısı 151'e ulaşmıştır. Bu da Türkiye'nin ürünlerinin küresel meyve suyu pazarında büyük ölçüde kabul gördüğünün ve fiyat rekabeti şansımızın artması durumunda, ihracatımızın da geometrik olarak büyüme olanağına sahip olduğunun göstergesidir.

Ülkemiz meyve suyu sanayinin ihracatı en çok Mersin Serbest Bölge üzerinden yapılmaktadır. Türkiye'nin meyve suyu ihracatında en önemli pazar Avrupa ülkeleri olup, 2010 yılında meyve suyu ihracatı yapılan ilk üç ülke sırasıyla Almanya, Polonya ve Hollanda'dır. Bunların arasında, önceki dönemlerde ilk beş sıralamasına dahi girmemiş olan Polonya'ya yapılan ihracatın, 2010 yılında değersel olarak 12 kat, miktarsal olarak ise 5 kat artmış olması dikkat çekicidir. Bunun altında yatan en büyük neden ise, normal şartlarda Dünya'nın en büyük vişne üreticilerinden biri olan Polonya'nın vişne rekoltesinin 2010 yılında çok düşük olmasıdır. İhracat yapılan ilk üç ülkeyi sırasıyla Avusturya, A.B.D., İtalya, İngiltere ve İsrail takip etmektedir. Türkiye'nin ülkelere göre son beş yıllık ihracat rakamları Tablo' 11'de verilmektedir.

Tablo 11. Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İhracatı (Miktar: Ton; Değer: 1000 \$)

ÜLKE ADI	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
MERSİN SERBEST BÖL.	4.037	6.999	7.887	16.271	8.079	21.040	10.634	24.796	14.628	28.988
ALMANYA	19.241	22.558	16.642	42.558	9.929	25.719	10.568	16.468	15.309	28.952
HOLLANDA	14.988	18.707	19.241	38.462	8.220	16.487	11.452	12.877	11.692	19.627
A.B.D.	6.457	12.101	6.607	12.451	4.176	8.905	4.852	8.015	4.879	9.792
İNGİLTERE	7.718	12.618	3.562	6.281	5.593	9.052	5.543	7.272	6.947	6.359
İTALYA	3.248	5.000	2.996	8.571	1.578	4.104	1.672	4.424	2.124	6.760
JAPONYA	1.016	3.047	1.405	5.430	1.828	6.228	883	2.196	664	1.277
IRAK	1.595	1.049	2.472	1.941	3.949	3.376	3.869	2.172	5.297	2.812
AVUSTURYA	250	368	1.495	3.071	937	1.591	2.346	2.155	4.932	10.380
FRANSA	374	409	611	1.098	1.643	4.189	1.335	2.090	2.213	3.517
AZERBAIJAN-NAHÇ.	3.064	1.852	2.441	1.723	2.170	2.846	1.373	2.065	734	1.087
KUZEY KIBRIS T.C.	2.643	2.628	2.712	2.687	2.581	2.475	2.270	1.777	2.356	1.865



POLONYA	862	980	351	680	516	642	2.508	1.734	12.815	21.191
İSPANYA	1.429	1.653	1.035	2.229	793	1.572	1.008	1.458	653	1.715
GÜNEY KORE CUM.	393	1.153	402	1.630	879	4.050	630	1.392	1.108	1.298
BELÇİKA	1.754	1.617	783	1.273	408	944	1.649	1.307	1.274	1.789
RUSYA FEDERASYONU	203	832	56	197	209	818	614	1.255	850	3.072
İSRAİL	814	1.420	1.080	2.830	1.437	3.282	739	1.153	4.501	6.105
DANİMARKA	897	868	930	1.619	629	1.350	444	969	631	1.077
LİBYA	581	505	360	259	397	267	1.261	817	1.820	959
DİĞER	6.226	7.241	7.996	9.008	10.113	12.316	10.046	9.079	15.680	15.578
TOPLAM	77.790	103.607	81.064	160.271	66.065	131.253	75.695	105.469	111.110	174.201

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

1.5.1.2 İthalat

Türkiye meyve suyu ithalatı, ihracattan hem miktar hem de değer olarak çok düşük de olsa, 2000'li yılların başından 2008 yılına kadar artmıştır. Global krizin yaşandığı 2008 yılında ithalatımız miktar olarak azalsa da değer olarak az da olsa artmıştır. 2009 yılındaki ithalatımızda ise hem değer hem de miktar olarak bir düşüş gerçekleşmiştir. 2010 yılına gelindiğinde, ithal edilen meyve suyu miktarı 2006 yılına göre yaklaşık % 40, önceki yıla göre ise yaklaşık % 50 artarak 20 bin tona ulaşmıştır. Aynı dönemdeki değersel artış önceki yıla göre +% 40 civarında olup, 23,7 milyon dolar ile 2006 seviyesini yakalamıştır.

Ülkemizde üretilen portakalların sofralık çeşitlerden oluşması ve meyve suyuna işleme uygun olmaması nedeniyle, portakal suyu en büyük ithal kalekimiz konumundadır. 2010 yılında ithal edilen portakal suyu değer olarak toplam meyve suyu ithalatının yaklaşık % 41'i, miktar olarak ise % 24'ünü oluşturmaktadır. Değer açısından bakıldığında portakal sularını sırasıyla diğer turunçgil suları, elma suları ve ananas suları takip etmektedir. İthal edilen miktar bakımından değerlendirildiğinde ise elma suları ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin son beş yıllık dönemde gerçekleştirmiş olduğu meyve suyu ithalatı kalemleri Tablo 12'de verilmektedir.



