



ŞEKER ve ŞEKERLİ MAMULLER SEKTÖR RAPORU



2021

Hazırlayan: CEREN COŐKUN

İçindekiler Tablosu

GİRİŞ	1
ŞEKER	1
ŞEKERLİ MAMULLER PAZARI	2
ŞEKERLİ MAMULLER PAZARLAMA KANALLARI VE SEKTÖRDEKİ BÜYÜK FİRMALAR	10
COVID-19 PANDEMİSİNİN ETKİSİ	11
SONUÇ	11

GİRİŞ

Şekerler ve Şekerli Mamuller 7 alt bölümden oluşmaktadır: (1) şekerler ve şuruplar; (2) melas ve melas ürünleri; (3) şekerleme (beyaz çikolata dahil); (4) suni bal; (5) akçaağaç, bitki özü, akçaağaç şurubu, akçaağaç şurubu ürünleri; (6) şeker pancarı ve (7) mısır şurupları ve diğer nişastadan türetilmiş tatlandırıcılar. Bu çalışmada daha çok Kakaosuz Şeker Mamulleri ve Diğer Şekerler grubuna (kimyaca saf laktoz, maltoz, glikoz ve früktoz dahil (katı halde); ilave aroma veya renk verici maddeler katılmamış şeker şurupları, suni bal (tabii bal ile karıştırılmış olsun olmasın); karamel ve şeker ekstraksiyonundan veya rafinajından elde edilen melaslar) odaklanılacaktır.

Şekerli mamullerin hammaddesi şeker ile ilgili bazı bilgiler verecek olursak; Küresel şeker üretimi yıllık 120 tonun üzerindedir ve 121 ülkede gerçekleşmektedir. Çoğu bitkinin dokusunda şeker bulunsa da ticari olarak yetiştirilen şekerin çoğu şeker kamışı ve şeker pancarı bitkilerinden üretilir. Kalın saplı uzun bir ot olan şeker kamışı bitkisi, yıllık küresel emtia arzının yaklaşık %70'ini oluştururken, şeker pancarı fabrikası kalan %30'unu sağlamaktadır. ¹

ŞEKER

Şeker sadece yiyecekleri tatlandırmakla kalmaz, aynı zamanda birçok yiyeceğin tazeliğini muhafaza etme ve koruma işlevi görür. Şeker tüm dünyada üretilse de en büyük on üretici ülke tüm dünya şeker üretiminin yaklaşık dörtte üçünü oluşturmaktadır. Brezilya ve Hindistan ise küresel arzın yaklaşık yarısını üretmektedir. Üretilen şekerin %70 ila %80'i menşe ülkesinde tüketilmektedir. Bunun temel nedeni, birçok ülkenin şeker üreticilerine büyük ölçüde sübvansiyon sağlaması ve şeker ithalatına gümrük vergisi koymasındır. Bunun yanı sıra, en büyük şeker tüketicileri de Hindistan, Avrupa Birliği, Çin, Amerika Birleşik Devletleri ve Brezilya'dır. ²

¹ Erişim adresi, <https://commodity.com/soft-agricultural/sugar/>. Erişim, Mayıs 2021

² Erişim adresi, <https://commodity.com/soft-agricultural/sugar/>. Erişim, Mayıs 2021

Tablo 1 - Yıllık Ham Şeker Üretimi³

	Ülke	Yıllık Ham Şeker Üretimi (1.000 Ton)
1	Brezilya	39.150
2	Hindistan	22.200
3	Avrupa Birliği	16.500
4	Tayland	10.033
5	Çin	9.300
6	ABD	8.135
7	Meksika	6.314
8	Rusya	6.200
9	Pakistan	6.140
10	Avustralya	5.100

Şekerin bir başka kullanım alanı da enerji sektöründedir. Şeker ezilebilir ve etanol yapmak için bir bileşen olarak kullanılabilir. Etanol, yakıt kaynağı olarak benzinle rekabet ettiğinden, talebi genellikle petrol ve benzin fiyatları ile ters orantılı hareket eder. Petrol fiyatlarındaki düşüş, etanol için şeker talebini bastırabilirken, yüksek petrol fiyatları talebi artırabilir.⁴

