



ARTAN GIDA FİYATLARI KARŞISINDA BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN GIDA FİRMALARININ FİNANSAL PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Şahnaz KOÇOĞLU¹
Cihan TANRIÖVEN²

Özet

Bu çalışmanın amacı, sürekli gıda fiyatlarının arttığı bir ekonomik konjonktürde Borsa İstanbul'da işlem gören gıda firmalarının finansal performansını değerlendirmektir. Artan gıda fiyatlarının en çok etki etmesi gereken sektör gıda sektörüdür. Bu etki olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Artan gıda fiyatlarının artan girdi maliyetine dönüşüp olumsuz etki yaratması mümkündür. Fakat artan gıda fiyatları karşısında tüketicinin paketlenmiş hazır gıdalara yönelip, sektörün satışlarına olumlu etki yapması da olasıdır. Bu amaçla, öncelikle gıda fiyatlarında 2012-2017 yılları arasında trend incelenmiştir. Daha sonra, gıda sektöründe faaliyet gösteren Tukaş, Ülker, Penguen, Tat, Kerevitaş, Avod, Pınar Et ve Un ve Pınar Süt firmalarının dönem net karı(zararı), toplam varlıklar, toplam özkaynak, toplam satışlar kalemlerinin ortalaması alınarak sektörü temsil eden bir veri yaratılmıştır. Sonuç olarak, artan gıda fiyatları karşısında, sektör büyümekte ve finansal performansı da iyileşmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda amaç, gıda fiyatlarının gıda firmalarının finansal performansına olan olumu etkisini ekonometrik modellerle ispat etmek olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Piyasalar, Gıda Endüstrisi, Finansal Performans.

Jel Sınıflandırılması: G3, G10, E44.

THE INCREASING FOOD PRICES AND THE EVALUATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF FOOD COMPANIES ENLISTED IN ISTANBUL STOCK EXCHANGE

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the financial performance of the Food Companies enlisted in Istanbul Stock Exchange during a period in which the food prices have been rising dramatically. Increasing food prices are supposed to affect the food industry most strongly. This effect could be positive or negative. Increasing food prices may cause higher cost and as a result lower profit for food companies. On the other hand, consumers may go for packed food which is comparably cheaper than fresh fruits, vegetables and meat. That would result in higher sales and profit for food companies. To decide which result is more possible, the food prices in Turkey between years 2012-2017 is revealed. Financial indicators such as profit(loss) equity, total assets and sales revenue have been used to analyze the performance of Tukaş, Ülker, Penguen, Tat, Kerevitaş, Avod, Pınar Et and Un and Pınar Süt. Then the average of these indicators has been calculated to represent the overall food industry. As a result, although the food prices in Turkey have been increasing, the financial performance of food companies has been improving. For further studies, econometric models will be used to prove the positive effect of food prices on the financial performance of food industry.

Key Words: Financial Markets, Food Industry, Financial Performance.

Jel Classification: G3, G10, E44.