Tablo 12. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi Çeşitleri İthalatı (Miktar: Ton; Değer: 1000 \$)

ÜRÜN	2006		2007		2008		2009		2010	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
PORTAKAL SUYU (DONDURULMUS)	4.970	8.644	5.951	15.188	5.833	15.316	3.648	6.135	4.323	8.583
PORTAKAL SUYU (DONDURULMAMIS; BRIXS DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	31	42	143	272	22	24	0	1
PORTAKAL SUYU (DİGER HALLERDE)	1.826	3.064	2.114	4.172	1.631	3.126	338	628	599	1.067
GREYFURT SUYU (BRIXS DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	18	20	1	2	1	1	0	0
DİGER GREYFURT SULARI	158	371	220	374	110	170	128	161	163	190
DİGER TURUNÇGIL SUYU (BRIX DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DİGER TURUNÇGIL SUYU (BRIX DEGERI 20'DEN FAZLA)	888	1.029	1.492	1.953	2.142	4.175	1.875	4.440	1.878	4.253
ANANAS SUYU (BRIX DEGERI 20'DEN AZ)	116	172	136	257	13	15	1	1	0	0
ANANAS SUYU (DİGERLERİ)	202	352	616	1.075	464	748	356	760	529	1.114
DOMATES SUYU	40	106	4	12	3	4	1	1	9	7
ÜZÜM SUYU (BRIX DEGERI 30'DAN AZ)	5	86	7	118	5	88	5	86	6	86
ÜZÜM SUYU (DİGERLERİ)	684	1.277	291	488	1.141	334	75	90	283	113



ELMA SUYU (BRIX DEĞERİ 20'DEN AZ)	0	0	7	10	3	7	16	39	34	37
ELMA SUYU (DİĞERLERİ)	1.204	1.369	4.081	2.368	1.511	2.665	6.010	1.704	10.427	4.199
DİĞER MEYVE VE SEBZELERİN SUYU	3.852	5.054	2.850	5.166	3.033	6.767	677	1.964	1.744	3.289
KARISIK HALDEKİ MEYVE VE SEBZE SULARI	588	2.023	804	3.278	542	1.960	332	1.004	248	814
TOPLAM	14.533	23.547	18.621	34.522	16.576	35.650	13.484	17.037	20.241	23.752

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

Türkiye 2010 yılında toplam 46 ülkeden meyve suyu ithal etmiştir. İthalat değeri bakımından ilk beşi oluşturan ülkeler sırasıyla İsrail, Çin, Brezilya, KKTC ve Hollanda'dır. Bunların arasında, 2008 yılında hem miktar hem değer, 2009 yılında ise miktar olarak kayda değer şekilde azalan Çin'den yapılan ithalatın; 2010 yılındaki ciddi artışı da dikkat çekmektedir. Değersel sıralamada ilk beşin ardından gelen İran ise ithalat miktarı bakımından ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin ülkelere göre son beş yıllık ithalat rakamları Tablo' 13'te verilmektedir.

Tablo 13. Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İthalatı (Miktar: Ton; Değer: 1000 \$)

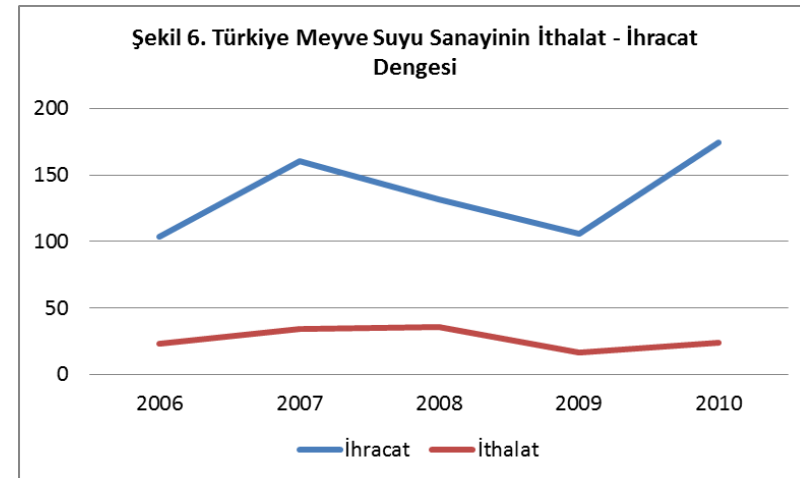
ÜLKELER	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
BREZİLYA	4.496	7.604	4.869	12.223	5.455	14.309	2.806	4.333	1.825	2.989
İSRAİL	221	321	1.179	1.896	2.216	3.935	1.617	3.280	2.721	5.174
HOLLANDA	1.263	2.804	1.489	4.107	1.287	3.667	804	1.784	1.113	2.563
KUZEY KIBRIS T.C.	1.269	2.179	1.161	2.615	181	366	681	1.426	1.315	2.937
ÇİN HALK CUMHUR.	1.187	1.336	1.317	1.456	919	1.466	1.498	1.156	3.896	3.368
ALMANYA	171	620	260	1.197	423	1.927	133	942	168	634
ENDONEZYA	105	137	195	245	276	402	299	575	271	539
İRAN	822	2.426	3.828	1.643	2.237	1.303	4.527	538	6.837	841
ARJANTİN	524	560	1.332	1.667	880	1.365	111	538	364	946

YUNANİSTAN	376	571	1.088	2.156	1.712	3.966	429	442	936	909
İRLANDA	177	964	154	1.248	87	259	79	386	101	372
FRANSA	1	14	3	53	10	94	54	367	84	372
GÜNEY KORE CUM.	0	0	0	0	0	0	42	289	0	0
A.B.D.	24	71	56	267	65	458	33	202	32	421
GÜNEY AFRİKA CUM.	31	27	36	31	17	14	53	132	0	0
MERSİN SERBEST BÖL.	0	0	184	461	260	650	25	110	0	0
DANİMARKA	35	187	17	148	6	61	10	93	13	114
UKRAYNA	5	86	7	118	5	88	5	86	5	85
İNGİLTERE	6	71	26	136	6	110	9	80	26	110
İSPANYA	487	998	74	196	85	234	39	72	30	55
DIĞER	3.334	2.571	1.345	2.657	449	976	232	204	506	1.322
TOPLAM	14.533	23.547	18.621	34.522	16.576	35.650	13.484	17.037	20.241	23.752