ŞEKERLİ MAMULLER PAZARI

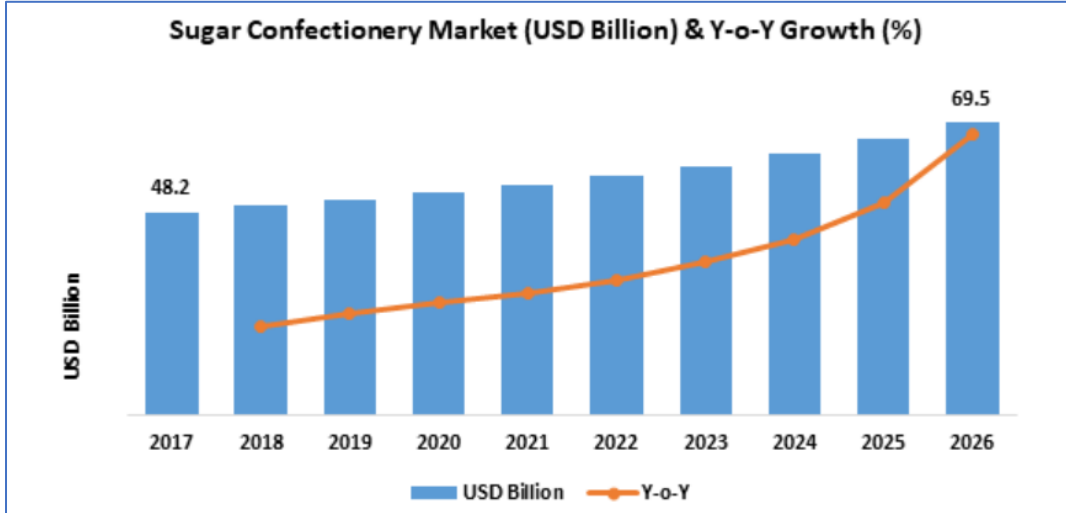
2018’de yapılmış bir araştırmaya göre Şekerli Mamuller pazarının 2026’ya kadar 69,5 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Grafik 1). Büyüyen perakende sektörü ve artan e-ticaret trendi, şekerleme endüstrisinin büyümesini daha da desteklemektedir. Bununla birlikte, artan sağlık bilinci, artan obezite ile ilgili hastalık vakaları ve düşük kalorili gıda tüketimine doğru eğilimin, pazar büyümesini sınırlaması beklenmektedir. Gelişmekte olan ekonomilerden gelen ve organik, daha sağlıklı, düşük kalorili, inovatif ve birinci sınıf şekerli mamul ürünlerine yönelik artan talep, önümüzdeki yıllarda sektörün devlerinin bu ürünlere yatırım yapmasıyla şekerleme sektöründe sayısız büyüme fırsatı sunabilir. Şekerli mamullerdeki etiketlerin işlevsellik iddiası hızla artmaktadır. Sağlık adına şekerleme şirketleri tarafından yapılan inovatif bir yaklaşım da tüketicilerin küçük porsiyonlarda yemesine ve geri kalanını daha sonra saklamasına olanak

³ Erişim Adresi, <https://commodity.com/soft-agricultural/sugar/>. Erişim, Mayıs 2021

⁴ Erişim Adresi, <https://commodity.com/soft-agricultural/sugar/>. Erişim, Mayıs 2021

tanıyan kullanışlı ambalajlardır. Aslına bakılırsa, şekerleme hiçbir zaman geleneksel bir “sağlıklı gıda” olamaz ve şekerin azaltılmasına giden yol yukarıda bahsedildiği gibi inovatif çözümlerle inişli çıkışlı olmaya devam ediyor. Ek olarak, öksürük damlaları, beslenme tabletleri ve kaliteli tatlılar gibi işlevsel şekerleme ürünleri, katılımcılar için hızlı pazar büyümesi ve ilgili fırsatlar vaat ediyor. Bununla birlikte, asıl olarak duygusal destekteki rolü savunulması gereken önemli bir faktördür.

Grafik 1 - Şeker Mamulleri Pazar Büyümesi⁵



*Yıldan Yıla (YOY), iki veya daha fazla ölçülebilir olayı yıllık bazda karşılaştırmak için sıklıkla kullanılan bir mali karşılaştırmadır.

