

Makroekonomik ve Sektörel Görünüm

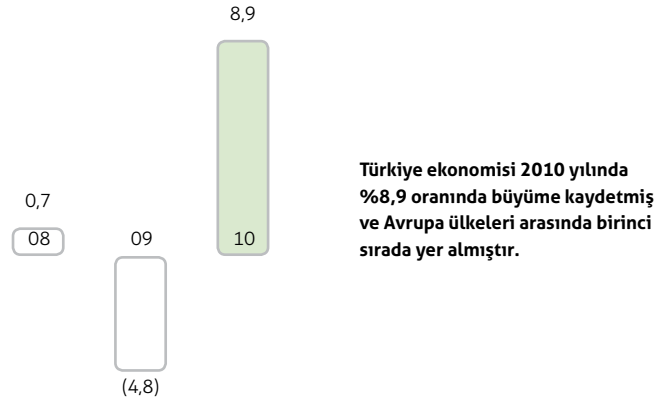
ekonomide hızlı büyüme performansı

2010 yılı büyüme performansı, ülkemizin 2004'ten bu yana sergilediği en hızlı büyüme performansını işaret etmektedir.

Türkiye, diğer ülkelere göre sahip olduğu güçlü mali yapısı, sağlam bankacılık sistemi ve potansiyel genç nüfusuyla büyüme açısından 2010 yılından sonra 2011'de de umut vaat etmektedir.



GSYH Gelişme Hızı – Sabit Fiyatlarla (%)



Dünya ve Türkiye'de ekonomik görünüm

Küresel ekonominin toparlanmaya başladığı 2010 yılında, ekonomik büyüme hem dünyada hem de Türkiye'de beklentilerden daha güçlü gerçekleşmiştir.

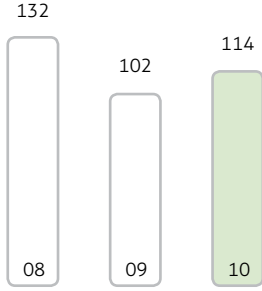
2010 yılında %5 seviyesinde gerçekleşmesi beklenen global büyümenin 2011 yılında biraz yavaşlamakla beraber %4,4 civarında seyredeceği tahmin edilmektedir. 2010 yılında ABD ve Avrupa ülkelerinde ekonomik büyüme yavaş seyretmiş olsa da Almanya'da, Japonya hariç Asya ülkelerinde ve Türkiye gibi gelişen piyasa ekonomilerinde genel ekonomik faaliyetin canlı olduğu gözlenmiştir.

2010 yılında gelişmiş ülkeler ekonomiye destek programları ile piyasalara likidite enjeksiyonunu sürdürürken, politika faiz oranlarını düşük seviyelerde tutmaya devam etmişlerdir.

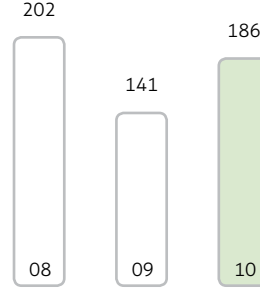
Türkiye ekonomisi 2010 yılında %8,9 oranında büyümüştür.

2002-2008 döneminde yılda ortalama %6 büyüme kaydeden Türkiye ekonomisi, 2009 yılında küresel krizin etkisiyle iç ve dış talepte yaşanan keskin gerileme sonucunda %4,8 oranında küçülmüştür. 2009 yılının son çeyreğinde başlayan toparlanma, büyüme eğrisini pozitifte çevirmiş ve bu konjonktür 2010 yılında da devam etmiştir.

Ekonomideki güçlü toparlanmanın ve baz yılının etkisiyle Türkiye ekonomisi 2010'un ilk çeyreğinde %12, ikinci çeyreğinde %10,3 ve üçüncü çeyreğinde %5,2 büyüme kaydetmiştir. Dördüncü çeyrek GSYH büyümesinin %9,2 gerçekleşmesi sonucunda Türkiye ekonomisi 2010 yılında %8,9 oranında büyüme kaydetmiş ve Avrupa ülkeleri arasında birinci sırada yer almıştır. 2010 yılı büyüme performansı, ülkemizin 2004'ten bu yana sergilediği en hızlı büyüme performansını işaret etmektedir.

İhracat (milyar ABD doları)

Türkiye'nin toplam ihracatı 2010 yılında %11,6 oranında artış göstererek 114 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.

İthalat (milyar ABD doları)

Toplam ithalat 2010 yılında 186 milyar ABD dolarına ulaşırken 2009 yılına göre artış %31,7 olarak kaydedilmiştir.

Türkiye, diğer ülkelere göre sahip olduğu güçlü mali yapısı, sağlam bankacılık sistemi ve potansiyel genç nüfusuyla büyüme açısından 2010 yılından sonra 2011'de de umut vaat etmektedir.

TÜFE, hedefler çerçevesinde gerçekleşmiştir.