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

1.5.2 Dış Ticaret Dengesi

Yukarıda bahsedildiği gibi ülkemiz meyve suyu sanayisinin önünde çok büyük ihracat potansiyeli yatmaktadır. Türkiye'deki meyve suyu üreticileri, uluslararası ticarete rekabet edebilmelerinin önünde yer alan yapısal ve girdi maliyetleri gibi birçok engelle mücadele etmektedir. Ancak buna rağmen, 2008 & 2009 ekonomik kriz dönemi dışında, 2000'li yılların başından bu yana ihracatını arttırmıştır. Meyve suyu sanayi her zaman dış ticaret fazlası vermektedir ve ilerideki dönemde de dış ticaret dengesinin ihracat lehine gelişmesi beklenmektedir. Son beş yıllık dönemde Türkiye meyve suyu sanayinin dış ticaret fazlası % 88 oranında artarak 150,5 Milyon Dolar'a ulaşmıştır (Tablo 14 & Şekil 6).



Tablo 14. Türkiye Meyve Suyu Sanayisinin dış ticaret dengesi

Değer (Milyon \$)	2006	2007	2008	2009	2010
İhracat	103,6	160,3	131,3	105,5	174,2
İthalat	23,5	34,5	35,6	17	23,7
Dış Ticaret Dengesi	80,1	125,8	95,7	88,5	150,5



2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

Meyve Suyu Sanayisinin SWOT analizinin en doğru şekilde yorumlanabilmesi için, meyve işleme sanayisini doğrudan etkileyen Türkiye Tarım Sanayisi ile tüketici ürünlerini baz alan meyve suyu pazarını ayrı ayrı analiz etmek faydalı olacaktır.

2.1. Türkiye Meyve İşleme Sanayinin SWOT Analizi

2.1.1. Güçlü Yönler

- Tarımsal üretim için uygun ekolojik koşullar ve iklim
- Yetiştirilen birçok meyvenin ana vatanı konumunda olunması
- Tarım sektöründeki yatırımlar için sağlanan devlet destekleri
- Türkiye'nin tarımsal üretimde komşularına göre daha gelişmiş olmasının önemli ihracat fırsatları sunması
- Türkiye'nin nüfus büyüklüğü ve tarımsal gücü nedeniyle içinde bulunduğu bölgede artan önemi
- Son zamanlarda Türk tarımına Orta Doğu ve diğer yatırımcılar tarafından artan oranda ilgi gösterilmesi
- İlerleyen otomasyona bağlı olarak üretim verimliliğinde görülen artış
- Ekilebilir tarım alanları



2.1.2. Zayıf Yönler

- Mevcut "meyve bahçeciliğinin" dağınık ve küçük parsellerden oluşan yapısı nedeni ile meyve suyu endüstrisinin hammaddesi olan meyve temininde yaşanan sorunlar
- Üretimdeki verimliliği arttıracak olan makineli tarımın küçük çaplı çiftlikler için yüksek maliyet yaratması
- Sanayiye uygun meyve çeşitlerinin belirlenmemiş ve sanayiye yönelik meyve üretiminin yapılmıyor olması
- Meyve temini organizasyonunun "tüccar" diye adlandırılan araçlar tarafından yapılıyor olmasının, üretici ve çiftçinin kar oranlarını rekabet yeteneklerini düşürmesi ve verimliliği azaltması
- Tarımsal üretimin "geçimlik" yapısından sıyrılıp "ticari" yapıya dönüşmemesi

2.1.3. Tehditler

- Kuraklık, sel, don vb. gibi önceden tahmin edilemeyen hava koşullarının meyve üretiminde dalgalanmalara neden olması
- Tarımsal sübvansiyonların kısılması için devlete yapılan baskı

2.1.4. Fırsatlar

- Türkiye'nin stratejik coğrafi konumunun ticaret için önemli fırsatlar sunması
- İşçilik ücretlerinin rekabetçi oluşu
- Organik tarımda, sağlık konusunda artan bilince bağlı olarak görülen gelişmeler
- Avrupa ülkelerinde tarıma ayrılan sübvansiyonlardaki düşüş nedeniyle ortaya çıkan tedarikçi arayışı
- GAP, Deveci Havzası gibi tarımsal projeler

2.2. Türkiye Meyve Suyu Pazarının SWOT Analizi

2.2.1. Güçlü Yönler

- Genç ve büyüyen nüfusun hem üretim hem de tüketim artışına olumlu etkisi
- Mevcut meyve çeşitliliğinin ortaya çıkardığı ihracat fırsatlarına sahip olunması



- Gelişen bir ülke olarak, tüketici harcamalarını da pozitif yönde etkileyecek olan kişi başı GSYİH’da gelecek yıllarda beklenen artış
- Sağlıklı beslenme trendinin meyve suyu tüketimine olan olumlu etkisi

2.1.2. Zayıf Yönler

- Küresel ekonomik krizden etkilenen değişken ekonomik ortamın, tüketici harcamaları üzerindeki olası olumsuz etkisi
- Meyve suyu ve benzeri ürün kategorilerinin ne olduğunun ve aralarındaki farkların bilinmemesi
- Meyve suyuna karşı oluşmuş olan yanlış ön yargılar

2.1.3. Tehditler

- Tarımdaki istikrarsız mevzuat ortamının meyve suyu sanayisi üzerindeki olumsuz etkisi
- Yüksek enerji ve diğer girdi giderlerinin meyve suyu üreticilerinin performansını olumsuz etkilemesi
- Dünyada düşük fiyatla üretilebilen meyve suyu ve konsantrelerinin, yerel üreticilerin rekabet gücünü azaltması