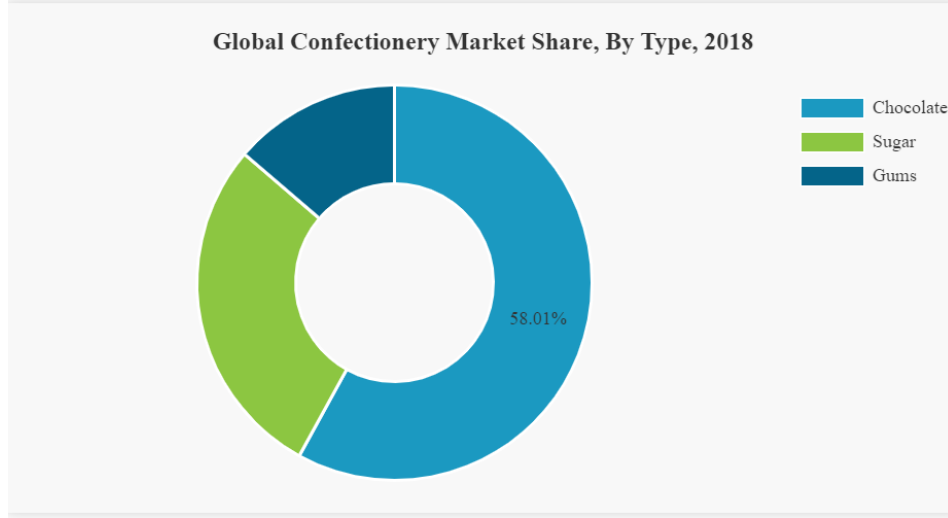
Küresel şekerleme pazarı, tür, dağıtım kanalı ve bölge temelinde bölümlere ayrılmıştır. Türüne göre şekerleme endüstrisi, katı şekerlemeler (akide şekeri, lolipop vb.), sakızlar ve jöleler, karameller ve şekerlemeler, tıbbi şekerlemeler ve diğerleri olarak bölümlere ayrılmıştır. Lolipop ve türevleri, çocuklar arasındaki yüksek popülerlik ve gelişmekte olan ekonomilerden gelen artan talep nedeniyle 2018'de küresel şekerleme endüstrisine hâkim olmuştur.⁶ Fakat; şekerleme çikolataya göre tüketici tabanını sınırlayan çocukları hedef alan bir ürün olarak kabul edilmektedir. Uygun bir formatta yeni bir ürün tanıtımı olan çekici ambalaj, şekerli mamul satışlarını artırır. Bir başka handikap ise şöyledir; Çikolata pazarı, bölgesel lezzetler temelinde bölümlere ayrılmışken, şekerleme pazarı, birden fazla yerel üreticinin mevcudiyeti nedeniyle parçalanmış durumdadır. Pazardaki bu çeşitlilik, endüstri katılımcıları için finansal ve lojistik zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte, çikolata ve sakızlı şekerleme endüstrileri, önemli

⁵ Erişim Adresi, <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/sugar-confectionery-market> . Erişim, Mayıs 2021

⁶Erişim Adresi, <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/sugar-confectionery-market> . Erişim, Mayıs 2021

bir pazar payına sahip küresel anahtar üreticilerle oldukça konsolide edilmiştir. Kakao içeren çikolatalı ürünler şekerleme sektörünü hala domine etmektedir, kakaosuz şekerli mamuller ise oldukça büyük bir pazar payına sahiptir.

Grafik 2 - Şekerleme Ürünleri Küresel Pazar Payı Yüzdesi (2018)⁷



Şu anda bölgesel segment pazarının lideri Kuzey Amerika pazarıdır. ABD, Kuzey Amerika'daki şekerleme pazarının büyümesine en büyük katkı sağlayan ülkedir.⁸ Örneğin, 2019'da Amerika Birleşik Devletleri'ndeki çocuk nüfusu 70 milyonun üzerindeydi ve bu da şekerleme talebini artıran önemli bir faktördür. Dahası, 2020'de yaklaşık 160 milyon Amerikalı tüketici sakız veya balonlu sakız tüketmiştir.⁹

Bununla birlikte, Asya-Pasifik bölgesinde ise en yüksek büyüme oranını görülmesi beklenmektedir. Artan nüfus, artan harcanabilir gelirle birleştiğinde, bölgedeki büyümeyi yönlendirmektedir. Çin, Japonya ve Hindistan'da artan genç nüfus ve talebin de büyümeyi tetikleyeceği tahmin edilmektedir. Çin'deki Şekerleme ve Atıştırmalık pazarının 2021'de 122 Milyar ABD Dolarından fazla olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca perakende pazarındaki gelişme, istikrarlı ekonomik büyüme ve şekerli mamullerin hediye edilmesi de küresel ölçekte pazarın büyümesini desteklemektedir.¹⁰ Perakende sektöründeki bu büyüme, Avrupa