Yapılan vergi artışları ve yüksek seyreden gıda fiyatlarının etkisiyle 2010'un ilk iki ayında yükselen aylık enflasyon, yılın geri kalan kısmında azalma eğilimine girmiş ve TÜFE artışı yıllık bazda %6,4 seviyesinde gerçekleşmiştir. Yıllık enflasyon oranı 2011'in ilk çeyreğinde %4 olarak gerçekleşmiştir. Yılın ikinci yarısında ise özellikle Nisan ayından itibaren baz etkisinin ortadan kalkmasına paralel olarak enflasyon beklentilerinin bozulmaya başlayacağı, gevşek para ve maliye politikalarının da etkisiyle enflasyonun yükselme eğilimine gireceği ve sene sonuna doğru yıllık enflasyon rakamının yeniden %5,5 seviyelerine ulaşacağı öngörülmektedir.

TCMB: İstikrar için faiz ve diğer piyasa araçlarını etkin kullanma yaklaşımı

TCMB, 2010 yılı Kasım ayında, artan sermaye girişlerini sınırlamak amacıyla politika faizini sabit tutarak gecelik borçlanma faizini %1,75 seviyesine, 23 Mart 2011'de ise 1,50 seviyesine indirmiştir. Bu ayarlamalarla kısa vadeli faizlerde aşağı yönlü dalgalanma yaratılmış ve Türk Lirası kısa vadeli yaklaşım izleyen yabancı yatırımcılar açısından cazibesini önemli oranda kaybetmiştir.

2010 yılının son ayında TCMB bir taraftan politika faizlerinde yeni bir indirim sürecini başlatırken, diğer taraftan, faiz indirimleri ile birlikte kredi genişlemesini sınırlamak amacıyla bankaların zorunlu karşılık oranlarındaki artışları hızlandırmıştır.

Türkiye'ye kısa vadeli sermaye girişleri 2010 yılında kuvvetli seyretmiş ve bono piyasasına yılın tamamında 10,7 milyar ABD dolarlık yabancı likidite girişi gerçekleşmiştir. Diğer taraftan TCMB'nin gevşek para politikası uygulamaları, bono faizlerinin düşük seyrini desteklemiştir. Bu çerçevede, 2010 yılı başında %9 civarında olan gösterge tahvil faizi 2010 Aralık ayında %7,1 seviyesine kadar gerilemiştir.

Döviz piyasasında ise 2010 yılı başında 1,45 seviyesinde olan ABD doları/TL kuru borç sorunu yaşayan Euro Bölgesi ülkelerine ilişkin endişelerin küresel risk iştahını zayıflatmasına paralel olarak yıl içinde 1,60 seviyesine kadar yükselmiş; Yunanistan ve İrlanda'nın IMF-AB kurtarma fonuna dahil olması ile yeniden düşüşe geçmiştir. Kasım ayında 1,40'ın altına gerileyen kur TCMB'nin para politikasını gevşetmesine bağlı olarak yıl sonunda 1,55 seviyelerinde dengelenmiştir.

2010 yılında kaydedilen güçlü ekonomik büyümenin ithal mal talebini artırmasıyla birlikte cari açığın GSYH'ye oranı 2009 yılındaki %2,3 seviyesinden 2010 yılında %6,4'e yükselmiş bulunmaktadır. Cari açığın 2011 yılında da genişlemeye devam etmesi ve %7 seviyesine yaklaşması beklenmektedir.

Tüketicilerin en temel beklentisi: kalite ve sağlık

Türkiye süt ve süt ürünleri sektörüne pazar payındaki gelişmeler açısından bakıldığında, hemen hemen bütün segmentlerin ciro bazında büyüdüğü görülmektedir.

%8 2010 yılı büyümesi
ambalajlı süt ürünleri pazarı

Kaynak: Nielsen



Dünyada Kişi Başı Yıllık Süt Tüketimi (litre)

İrlanda	132	Arjantin	46
Pakistan	110	Hindistan	43
İsveç	90	S. Arabistan	31
Portekiz	83	Türkiye	25
ABD	69	İran	19
Brezilya	53	Tayland	10
Rusya	50	Çin	5

Süt sektörü

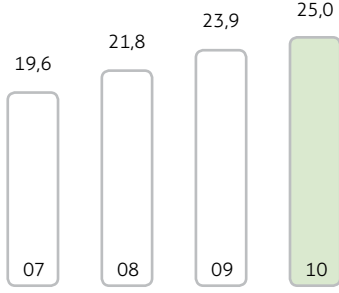
Global süt sektörü son on yıllık dönemde değer bazında yıllık ortalama %9 ile en hızlı büyüyen sektörler arasında yer almaktadır. 2010 yılında Türkiye'de ambalajlı süt ürünleri pazarı %8 büyüme göstermiştir.

Dünyada yıllık çiğ süt üretimi 714 milyon ton olurken, Türkiye yaklaşık 12 milyon ton üretimle dünya sıralamasında 15. sırada bulunmaktadır.

2010 yılında Türkiye'de entegre süt işletmeleri tarafından 6,7 milyon ton süt toplanmış, bu sütlerin, 1 milyon tonu içme sütü, 473 bin tonu peynir, 908 bin tonu yoğurt, 398 bin tonu da ayran olarak işlenmiştir.