2.1.4. Fırsatlar

- İlgi düzeyi yüksek genç nüfusun yeni marka ve ürünlere açık olması
- Turizm sektöründeki büyümenin içecek sektöründeki tüketimi de arttırması
- Meyve suyu pazarının henüz olgunluğa ulaşmaması nedeniyle büyümenin önünde önemli bir fırsat olması
- Çalışan kadın sayısındaki artışın, tüketime hazır içeceklere olan talebi arttırması
- Tüketici bilincindeki artışın, meyve suyu gibi sağlıklı ürünlere olan ilgiyi arttırması



3. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Türkiye meyve suyu sanayi, Avrupa ile kıyaslandığında, teknoloji bakımından yapılanmasını hızla geliştirerek eşit düzeye gelmiş olsa da, görece olarak genç bir sektördür. Ülkemizde meyve suyu kavramı da Avrupa'da olduğu kadar iyi bilinmemekte, dolayısıyla gelişen bu sektörün ürün çeşitliliği, bazı gelişmiş pazarlara göre daha azdır. Ancak meyve suyu üreticileri artan tüketici taleplerini karşılamak amacıyla ürün çeşitlendirmesini her geçen gün arttırmaktadır.

Türkiye'de en çok tüketilen tatlar şeftali, vişne ve kayısıdır. Bu meyvelerin sularının şeftali ve kayısıda olduğu gibi yoğun kıvamlı, vişnede olduğu gibi ekşi olması nedeniyle tek başlarına tüketilemez. Bu nedenle de, şeftali, kayısı ve vişne genel olarak meyve nektarına işlenmektedir. Ancak henüz tüketim düzeyi çok düşük de olsa, %100 meyve suyuna artan ilgi nedeniyle, üreticilerimiz bu meyvelerden üretilen ürünlerin tat dengesini su ve şeker yerine, elma ve üzüm suyuyla sağlayarak, %100 meyve suyu olarak tüketicilere sunmaktadırlar. Tüketiciler tarafından ilgiyle karşılanan bu ikili karışımlara ek olarak, her türlü damak tadına hitap edebilecek yaratıcı karışımlar da her geçen gün artmaktadır.

Ülkemizde henüz vitamin katkılı ve fonksiyonel meyve suyu ve benzeri ürünlerin payı çok düşüktür ve tüketiciler tarafından yeterince talep görmemektedir. Öte yandan, artan sağlıklı beslenme eğilimiyle vitamin katkılı ve fonksiyonel ürünler raflarda yerini almaya başlamış olup, ilerisi için gelişecek bir alandır.

Avrupa'da tüketilen meyve suları hem konsantreden üretilen, hem de konsantreden üretilmeyen ve "NFC" (not from concentrate) adı verilen ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye'de üretilen meyve sularının çok büyük bir çoğunluğu "konsantreden" elde edilmektedir ve NFC kavramı henüz ülkemizdeki tüketiciler bakımından çok yenidir. Avrupa'da, özellikle gelişmiş pazarlarda, NFC'ye olan ilgi giderek artmaktadır ve bu eğilimin gelecekte Türkiye'de de yaşanması beklenebilir.

4. SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Türkiye meyve suyu sanayinin ihracat bakımından çok büyük bir potansiyeli bulunmaktadır. Ülkemizde kullanılan meyve suyu üretimi teknolojisi Avrupa'da kullanılan en gelişmiş teknolojilerle eş düzeyde olup, tesislerimiz Avrupa'dakilerden daha yenidir.



Şimdiden meyve suyu ihraç edilen ülke sayısı 151'e ulaşmıştır. Bu da Türkiye'nin ürünlerinin küresel meyve suyu pazarında büyük ölçüde kabul gördüğünün ve fiyat rekabeti şansımızın artması durumunda, ihracatımızın da geometrik olarak büyüme olanağına sahip olduğunun göstergesidir.

Kullanılan teknoloji, know-how, ürün kalitesi ve çeşitliliği bakımından en gelişmiş ülkelerden bir eksikimiz bulunmamaktadır. Bunlara ek olarak, ülkemizde üretilen meyvelerin miktarı, çeşitliliği ve stratejik konumumuz açısından da birçok avantaja sahip olmamıza rağmen, dış piyasalardaki rekabet gücümüz olması gerekenin altındadır. Üreticilerimizin rekabet gücünü arttıracak yapısal sorunların çözülmesi ve devlet desteklerinin artırılması, sektörün ihracatının katlanarak artmasına olanak sağlayacaktır.

5. DİĞER SEKTÖRLER ve YAN SANAYİ İLİŞKİLER

Meyve suyu sektörü, işlediği hammadde nedeniyle doğrudan tarıma dayalı olması özelliğiyle diğer içecek sektörlerinden farklılık gösterir. Ülkemiz meyve üretiminin sorunları meyve suyu sektöründeki oyuncuların uluslararası pazardaki rekabet şansını azaltmakta; yine meyvecilik üretimindeki olumlu gelişmeler meyve suyu sanayisinin büyümesine olanak sağlamaktadır.

Bu nedenle, sektörün tek temsilcisi olan MEYED (Meyve Suyu Endüstrisi Derneği) ülkemiz meyveciliğinin geliştirilebilmesi için stratejiler oluşturmakta ve bunları bürokrasinin ilgili birimleriyle paylaşmaktadır. Stratejilerin en doğru şekilde belirlenebilmesi için tüm meyve üretimi ve meyve işleme sanayisinin sorunlarının analiz edilmesi ve potansiyellerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle diğer meyve işleyiciler ve paketleyiciler de meyve suyu sanayinin partnerleri arasındadır. Bu bilinç ile MEYED gerek üreticiler ve üretici birlikleriyle gerekse diğer meyve işleme sanayi temsilcileriyle iletişim içinde olunmasına çaba göstermekte ve buna olanak sağlayabilecek organizasyon gerçekleştirmektedir.