⁷ Erişim Adresi, <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/confectionery-market-100542>. Erişim, Mayıs 2021

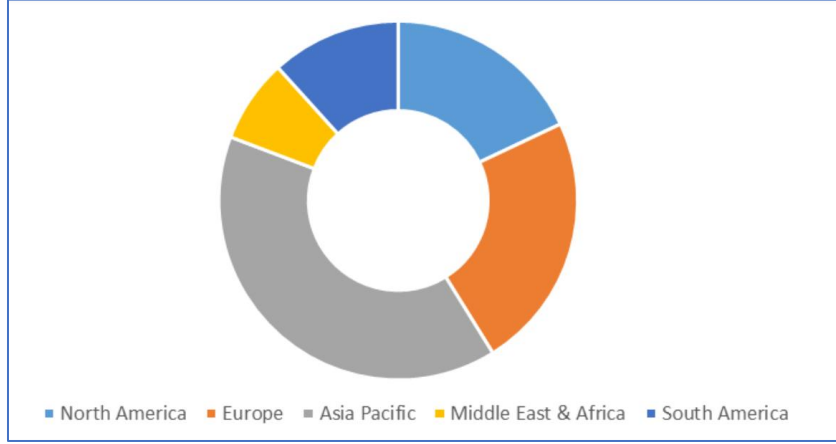
⁸ Erişim Adresi, <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/02/03/2169250/0/en/Sugar-Confectionery-Market-size-is-estimated-to-reach-US-72-Billion-by-2030-as-stated-by-insightSLICE.html>. Erişim, Mayıs 2021

⁹ Erişim Adresi, <https://www.gminsights.com/industry-analysis/sugar-confectionery-market>. Erişim, Mayıs 2021

¹⁰ Erişim Adresi, <https://www.candyindustry.com/articles/89103-global-sugar-confectionery-market-to-hit-695b-by-2026>. Erişim, Mayıs 2021

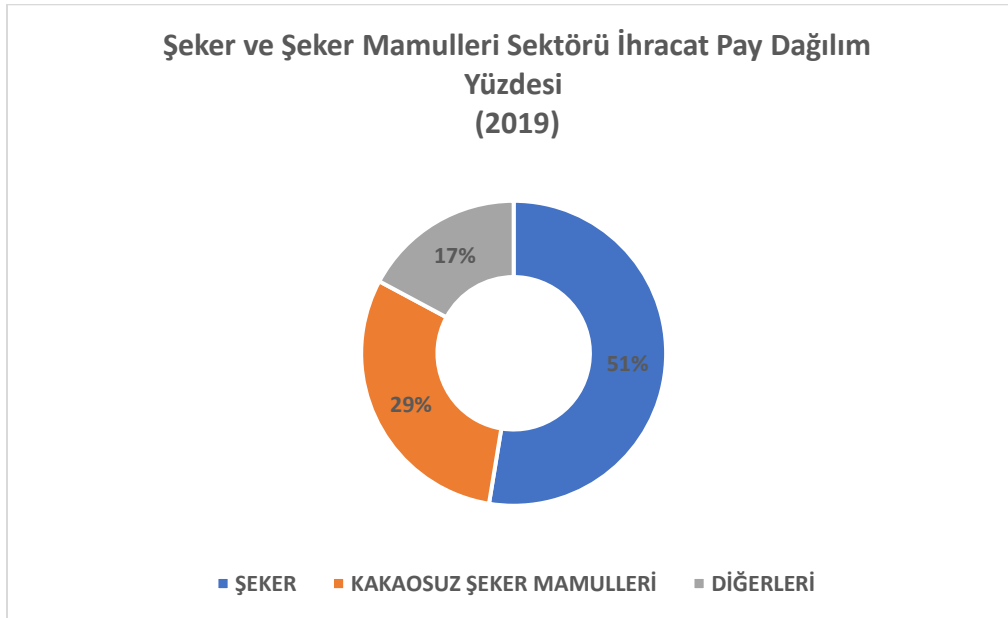
pazarındaki şekerlemenin büyümesine büyük ölçüde katkıda bulunmaktadır. Grafikten de görüleceği üzere gelecek dönemde Asya Pasifik bölgesini, Avrupa takip edecektir.