¹ Dr., Gazi Üniversitesi, İİBF, sahnazkocoglu@gmail.com

² Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İİBF, cihan@gazi.edu.tr

GİRİŞ

2000'li yılların başında uluslararası gıda fiyatları beklenmedik bir artışa geçmiştir. Gıda fiyatlarındaki artışla beraber, ekonomistler artışın neden olabileceği olumsuz ekonomik etkiler üstüne eğilmişlerdir. Özellikle Türkiye'de son yıllarda, uluslararası gıda fiyatlarında meydana gelen artıştan çok daha fazla artış gözlemlenmektedir. Toplumdaki her bir bireyin gündemini işgal etmekte olan gıda fiyatlarındaki önlenemez enflasyon, Türkiye'nin kanayan bir yarası haline gelmiştir. Fakat artan gıda fiyatlarının Türkiye ekonomisine olan etkisi hala literatürde yeterli ilgiyi görmemektedir. Özellikle, artan fiyatların gıda firmalarına nasıl etki edeceği finansçılar tarafından göz ardı edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, ileride yapılacak olan daha kompleks ve ekonometrik modellerle desteklenecek çalışmalara öncülük etmek ve gıda firmalarının gıda fiyatlarının sürekli arttığı bir konjonktürde gıda firmalarının performans değerlendirmesini göz önüne sermektir.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde, artan gıda fiyatları ile ilgili birçok çalışma bulunmakta ve ekonomistler tarafından gıda fiyatlarının fakirliğe ve ülke ekonomisine etkisi incelenmektedir. Fakat gıda fiyatlarının üretici firmalara etkisi, üretici firmaların finansal performansı ile gıda fiyatları arasındaki ilişki finansçılar tarafından henüz derinlemesine incelenmemiştir. 2000'li yılların başlarında beklenmedik derecede artan gıda fiyatlarının sonucunda, ekonomistler bu konuya ilgi göstermeye başlamışlardır. Ivanic ve Martin (2008) yükselen gıda fiyatlarının fakirliğe etkisinin çok yönlü olabileceğini belirtmişlerdir. Bunun nedeni ise, artan gıda fiyatlarının aslında fakir olan üretici kesimi kalkındırabileceği gibi, aynı zaman da üreticiye yeterli fayda sağlamazken, gelirinin büyük kısmını hali hazırda gıdaya harcamak zorunda olan fakir tüketiciyi daha da fakirleştirebilecektir. Bundan dolayı detaylı bir analiz yolu ile ancak artan gıda fiyatlarının gerçek etkisi ortaya konabileceğini belirtmişlerdir. Bu amaçla, düşük gelir grubundan 9 ülkeyi (Bolivya, Kamboçya, Madagaskar, Malavi, Nikaragua, Pakistan, Peru, Vietnam, Zambiya,) incelemişler ve artan gıda fiyatlarının, düşük gelir grubundaki ülke üreticilerine olumlu etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Fakat artan fiyatların, özellikle net gıda tüketicisi olan kitleye olumsuz etkisinin büyük olduğunu ve genel olarak yoksulluğu arttırdığını bulmuşlardır. Hoyos ve Medyedev (2011)'de benzer sonuçlara ulaşmışlardır ve artan gıda fiyatlarının çiftçilere getirdiği faydanın sınırlı, fakat yoksulluğa etkisinin ciddi boyutlarda olduğunu altını çizmişlerdir. Bu nedenle gıda fiyatlarındaki artışın dikkatle gözlemlenmesi gerekmektedir. 2000'li yıllarda başlayan ve hala yukarı yönlü trend gösteren gıda fiyatlarının Headey ve Fan (2008) tarafında da belirtildiği gibi birçok nedeni bulunmaktadır. İklim değişikliği, bazı tahılların biyolojik yakıt olarak kullanılması, hızla artan nüfus gibi faktörler genel kabul görmüş nedenler olarak ortaya konmaktadır. Ayrıca Gibert (2010) parasal büyüme ve kurlardaki değişimlerin de global tarım ürünlerinin fiyat artışlarında çok önemli olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç itibari ile, gıda fiyatlarının ardında bu kadar çok ve çeşitli nedenin olması, kontrolünün de zor olduğunu ortaya koymaktadır. Bu şartlar altında önümüzdeki yıllarda gıda fiyatlarında artış ya da fiyatlarda yüksek oynaklık gözlemlemek şartırcı olmayacaktır.

Gıda fiyatlarındaki artışın ülke ekonomisine olan olumsuz etkisi ve yoksulluğu artırıcı rolü ortaya konmuş olsa bile, bu artan gıda fiyatlarından gıda sektörünün nasıl etkilendiği ortaya henüz konmamıştır. Literatürde gıda firmalarının finansal analizi ile ilgili bile oldukça sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda öncelikle sektörün yapısal durumu incelenmiştir. Schumache ve Boland (2005) gıda endüstrisindeki firmaların karlılığını incelemişlerdir ve firma özelindeki faktörlerin endüstrinin kendisinden daha önemli bir etken olduğunu bulmuşlardır. Sektörün Avrupa'daki performansını inceleyen benzer bir çalışma Schiefer ve Hartmann(2009) tarafından yapılmış ve firma özelliklerinin, endüstri karakteristiğine göre firma karı üstünde daha önemli etkisi olduğunu bulmuşlardır. Zouaghi, Hirsch ve Garcia (2016) ise firmaya özgü nedenlerin karlılıktaki büyük etkisini İspanya için ortaya koymuşlardır. Sektörün finansal yapısının, performansına nasıl etki ettiği ile ilgili başka bir çalışmayı Hossain ve Jain, Govindasamy (2005) Amerika için yapmışlardır. Artan borç kullanımının gıda sektöründe verimliliğe ve karlılığa olumsuz etkisi

olduğunu ve temettü ödemelerinin ise aksine olumlu etki ettiğini bulmuşlardır. Sektörün karlılık durumu ile Hirsch ve Gschwandtner (2013) Avrupa'daki 5 büyük tarım ülkesi için (İtalya, İspanya, İngiltere, Fransa ve Belçika) sektörün karlılığının istikrarını incelemişler ve diğer üretim sektörleri ile kıyaslandığında karın istikrarlı olmadığı sonucuna varmışlardır. Bunun nedeninin ise sektördeki rekabet ve perakendecilik sektöründeki konsantrasyon olduğu yorumunda bulunmuşlardır.