Ayrıca, meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki yeri ve tarıma dayalı olması özellikleriyle, bir diğer tarıma dayalı içecek sanayi kolu olan süt sektörü de dolaylı olarak partner konumundadır. Süt tüketiminde olduğu gibi, meyve suyu tüketimi de halkın beslenme bilincindeki yükselmeye paralel olarak artmaktadır ve artmaya devam edecektir.



6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

6.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

MEYED, 'meyve suyu' kavramını kamuoyuna doğru tanıtmayı, sektör içi işbirliğini geliştirmeyi, firmalar arasındaki bilgi değişimini hızlandırmayı, ilgili araştırmaları desteklemeyi ve kamuoyu ile ilgili kuruluşları meyve suyu ve faydaları konusunda bilgilendirmeyi görev edinmiştir. Bunun yanında MEYED'in misyon edindiği konular aşağıdaki gibidir:

- Sektördeki firmalar arasında iletişimin ve bilgi değişimini sağlanması ve hızlandırılması
- Kamu kuruluşları ve kamuoyu nezdinde sektörün temsil edilmesi ve görüşlerinin savunulması
- Sektörün gelişimi ve tüketici güvenliği bakımından yasal düzenlemelerin sürekli olarak izlenmesi ve gelişmelerle ilgili sektörün bilgilendirilmesi
- Teknolojik ve analitik yeniliklerin izlenmesi ve sektörle paylaşılması
- Sektörde dürüst rekabetin kollanması
- Türk meyve suyu sektöründe üretilen meyve suyu ve benzeri ürünlerin kalitesinin korunması
- Meyve suyu bileşimi, teknolojisi, kalitesi ve besin değerine ilişkin araştırmaların desteklenmesi ve bu araştırmalara ilişkin kamuoyunun bilgilendirilmesi
- Meyve üretimi ile meyve suyu üretimi, tüketimi ve ihracatının artırılması adına, ortak bilinç ile çalışmalar yürütülmesi
- İlgili uluslararası kuruluşlara sektör adına üye olunması ve ulusal gıda dernekleri ile ortak çalışmalar yürütülmesi

6.2 Pazar Denetimi

MEYED'in amaçları arasında tüketicilerin bilinçlendirilmesi, meyve suyu ve benzeri ürünlerin kalitelerinin korunması ve haksız rekabetin önlenmesi yer almaktadır. Bu kapsamda 2000 yılından bu yana yürütülen Pazar Kontrolü Projesi ile piyasadaki ürünlerin Türk Gıda Kodeksi'ne uygunluğu kontrol edilmektedir.



Meyve suları ve nektarları nitelikleri nedeniyle hile ve taklide çok yatkın içeceklerdir. Bu nedenle de meyve suyu ve nektarları, AB’de olduğu gibi Türkiye’de de Türk Gıda Kodeksi’ne uygunluğunun titizlikle kontrol edilmesi gereken ürün grupları arasında yer almaktadır. Ancak, bu sorunu etkin bir denetim mekanizması ile gidermek mümkündür. Tüketicuyu korumayı ve kaliteli, Kodekse uygun üretimin sağlanmasını hedef edinen MEYED de Pazar Kontrolü Projesi ile bir denetim sistemi kurmuştur. Tarım Bakanlığı’nın denetimlerine ek olarak MEYED’in de devreye girmesi kalitenin korunması üzerinde oldukça etkili olmuştur. Bugün gelinen noktada Türkiye Meyve Suyu Pazarınının, Kodekse uygunluk bakımından AB’dekinden daha ileride olduğu görülmektedir.

Ürünlerdeki aykırılıkların saptanması için öncelikle meyve suyunun doğal kimyasal bileşimlerinin ayrıntılı olarak bilinmesi ve buradan yola çıkılarak tanı kriterlerinin belirlenmesi gereklidir. Meyve suyunda doğallığın ve saflığın değerlendirilmesinde yol gösterici olan tanı değerleri 1993 yılında Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN) tarafından yayınlanmış ve uluslararası kontrol kriteri olarak kabul edilmiştir. MEYED tarafından yürütülen pazar kontrollerinde de bu kriterler esas alınmaktadır. Bununla beraber karşılaştırılan kriterlerdeki, meyvelerin varyetesi ve olgunluk düzeyi, üretim bölgesi, iklim ve toprak şartları gibi koşulların ülkemiz şartlarına uygunluğunun belirlenmesi için de 2009 yılında MEYED tarafından Tanı Değerleri Projesi başlatılmıştır. Bu projenin sonuçlarını vermesi ile kalite koruma sistemi daha da geliştirilecektir.

Pazar Kontrolü Projesi’nde Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN) tanı değerleri dikkate alınarak pazardan tedarik edilen ürünlerin içerdikleri meyve oranlarının belirlenmesine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmektedir. Ürünlerin meyve oranlarının belirlenmesine yönelik belirleyici analitik değerleri (sodyum, kalsiyum, potasyum fosfor, magnezyum, formol sayısı, titrasyon asitliği, sitrik asit, izositrik asit, laktik sorbitol) akredite laboratuvarlarda analiz edilmekte ve Kodekse uygun olması için gereken kriterler ile karşılaştırılmaktadır. Meyve oranının belirlenmesinde uluslararası geçerliliğe sahip olan ve AIJN’de de belirtilen analitik yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler ile piyasadan alınan çeşitli meyve suyu ve nektarları kontrol edilmektedir. Türkiye Meyve Suyu Endüstrisi tarafından üretilen ürünlerin tüketiminde %70 gibi büyük bir payı meyve nektarları almaktadır. Bu nedenle de kontrollerde öncelik iç piyasada tüketim hacmi yüksek olan meyve nektarlarına (şeftali, kayısı ve vişne nektarları) verilmektedir.