Grafik 3- 2030 Şekerleme Pazarı Değer Payı Analizi (2019 yılında yayımlanmıştır)¹¹



Trademap verilerine göre 2019 yılı Şeker ve Şekerli Mamuller Sektörü ihracat payı dağılımı grafikteki gibi gerçekleşmiştir. Trademap verilerine göre toplamda 40 milyar dolarlık bir ihracat gerçekleşmişken; bunun yaklaşık 20 milyar doları şeker, 12 milyar doları ise kakaosuz şeker mamulleri sektöründen gerçekleşmiştir.

Grafik 4 - Şeker ve Şeker Mamulleri Sektörü İhracat Payı Dağılımı (2019)¹²



¹¹ Erişim Adresi, <https://www.insightslice.com/sugar-confectionery-market>. Erişim, Mayıs 2021

¹² Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

Şeker ve Şekerli Mamuller Sektörü ihracatında ilk 10 ülke aşağıdaki tabloda verilmiştir. Brezilya, Tayland, Almanya, Hindistan ve ABD ilk 5'te bulunup, Türkiye ise 15. sırada gelmektedir. Brezilya'nın, Tayland'ın, Hindistan'ın ihracatının neredeyse tamamı şekerdir. Bu sebeple bu ülkeler sadece hammadde sağlayıcıları gibi de değerlendirilebilir.

Tablo 2 - Şeker ve Şeker Mamulleri İhracatı (2019)¹³

İhracatçı Ülke	Birim: *1000 USD			
	Değer (2016)	Değer (2017)	Değer (2018)	Değer (2019)
Toplam	45.531.724	48.571.203	42.254.325	39.937.113
Brezilya	10.585.665	11.566.378	6.672.492	5.404.730
Tayland	2.574.511	2.877.244	2.869.055	3.344.770
Almanya	2.166.503	2.535.596	2.667.135	2.534.444
Hindistan	1.695.677	1.169.207	1.177.013	1.973.221
ABD	1.915.557	2.022.338	2.008.170	1.923.240
Fransa	2.079.373	2.379.207	2.393.169	1.897.768
Çin	1.707.267	1.759.675	1.828.254	1.861.198
Meksika	1.523.145	1.591.716	1.620.596	1.777.630
Hollanda	1.607.495	1.762.464	1.869.820	1.670.847
Belçika	1.222.134	1.326.022	1.422.685	1.227.530
15. Türkiye	527.767	585.950	599.941	617.163

Kaynak: Trademap

Şekeri tanımlarken Brezilya ve Hindistan'ın küresel arzın yaklaşık yarısını oluşturduğundan bahsetmiştik. Ülke politikaları doğrultusunda uygulanan sübvansiyonlar ve yüksek ithalat vergileri sebebi ile, yapılan üretimin yaklaşık %80'i menşe ülkede tüketilmektedir. İhracatı içinse ilk 10 ülke aşağıda verilmiştir, Türkiye 79. sırada gelmektedir. İhracatçı ilk 10 ülkeden Brezilya, Tayland, Hindistan şeker ihracatının %50'sini gerçekleştirmektedir.

Tablo 3 - Şeker İhracatı (2019)¹⁴

İhracatçı Ülke	Birim: *1000 USD			
	Değer (2016)	Değer (2017)	Değer (2018)	Değer (2019)
Toplam	27.279.606	29.627.438	22.882.980	20.451.211
Brezilya	10.435.844	11.411.927	6.525.778	5.245.545

¹³ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

¹⁴ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

Tayland	2.288.039	2.610.055	2.597.826	2.973.111
Hindistan	1.449.478	966.596	930.469	1.712.590
Fransa	1.063.761	1.354.154	1.379.075	960.408
Guatemala	816.748	826.249	633.090	694.687
Meksika	723.922	664.781	712.841	669.470
Almanya	592.339	751.028	802.000	620.625
G. Afrika	138.473	274.854	380.589	492.420
Esvatini	302.301	300.032	309.495	421.753
Belçika	368.871	460.523	539.114	341.760
79. Türkiye	10.029	3.196	24.236	10.334

Kaynak: Trademap

Trademap verilerine göre 2019 yılında yaklaşık 12 milyar dolarlık kakaosuz şeker mamulleri ihracatı gerçekleştirilmiştir. Kakaosuz Şeker Mamulleri ihracatının yaklaşık %11'i birinci sıradaki Almanya tarafından gerçekleştirilirken, 9. sıradaki Türkiye ise yaklaşık %4'ünü gerçekleştirmektedir.