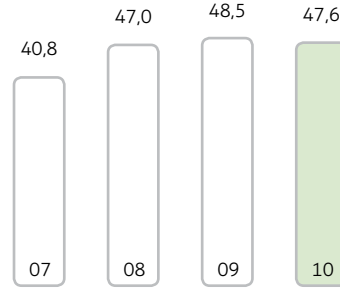
Süt pazarında, satın alım gücünün ve sağlık bilincinin artması, bireysel ihtiyaçların karşılanmasına ve güvenli ürün kullanımına yönelik yükselen talep ile global iletişim sayesinde tüketicilerin yeniliklerden haberdar olması gibi gelişmeler, tüketicileri markalı ürünlere yönlendirmektedir.

Tüm bu gelişmelere paralel olarak Türkiye'de ambalajlı süt pazarı 2010 yılında ciro bazında bir önceki yıla göre %8 büyüme göstermiştir. Dünya pazarlarına bakıldığında 2006-2009 döneminde paketli sütlerin yıllık bileşik ortalama büyümesinin %5,3 düzeyinde olduğu gözlenmektedir (Compass Products and Packages 2009). Sektörde en hızlı büyüme bebek-çocuk sütlerinde gerçekleşmektedir.

Ambalajlı Peynir Miktarı (%)

2010 yılında ambalajlı peynirin toplam pazardan aldığı pay 1,1 puan artarak %25'e ulaşmıştır.

Kaynak: IPSOS

Ambalajlı Süt Miktarı (%)

Ambalaj sütün toplam pazardaki payı 2010 yılında bir önceki yıla yakın bir seviye ile %47,6 olarak gerçekleşmiştir.

Kaynak: IPSOS

Ambalajlı süt ürünleri trendi

Tüketim alışkanlıklarındaki değişikliklere bağlı olarak tüketicilerin gıdalardan beklentileri de değişime uğramaktadır. Tüketicilerin en temel beklentisi, kaliteli ve sağlıklı gıda tüketmektir. Ancak bunun yanında, takviye edici sağlık bileşenlerini içeren gıdalara yönelik talepler de artmış ve gıda alanında piyasayı yönlendiren yeni tüketici eğilimleri görülmüştür.

2010 yılında dünyada öne çıkan trendler içerisinde kilo kontrolü sağlayan ürünler, enerji artırıcı ürünler ve sindirim çözümleri sunan ürünler dikkat çekmiştir (Health Focus International).

Tüketicilerin özellikle sade süt kategorisinde, farklı fiyat yapısındaki markaları aynı anda tercih etme miktarında artış gözlenmiştir. Market markaları, bu kategoride güçlenmesini sürdürmüştür (HTP).

Türkiye süt ve süt ürünleri sektörüne pazar payındaki gelişmeler açısından bakıldığında, hemen hemen bütün segmentlerin ciro bazında büyüdüğü görülmektedir.

Sade süt pazarı 2010 yılında tonaj bazında %5 küçülerek 458 milyon litre olmuş, ciro bazında ise %4 büyüme ile 812 milyon TL'ye ulaşmıştır. Kategoride pahalı markalar pay kaybederken, orta fiyatlı markalar agresif fiyat uygulamalarının da etkisiyle pazar paylarını hızlı bir şekilde artırmışlardır.

Light süt kategorisinde tonaj büyümesi %6, ciro büyümesi %12 olmuştur.

Zenginleştirilmiş çocuk sütleri 2010 yılında tonajda %11, ciro bazında %16 büyümüştür.

Yetişkin zenginleştirilmiş süt pazarı (kefir hariç), toplam süt pazarının ciro bazında %0,5'ini oluşturmaktadır. Pazar, 2010 yılında tonaj bazında 1,6 milyon litre, ciro bazında 5,1 milyon TL büyüklüğündedir.

Aromalı süt pazarı büyüme hızını artırarak ambalajlı süt pazarında ciroda %10 ağırlığa ulaşmıştır. Pazar, 2010 yılında yaklaşık 26 milyon litre hacimsel büyüklükte ve yaklaşık 105 milyon TL ciro büyüklüğündedir.

Pastörize süt pazarı, toplam süt pazarının ciro bazında %5,8'ini oluşturmaktadır. 2010 yılında ciro bazında geçen yıla göre %17 büyüyen pazar; 63 milyon TL ciroya ulaşmıştır.

Organik süt pazarı, toplam süt pazarının ciro bazında %0,8'ini oluşturmaktadır.

Peynir pazarı 2010 yılında 430 bin ton ve 3,5 milyon TL'lik büyüklüğe ulaşmıştır. Ambalajlı peynirler %8 büyürken, ambalajsız peynirler geçen yılki seviyesini korumuştur. Ambalajlı peynirler pazarın %25'ini, sürülebilir peynirler de ambalajlı peynirlerin %11'ini oluşturmaktadır.

Kaynak: TÜİK, IPSOS, Nielsen