2009 yılında devam eden bu proje kapsamında biri yurt içi, diğeri yurt dışında olmak üzere uzman iki kuruluş ile iş birliği yapılmıştır. Meyve oranı analizleri için yurt içinde **TÜBİTAK MAM Araştırma Laboratuvarları** ile çalışılmıştır. Buna ek olarak **Avrupa Kalite Kontrol Kuruluşu** SGF (Sure-Global-Fair) ile yapılan iş birliği kapsamında, Almanya’ya gönderilen ürünler Dünya çapında ünlü, meyve suları konusunda uzman akredite laboratuvarlarda analiz edilmiştir. 2010 yılından itibaren ise pazar kontrolü projesi TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi Gıda Enstitüsü ile beraber yürütülmeye devam etmektedir.



6.3 Meyveciliğin geliştirilmesi

Mevcut "meyve bahçeciliğinin" dağınık ve küçük parsellerden oluşan yapısı nedeni ile meyve suyu endüstrisinin hammaddesi olan meyve temininde aşağıdaki temel sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır:

- Yeterli miktar ve kalitede meyve tedarik edilememesi
- Sanayiye uygun cins ve türlerin bulunamaması
- Dağınık ve küçük ölçekli bahçeler dolayısıyla "Uygun İşletme Ölçeği" ve "Uygun Ürün Deseni"nin oluşmaması

Bu sorunlar da verimsiz üretim dolayısıyla çiftçiyi de sanayiciyi de mutlu etmeyen fiyatların oluşmasına ve modern tarım teknik ve bilgilerinin uygulanamamasına neden olmaktadır. Bu durum ülke ekonomisi ve tarımın gelişmesi açısından büyük önemi olan meyve suyu endüstrisinin gelişmesine engel olmakta ve uluslararası ticaretteki rekabet gücünü ciddi ölçüde düşürmektedir.

Son yıllarda Tarım Bakanlığının meyveciliğin gelişmesi için uygulamaya koyduğu "Teşvik Sistemi", "Arazi Toplulaştırma çalışmaları" ve "Tarım Havzaları Projesi" gibi reformlar ülke tarımı ve tarıma bağlı sanayi sektörleri için çok önemli ufuklar açmıştır. Meyvecilik için verilen destekler maddi açıdan yeterli düzeydedir. Ancak verilen desteklere ilişkin faydalanma koşullarının sistematik bir şekilde tanımlanmaması, her başvuranın ilgili desteklerden faydalanmasına ve dolayısıyla verimsiz ve dağınık bir ürün deseni oluşmasına neden olmaktadır.

Teşviklerin kalite, verimlilik, çeşit ve maliyet açısından sanayinin gerek iç pazardaki büyümesine gerekse dış ticaretteki gücünü arttırmasına olanak verecek bir şekilde yeniden yapılandırılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda meyve plantasyonu ile ilgili teşviklerde, aynı havzada en uygun meyvelerin "Meyve İşleyen Tesisler" in etrafında büyük kümeler halinde oluşmasını mümkün kılacak bir model oluşturulmasının çok faydalı olacağına inanmaktayız.

Bu sistem içinde yapılması gerekenlere ilişkin MEYED önerileri aşağıdaki gibidir:

- "Meyve İşleyen Sanayi Tesisleri" veya "Paketleme Tesisleri" ile sözleşme yaparak, onların ihtiyacına uygun türde ve miktarda kümelenmeyi sağlamak amacıyla meyve bahçesi tesis edenlere % 20 daha fazla destek veya mevcut desteğin sadece sözleşme yapanlara verilmesi yardımı yapılması
- "Tarım Havzaları Projesi" uygulamasında, her havza bazında, sanayinin ihtiyacı olan elma, şeftali, kayısı, zerdali, vişne, nar, armut ve ayva meyvelerinin sanayiye uygun çeşitlerinin teşvik kapsamına alınması



- Sanayide sürdürülebilirliği sağlamak amacı ile, süt için uygulanmaya başlayan primlendirme sistemine paralel olarak, meyvesini doğrudan sanayiciye satan çiftçiye özel prim verilmesi

6.4 Sözleşmeli meyve üretiminin benimsetilmesi ve yaygınlaştırılması

Meyvecilik sektörüne girmek isteyen üreticilerin ilk 3 ile 7 yıl arasında gelir elde edememesi ve bu durumun çiftçinin dayanma gücünü çok zayıflatması, meyvecilik alanına yatırım yapılmasının ve dolayısıyla meyveciliğin gelişmesinin önünde engel teşkil etmektedir.

Bu sorunun ortadan kaldırılması için sunulan çözüm önerisi; meyve fidanı, damla sulama tesisi, diğer biyolojik mücadele gibi desteklerin sadece sözleşmeli meyvecilik yapanlara sağlanması veya sözleşmeli meyvecilik yapanlara tercihli ve öncelikli olarak verilmesidir. Örneğin sözleşmeli üretim yapan çiftçilerin %25 – 50 daha fazla miktarda destekten faydalanmasına olanak sağlanmalıdır. Bunun dışında toplu hareket ederek tek bir ürün için belirli bir alan büyüklüğünü (örneğin 500 bin dekar ve fazlası) bir araya getirenlerin, tercihen ve öncelik sırasıyla desteklerden yararlandırılması da sorunun çözümünde önemli rol oynayacaktır.