Tablo 4 - Kakaosuz Şeker Mamulleri İhracatı (2019)¹⁵

İhracatçı Ülke	Birim: *1000 USD			
	Değer (2016)	Değer (2017)	Değer (2018)	Değer (2019)
Toplam	11.055.643	11.499.464	11.894.817	11.758.530
Almanya	1.088.961	1.172.114	1.247.136	1.258.048
Çin	847.154	869.942	935.799	988.024
Meksika	643.660	773.990	732.434	794.597
Belçika	714.201	714.289	733.754	737.621
Hollanda	669.591	664.720	672.347	677.208
İspanya	513.327	535.323	575.433	606.144
ABD	558.692	568.742	588.900	541.860
Kanada	522.277	527.953	534.940	478.611
Türkiye	413.018	456.602	446.308	468.467
Polonya	345.796	388.372	403.748	431.323

Kaynak: Trademap

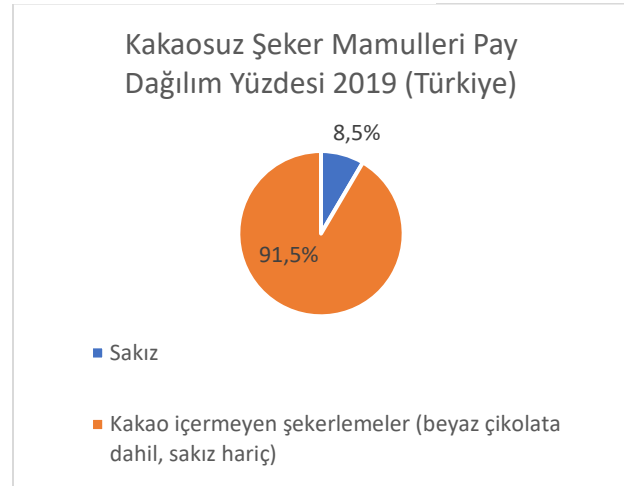
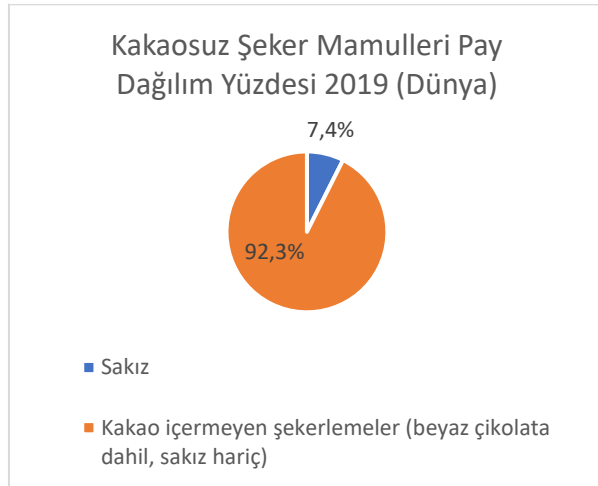
¹⁵ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

2019 Trademap verilerine göre Kakaosuz Şeker Mamulleri ihracatının %92'si Kakao içermeyen Şekerlemeler (beyaz çikolata dahil) iken, tablodan görüleceği üzere ger kalanı ise sakızdan oluşmaktadır. Grafikten görüleceği üzere Türkiye'de de durum dünya ile paralellik göstermektedir.

Tablo 5- Kakaosuz Şeker Mamulleri İhracat Dağılımı¹⁶

	Birim:	*1000 USD
	Türkiye (2019)	Dünya (2019)
Kakaosuz Şeker Mamulleri Toplamı	468.467	11.758.530
Sakız	39.669	870.130
Kakao içermeyen şekerlemeler (beyaz çikolata dahil, sakız hariç)	428.798	10.854.731

Grafik 5- Kakaosuz Şeker Mamulleri Pay Dağılımı 2019 (Dünya ve Türkiye)



Kaynak: Trademap

Kimyaca saf laktoz, maltoz, glikoz ve früktoz dahil (katı halde); ilave aroma veya renk verici maddeler katılmamış şeker şurupları, suni bal (tabii bal ile karıştırılmış olsun olmasın) (1702) ve karamel ve şeker ekstraksiyonundan veya rafinajından elde edilen melaslar (1703) yani diğer şekerlerde ise ihracatın %86'sı GTIP 1702'den yapılmaktadır. İlk 10 ülke aşağıda verilmiştir, ihracatın %20'si ilk sıradaki ABD tarafından gerçekleştirilirken, 13. sıradaki Türkiye'nin aldığı pay %2,1'dir.