Kısaca, artan gıda fiyatlarının yoksulluğa ve ekonomiye etkisi makroekonomik düzeyde özellikle 2000'li yıllarda baş gösteren ani fiyat artışları dolayısıyla iktisadi çalışmalara konu olmuştur. Gıda sektörüne dair çalışmalarda ise, firmaların finansal performansına göreceli olarak sektör özelliklerinin mi yoksa firma özelliklerinin mi daha çok etkisi olduğu soruna yoğunlaşmıştır. Fakat gıda firmalarının artan gıda fiyatlarından nasıl etkilendiği, finansal performanslarının gıda fiyatları ile ilişkilendirip ilişkilendirilemeyeceği literatürde yeterli ilgiyi görmemiştir. Bu çalışmanın amacı, bu konuya giriş yapmak ve fiyat artış dönemlerinde gıda firmalarının finansal durumlarının nasıl geliştiğine dair bir ön çalışma yapmaktır.

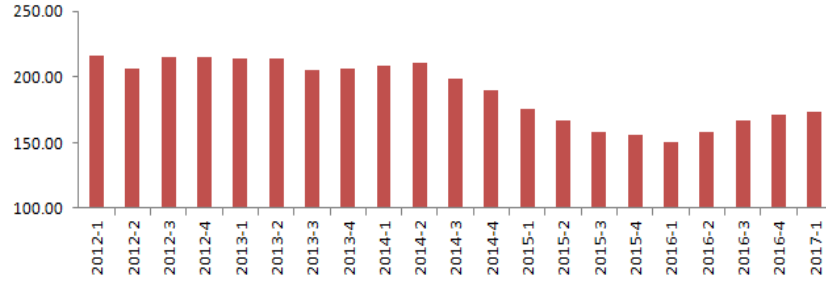
II. METODOLOJİ VE VERİLER

Bu çalışmada 2012 Ocak -2017 Mart dönemleri arasında Türkiye'deki gıda firmalarının finansal verileri değerlendirilmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul'da işlem gören Tukaş, Ülker, Penguen, Tat, Kerevitaş, Avod, Pınar Et ve Un ve Pınar Süt firmalarının verilerinden faydalanılmıştır. Alkollü ve gazlı içecek üreticileri, yalnızca şekerleme ve bisküvi üreten firmalar, ağırlıklı olarak sadece meyve ve sebze işleyen firmalar, çalışmanın amacı doğrultusunda veri setinden çıkarılmıştır. Bu çalışmada, tüketicinin temel gıda ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik üretim yapan firmalardan, verilerine belirtilen zaman diliminde ulaşılan şirketler analiz kapsamına alınmıştır. Öncelikle firmaların günlük hisse senedi verileri ve Bist 100 endeksi verileri Datastream programı ile elde edilmiştir. Fakat hisse senedi verileri, firmaların finansal performansını değerlendirmede yeterli bulunmadığından Kamuyu Aydınlatma Platformunda şirketlerin dönemlik gelir tablosu ve bilançosu elde edilmiştir. Gelir tablosu ve bilançodan, net satışlar, dönem karı(zararı), toplam varlıklar ve toplam özsermaye kalemleri kullanılmıştır. Her bir firma için 21 adet dönem verisi elde edilmiş ve toplamda 168 veri kullanılmıştır. Daha sonra gıda fiyatlarındaki hareketi görebilmek amacıyla, aynı dönem için, FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) tarafından yayınlanan aylık gıda endeksi verileri elde edilmiştir. Ayrıca TÜİK tarafından Tüketici Fiyat Endeksi ana gruplarından Gıda ve Alkolsüz İçecekler için yayınlanan aylık endeks verileri kullanılmıştır. Fakat veriler aylık olduğundan ve firma verileri 3 aylık dönemler için yayınladığından, gıda fiyat endeksi rakamları her üç aylık dönem için ortalama alınarak, 3 aylık dönem verileri şekline çevrilmiştir.

III. ANALİZ VE BULGULAR

Öncelikle gıda fiyatlarının seyrini anlamak gerekmektedir. Grafik 1'de FAO tarafından hazırlanan Gıda Endeksinin 2012-2017 dönemi arasındaki seyri gösterilmiştir. Uluslararası gıda fiyatlarını temsil eden endeksteği değişim incelendiğinde, 2012-2014 döneminde durağan seyreden fiyatlar, 2016 yılına kadar düşüş eğilimi göstermiş, daha sonra tekrar yükselişe geçmiştir. Fakat şaşırtıcı biçimde, uluslararası pazarda gıda fiyatlarında aşırı bir artış gözlemlenmemektedir. Uzun vadeli incelendiğinde, genel bir düşüş trendi olduğu bile iddia edilebilir.