6.5 İhracatın Geliştirilmesi

Ülkemiz meyve işleme sanayisi, Türkiye'nin dünyada en önemli meyve üreticilerinden biri olması, lojistik ve enerji kaynaklarına yakınlığı açısından özel konumunun getirdiği avantajlar ve en gelişmiş teknolojileri kullanarak kaliteli üretim yapması nedenlerinden dolayı çok önemli bir potansiyele sahiptir. Meyve işleme sanayisi istihdama, ülkenin ağaçlanmasına, sağlıklı beslenmeye ve net döviz girdisine büyük katkıda bulunmaktadır. Ancak üreticilerimizin yurt dışındaki rekabet gücünün düşük olması var olan bu önemli potansiyelin verimli bir şekilde kullanılamamasına yol açmaktadır. Aşağıda yer alan çözüm önerisinin uygulamaya konulması bahsedilen dar boğazın aşılması ve ülkemizin potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılması açısından en doğru yol olacaktır.

Meyve Suyu Sektörü hem meyvelerin işlenmesiyle hem de kalite bakımından eksiği olmasa da şekli bakımından sofralık olarak kabul edilemeyecek meyvelerin değerlendirilmesi bakımından önemli bir katma değer yaratmaktadır. Bu nedenle taze meyveye uygulanan ihracat iadesinin meyve suyu konsantresine işlenen hammaddeye de uygulanması ve bunun konsantre üreticilerine ihracat desteği olarak verilmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda 1 ton meyve suyu konsantresi için işlenmesi gereken ortalama meyve miktarı verilmiştir. Buradan yola çıkarak örnek vermek gerekirse, 1 ton elma suyu konsantresi için 7 ton elma işlenmektedir.



Dolayısıyla ihraç edilen her 1 ton elma için ödenen teşvik tutarının yedi katının ihraç edilen 1 ton elma suyu konsantresi için de verilmesi gerekmektedir.

1 TON KONSANTRE İÇİN İŞLENEN MEYVE TONAJI	
1 ton Elma S.K. için	7 ton meyve
1 ton PORTAKAL S.K. için	18 ton meyve
1 ton VIŞNE S.K. için	5 ton meyve
1 ton NAR S.K. için	12 ton meyve
1 ton ŞEFTALİ P.K. için	4 ton meyve
1 ton KAYISI P.K. için	3 ton meyve
1 ton ÜZÜM S.K. için	4,5 ton meyve

Bu sistemin uygulanması ile daha fazla meyve işlenecek, daha çok katma değer yaratılacak ve ülkemize net döviz girdisi artacaktır. Ayrıca sektördeki atıl kapasite kullanılacak ve istihdam da artacaktır.

Bu uygulama ile, ülkemizde büyük potansiyele sahip olduğu halde yıllardır rekabet şansı elde edemediğimiz başta portakal ve üzüm meyvelerinin işlenmesi suretiyle elde edilecek konsantrelerin yurt dışındaki rekabet şansı çok yükselecektir.

- İhracatta önemli bir sıçrama yapmamıza imkan sağlayacak "Sebze Suları" ve/veya "Sebze Suyu Konsantreleri" ihracatında da "Meyve Suları/Konsantreleri" için uygulanan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) miktar barajının aynısının uygulanması sektörün önünü açacaktır.

6.6 Tarım Arazileri ve Uygun Plantasyon Alanları Envanteri

TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığının elindeki birinci sınıf tarım alanlarının envanterinin çıkarılması ve meyveciliğin geliştirilmesi için atılacak adımlara ışık tutması amacıyla özel sektöre tahsis edilmesi büyük önem taşımaktadır.



6.7 Enerji Maliyetleri

Türkiye Dünya'daki en önemli meyve üreticilerinden biridir. Meyve suyu sektörünün işlediği başlıca meyvelerin üretimi bakımından da ilk beşte yer almaktadır. Gerek bu avantajı gerekse gelişmiş pazarlarda kullanılan teknoloji ve üretim kalitesine sahip olması nedenleri ile Türkiye Meyve Suyu Endüstrisi dış ticarete önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak yüksek enerji maliyetleri, bu potansiyelin önünde engel teşkil etmekte ve sektörün rekabet gücünü azaltmaktadır. Sektörün gelişmesi ve ihracatın artırılabilmesi amacı ile enerji maliyetlerinin azaltılması gerekmektedir.

6.8 Tüketicilerin bilinçlendirilmesi

Meyve suyu ve benzeri içecekler (meyve suyu, meyve nektar, meyveli içecek, aromalı içecek) arasındaki fark ve meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki önemli rolü henüz tüketiciler tarafından yeterli düzeyde bilinmemektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlıklı bir beslenme için günde en az 5 porsiyon meyve ve sebze tüketilmesini önermektedir. Bir bardak meyve suyu da bir porsiyon meyve ile eş değer olarak kabul edilmektedir. Bu göstergenin de işaret ettiği gibi meyve suyu içerdiği vitamin, mineral ve antioksidan bileşikler sayesinde sağlıklı diyetin çok önemli bir parçasıdır. Ancak tüketiciler meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki önemli rolünü bilmemekte ve hatta kalıplaşmış bir takım yanlış ön yargılar nedeni ile meyve suyunu hak ettiği yerin çok daha aşağısında algılamaktadır.

Ayrıca, medyada yer alan ve bazıları da akademisyenler tarafından iddia edilen hatalı bildirimler, meyve suyu ve sağlık ilişkisinde doğru olmayan ön yargıları beslemektedir. Bu da sektörü olumsuz etkilemek ile beraber, tüketicilerin sağlıklı beslenme bilinci kazanmasının önünde engel teşkil etmektedir.

Bu bilgi boşluğunun kapatılması için üretici firmaların MEYED'in çatısı altında bilinçlendirme çalışmaları yapması gerekmektedir. Benzer şekilde Milli Eğitim Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'nın da hem bu çabalara katkıda bulunması hem de kendi bünyelerinde organize edecekleri eğitim ve tanıtım çalışmaları ile destek olması da aynı derecede önem taşımaktadır.

MEYED tüketicileri bilinçlendirmek için üzerine düşen sorumluluğu gerçekleştirmek amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir.