¹⁶ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

Tablo 6- Diğer Şeker Mamulleri İhracatı (2019)¹⁷

İhracatçı Ülke	Birim: *1000 USD			
	Değer (2016)	Değer (2017)	Değer (2018)	Değer (2019)
Toplam	6.114.268	6.368.808	6.378.380	6.678.685
ABD	1.273.302	1.346.723	1.301.036	1.305.021
Çin	776.933	799.140	791.851	785.806
Almanya	440.851	568.192	563.637	608.333
Hollanda	395.955	438.044	414.349	481.967
Kanada	400.287	388.468	405.950	434.468
Tayland	117.808	92.803	90.607	179.720
Meksika	155.563	152.945	175.321	174.898
Fransa	138.190	141.713	155.677	165.526
Belçika	139.062	151.210	149.817	148.149
İtalya	147.841	172.198	163.197	147.917
13. Türkiye	104.720	126.151	129.397	138.362

Kaynak: Trademap

Şeker ve Şekerli Mamullerin katma değerli ürünü Kakaosuz Şekerli Mamullerin alıcıları (ithalatçıları) ise aşağıda sıralanmıştır. %20 ithalatı ile pazara girilebilecek en avantajlı ülkelerden biri ABD'dir. Türkiye, ABD pazarından %1,1 pay alarak 15. sırada yer almaktadır. Uygulanan ortalama gümrük tarifesi ise %8'dir. Paketleme, sağlıklı ürün içeriği, yüksek kalorili sporcu atıştırmalıkları ve inovatif ürünler ABD pazarı için öne çıkmaktadır. Türkiye, dünya ithalat sıralamasında ise 88. sırada bulunmaktadır. Bu, ülkemiz için ekonomik açıdan bir avantajdır.

Tablo 7- Kakaosuz Şekerli Mamuller İthalatı (2019)¹⁸

İhracatçı Ülke	Birim: *1000 USD			
	Değer (2016)	Değer (2017)	Değer (2018)	Değer (2019)
Toplam	10.498.879	10.971.730	11.648.427	11.608.418
ABD	1.829.270	1.846.386	1.970.563	2.008.228
Almanya	750.547	757.238	767.084	766.941
İngiltere	566.956	595.689	619.537	637.910
Kanada	401.148	434.227	453.419	422.756
Fransa	431.571	456.660	434.994	417.874

¹⁷ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021¹⁸ Erişim Adresi, www.trademap.org. Erişim, Mayıs 2021

Hollanda	373.276	403.951	420.320	400.401
Belçika	298.914	282.632	332.330	323.186
Çin	182.141	188.926	243.950	283.872
S. Arabistan	138.331	175.992	240.499	258.605
İsveç	214.569	223.159	238.995	243.635
88. Turkey	15.503	17.761	17.418	18.737

Kaynak: Trademap

ŞEKERLİ MAMULLER PAZARLAMA KANALLARI VE SEKTÖRDEKİ BÜYÜK FİRMALAR

Körfez ve Arap ülkelerinde süpermarket / hipermarket, dağıtım kanalı satışlarında önemli bir paya sahiptir. Bölgedeki süpermarket / hipermarketleri genişletmek, indirimler ve çok sayıda çeşit sunmak tüketicilerin satın alma dürtülerini yönlendirmektedir. İnternet kullanımının yaygın olduğu gelişmiş Asya-Pasifik ülkelerinde ise süpermarket ve market satışlarıyla rekabet içinde olan e-ticaret satışları ise gün geçtikçe artmaktadır. Bu sebeple seçilen ülkenin pazar dinamiğinin iyi okunması gerekmektedir. Sağlık ve zindeliğe odaklanan yenilikçi ürün lansmanları da bu bölge için önemli bir pazarlama stratejisidir.