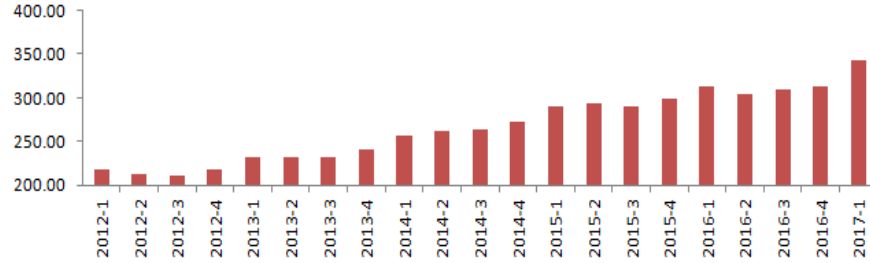
Grafik 1: FAO Gıda endeksi



Kaynak: FAO,2017.

Uluslararası gıda fiyatları, ulusal pazarları etkilese de gıda fiyatlarını en çok etkileyen faktörler hala yerel şartlardır. Bu nedenle, gıda ve alkolsüz içecekler için TÜİK tarafından hazırlanan Tüketici Fiyat Endeksi verileri daha çok önem arz etmektedir. Grafik 2'de görüldüğü üzere, 2012'den bu yana gıda fiyatları Türkiye'de ciddi biçimde artış göstermiştir. 2012'nin ilk yarısında yaklaşık 217 olan endeks değeri, 2017'nin ilk döneminde yaklaşık 344'e ulaşmıştır. Beş senede fiyatlar neredeyse %60 oranında artış göstermiştir. Türkiye'nin sürekli artan nüfusu, gıda üretiminde verimliliğin artmaması, gıda çiftçilerinin ekonomik nedenler dolayısıyla topraklarını terk edip büyük şehirlere taşınması, gıda üretimindeki en önemli girdiler olan mazot, yem, gübre fiyatlarındaki artışlar gibi nedenlerden ötürü gıda fiyatları uzun zamandır ciddi bir artış göstermektedir ve bu artışın kısa bir zaman diliminde yavaşlaması beklenmemektedir. Gıda ve Tarım Bakanlığı birçok önlem almakta ve yeni eylem planları hazırlamakta fakat yapısal sorunlar nedeniyle, tüm bu çabaların gıda fiyatlarına etkisi kısıtlı olmaktadır.

Grafik 2: Alkolsüz İçecekler ve Gıda Fiyat Endeksi



Kaynak: TÜİK, 2017.

Türkiye nüfusunun büyük kısmı metropollerde yaşamakta ve büyük şehirlerde yaşayan bireyler gıda ihtiyacının önemli bir bölümünü büyük marketlerden karşılamaktadır. Bu nedenle hazır gıda üretimi yapan firmalar, büyük şehirlerde yaşayan nüfusun gıda tüketiminde ciddi bir öneme sahiptir. Gıda fiyatlarındaki artışın etkisi bu firmalara iki şekilde olabilir. Öncelikle, girdi anlamında maliyet artışı ve bunun sonucu olarak gıda firmalarının karının düşmesi beklenebilir. Tam tersi şekilde ise, pazarda ve marketteki taze meyve, sebze ve şarküteri ürünlerinin fiyatlarındaki artış, tüketicilerin hazır gıdalara yönelmesi ile sonuçlanabilir. Hazır gıda tüketimindeki artış ise, gıda firmalarının satışlarının artışına neden olabilir. Bu iki zıt görüşü değerlendirmek amacıyla, gıda firmalarının performansı dönemsel olarak değerlendirilmelidir. Bu amaçla, gıda firmalarının öncelikle borsa performansını değerlendirmek amacıyla, günlük hisse senedi verileri ile grafikler oluşturulmuş ve ekler bölümünde paylaşılmıştır. Özellikle Ülker, Tat ve Pınar Et ve Un firmalarının 5 senelik analiz döneminde oldukça iyi bir performans gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmada gıda firmalarının hisse senedi verileri üstünde özellikle durulmayacaktır. Bunun en önemli nedeni, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ve sonrasında gelişen siyasi olaylar nedeniyle, Türkiye Borsası ciddi oranda dış etkenlere bağlı olarak düşüş göstermiştir. Bu durum borsada işlem gören tüm firmalar için de olumsuz bir durum oluşturmuş ve firmaların kendi özel koşullarının hisse senedi fiyatlarına etkisini gözlemlemeyi zorlaştırmıştır. Tablo 1'de öncelikle firmaların temel finansal verileri paylaşılmıştır. Veriler Datastream programında elde edilmiştir ve bazı verilere ulaşamamıştır. Pazar

Değeri açısından en değerli firma Ülker olmaktadır. Ülker ne kadar şekerleme, bisküvi ve çikolata üretiminde akla gelen ilk firma olsa da, son yıllarda gıda alanında ürün yelpazesini ciddi oranda genişletmiştir.