6.9 STK'ların güçlendirilmesi

Sivil Toplum Kuruluşları var olan toplumsal, siyasal ve ekonomik sorunların çözümlenmesi ve dolayısıyla ülkenin gelişimi ve ilerlemesi açısından çok önemli bir role sahiptir. Ancak Türkiye'de sivil topluma, Batı'daki gibi profesyonel bir yaklaşım hakim değildir. Batılı ülkelerde sivil toplum anlayışı bir sektör haline gelmiştir, Türkiye'de ise konu bazında yaklaşım ve faaliyet gösterme anlayışı yerine genel yaklaşım hakimdir. Bu nedenle Türkiye'de sivil toplum, süreklilik arz etmeyen, inişli çıkışlı ve profesyonel yapıdan uzak bir sektör durumundadır.

Batı'da sivil toplum kuruluşları için kamu bütçelerinde belirli bir pay ayrılmaktadır. Türkiye'de ise yurttaşların ya da firmaların kendi inisiyatifleri ile oluşturdukları kuruluşların tamamen kendi kendini finanse etmesi gerektiği şeklinde bir görüş hakimdir. Bu da sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerini ve başarılı olmalarını sınırlamaktadır. Dolayısıyla, hükümetlerin en önemli partnerleri olması gereken STK'ların, çalışmalarını etkin bir şekilde sürdürebilmesi için bir takım mali destekler ve iş birliği için kolaylıklar sağlaması gerekmektedir.

Sivil toplum örgütlerinin Türkiye'de beklenen düzeyde etkili olamamalarının nedenlerinden biri de, ortak hareket ve bilgi paylaşımı bilincinin yeterince gelişmiş olmamasıdır. STK üyelerinin, tüm çalışmalarda ortak bir sorumlulukları olduğu bilinciyle iş birliği yapması ve faaliyetlere katkı sağlaması gerekmektedir. Ortak sorunların verimli çözümü için, STK'ların liderliğinde ortak hareket ederek çözümlenebileceği algısının yerleşmelidir.

Bunlara ek olarak, STK'ların kendi aralarında bir bağın oluşturulamamış olması ve birlikte ortak çalışmalar yapmamaları da verimli sonuçlar ortaya konulamamasının nedenleri arasında yer almaktadır. Tüm paydaşların iş birliği içinde, koordinasyonlu bir şekilde ortak projeler ortaya koymaları beklenen verime ulaşmak açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu koordinasyon ve iş birliğinin oluşmasına olanak sağlamak amacıyla, MEYED bünyesi altında sektörü ilgilendiren tüm ana konuları kapsayacak şekilde çalışma grupları kurulmuştur. Bu grupların işleyişiyle, üyelerimizin çalışmalara katılımının artırılması, verimli bilgi akışının sağlanması, sektörün sorunlarının ve bunlara yönelik çözüm önerilerinin en doğru şekilde belirlenebilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca ortak konularda iş birliği yapılabilecek Devlet kurum ve kuruluşları, araştırma enstitüleri, üniversiteler gibi tüm paydaşların da bu Çalışma Gruplarına katılması için, dolayısıyla ortak konularda organik bir bağ kurulması için çaba gösterilmektedir.

Ayrıca yalnızca yurt içindeki STK'lar ile değil yurt dışındaki STK'lar ile de iletişim halinde olunması, ortak projeler üretilmesi, bu kuruluşların uluslararası bağlantılarına sahip olunması ve uluslararası platformlarda etkin hale gelinerek gerek yeniliklerin takip edilerek üyelere duyurulması gerekse ülke menfaatlerinin korunması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle MEYED 1997 yılından bu yana Uluslararası Meyve Suyu Üreticileri Federasyonu (IFU) ve 2005 yılından bu yana da Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN)'nin aktif birer üyesidir. MEYED ve dolayısıyla Türkiye meyve suyu sanayi IFU ve AIJN'in Genel Kurullarında, İletişim ve Teknik Komitelerinde



Genel Sekreter, önemli akademisyenlerimiz ve üyelerimiz ile temsil edilmektedir. Sektörün hızlı gelişimi ve uluslararası platformlarda oynadığı aktif rol sonucunda, MEYED 2010 yılında, içerisinde bulunduğumuz yüksek potansiyelli Avrasya ve Güney Doğu Avrupa Bölgelerini temsilen IFU Yönetim Kurulu Üyesi olarak seçilmiştir.

7. SEKTÖREL YAPILANMA

Meyve Suyu Endüstrisi Derneği (MEYED), 1993 yılında, gelişen Türk meyve suyu sektöründe faaliyet gösteren firmaları aynı çatı altında toplamak üzere kurulmuştur. Bünyesinde 35 üretici firma ve destekleyici, tedarikçi önemli firmalar ile birlikte toplamda 42 üye firma barındıran MEYED, sektörün tek temsilcisidir. MEYED tarım, gıda sanayi, sağlık gibi konulardaki paydaşları, konusunda uzman akademisyenler ile sektörün profesyonellerini bir araya getirdiği ilk günden bu yana, sektörün sorunlarına ortak çözümler sunmak ve endüstrinin gelişmesi için katkı sağlamaktadır.

Sektördeki meyve suyu üreticisi firmaların tümü ile ambalaj ve hammadde sağlayıcı firmaları da bünyesinde buluşturan MEYED, 1997 yılından bu yana **Uluslararası Meyve Suyu Üreticileri Federasyonu (IFU)** ve 2005 yılından bu yana **Avrupa Meyve Suyu Birliği'nin (AIJN)** üyesidir. MEYED aynı zamanda dürüst rekabeti ve kalite kontrolü sağlamak amacıyla Avrupa Meyve Suyu Sektöründe Kar Amacı Gütmeyen Endüstriyel Öz Denetim Kuruluşu olan **SGF** (Sure-Global-Fair – SGF) ve TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi ile de işbirliği içinde çalışmakta, ortak projeler yürütmektedir.