Çeşitli şirketler, ürün lansmanları, ürün onayları ve patentler ve etkinlikler gibi organik büyüme stratejilerine odaklanmaktadır. Piyasadaki diğer oyuncular ise inorganik büyüme stratejileri ile satın almalar, ortaklık ve iş birlikleri geliştirmektedir. Bu faaliyetler, piyasa oyuncularının iş ve müşteri tabanının genişlemesinin yolunu açmıştır. Kakaosuz şekerli mamullerde önde gelen endüstri liderleri şunlardır:¹⁹

- Nestle SA (İsviçre)
- Chupa Chups SA. (İspanya)
- Cadbury PLC. (Londra)
- Kraft Foods Inc. (ABD)
- Ferrero SpA. (İtalya)
- The Hershey Company (ABD)
- Perfetti Van Melle S.P.A. (İtalya)
- HARIBO Dunhills (Pontefract) PLC (Birleşik Krallık)
- Lotte Confectionery Co Ltd (Güney Kore)

¹⁹ Erişim Adresi, <https://www.theinsightpartners.com/reports/sugar-confectionery-market> .Erişim, Mayıs 2021

- WM Wrigley JR Company (ABD)

COVID-19 PANDEMİSİNİN ETKİSİ

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin bu sektöre hem olumlu hem olumsuz etkileri olmuştur. Değişen tüketici harcama alışkanlıkları (kişinin kendisinin veya karşı tarafın duygusunu hoş tutmaya yönelme hali), e-ticaretin hayatımıza çıkmayacak şekilde yerleşmesi, genç nüfusu artan pazarların olması sektöre pozitif bir ivme kazandırmaktadır. Ek olarak, öksürük damlaları, beslenme tabletleri bu dönemde revaçta olan gıda takviyeleri olup, pazara az da olsa bir hareket getirmiştir. Fakat pandeminin başlarında birçok ülkede yasaklara doğrultusunda temel gıdalara yönelim olmuştur, süt, ekme, yumurta ve paketli gıdalar gibi. Bu dönemde çikolata ve çikolatalı şekerlemelerde küçük düşüşler yaşanırken, sakız ve şekerleme satışları hızlı bir düşüşe tanık olmuştur.

Bunun yanı sıra artan hammadde fiyatları ve lojistik maliyetlerinin önümüzdeki altı yıl içinde pazar büyüme hızını engellemesi beklenmektedir.²⁰ Birçok ülke, küresel ticareti ve tedarik zincirlerini kesintiye uğratarak seyahat kısıtlamaları uygulamış, sınırları ve fabrikaları kapatmıştır. Bu hem üretimi hem tüketimi azaltan bir faktördür. Brezilya'dan sonra dünyanın en büyük şeker üreticisi Hindistan'daki (küresel anlamda şekerin yaklaşık %15'ini ve şeker kamışının %25'ini üretmektedir) Hindistan Şeker Fabrikaları Birliği'ne (ISMA) göre, 2020 yılının ilk 4 ayında şeker fabrikalarındaki satılmamış şeker ve etanol yaklaşık 9,6 milyon dolar değerindedir.²¹ Bu unsurlar şeker fabrikalarının nakit akışını düşürmekte ve kaybedilen fırsatı telafi edemeyecek şekilde sektörü etkilemektedir. Şeker hem sektörün ana bileşeni hem de hammaddesidir.

SONUÇ

Sonucu Türkiye açısından değerlendirecek olursak, COVID-19 pandemisi temel gıda ihtiyaçları başta olarak, gıda gereksiniminin ne kadar önemli olduğunu tüm dünyaya göstermiştir. Bunu yanı sıra, insanın kendini duygusal açıdan hoş hissetmesi, e-ticaretin yaygınlaşması ile hediye şekerleme ürünlerinin ön plana çıkması, dünyada artan genç nüfus ve alım gücünün yükselmesi Türkiye için de ihracatını arttırmak için önemli faktörlerdir. Bunun yanı sıra helva ve lokum bulduğumuz coğrafyaya ait özel ürünler olup,

²⁰Erişim Adresi, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/confectionery-market> .Erişim, Mayıs 2021

²¹ Erişim Adresi, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7258605/> .Erişim, Mayıs 2021

muhakkak bunlar için uygun ülkelerin belirlenip pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmesi şarttır. Örneğin, Çin’de son dönemde Türk Kahvesine oldukça yoğun ilgi vardır, bu ürünle pazara girerken tamamlayıcı ürün olan lokum içinde pazarlama faaliyetleri muhakkak yapılmalıdır. Bunun yanı sıra, helvanın içindeki tahinin ve çövenin sağlıklı yönleri ortaya çıkılarak, farklı ambalajlama şekilleri kullanılarak; sağlıklı ve yüksek kalorili atıştırmalık olarak birçok ülkede piyasaya sürülebilir.