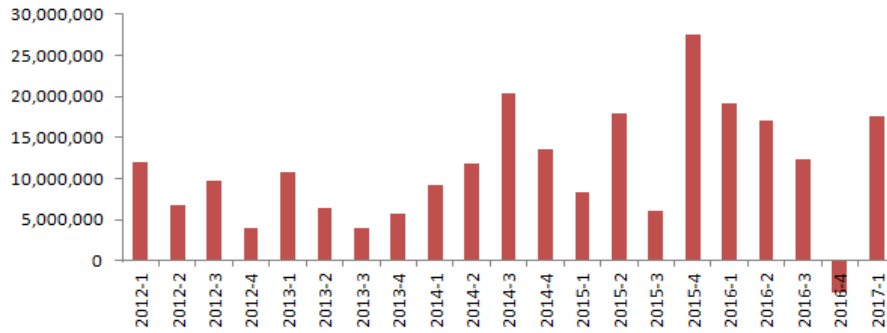
Tablo 1: Türkiye Gıda Firmaları Temel finansal Verileri

Firma	Beta	Pazar Değeri (TL)	ROE(%) (12/2016)	Pazar/Defter Değeri (12/2016)
Tukaş	0.642	719.80M	11.80	2,70
Ülker	1.039	7147.79M	15.12	3.35
Penguen	0.640	119.54M	-19.32	2.16
Tat	0.605	961.52M	14.72	1.69
Kerevitaş	0.797	301.71M	-	-4.23
Avod	0.520	51.75M	-0.22	0.93
Pınar Et	0.400	423.38M	14.47	-
Pınar Süt	0.383	656.29M	10.17	-

Kaynak: Datastream, 2017.

Belirtildiği gibi, bu çalışmada hisse senedi verilerinden ziyade bilanço ve gelir tablosu verileri üstünden sektör analiz edilmeye çalışılacaktır. Gıda fiyatlarındaki artış karşısında, gıda firmalarının finansal olarak nasıl etkilendiğini bulmak amacıyla, öncelikle dönem net karı(zararı) kalemi incelenmiştir. Bu amaçla, her dönem için belirtilen firmaların dönem net karı (zararı) bulunmuş ve daha sonra bu kalemin ortalaması alınarak sektör için bir ortalama elde edilmiştir. 2012 birinci Dönem ile 2017 birinci dönem arası değerlendirildiğinde, net karda yaklaşık %45 büyüme gözlemlenmiş olsa da ara dönemlerde karın ciddi seviyede dalgalandığı görülmektedir. Özellikle 2015 son dönemine kıyasla 2016 son döneminde yüzde yüzden daha fazla kayıp olmuştur. Bunun nedenleri arasında 2016 yılında gerçekleşen darbe girişimi ve Türkiye ekonomisinin çalkantılı bir döneme girişi gösterilebilir.

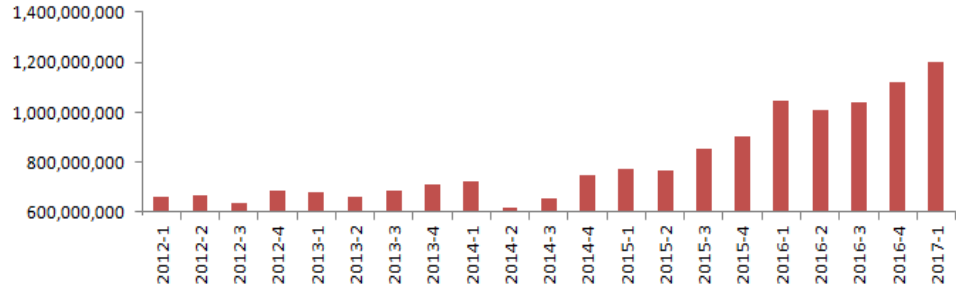
Grafik 3: Gıda Firmaları Ortalama Net Karı



Kaynak: KAP,2017.

Analiz edilen 5 yıllık dönemde, gıda firmalarının toplam yatırımlarını görmek amacıyla toplam varlıklar kaleminin ortalaması alınarak hazırlanan grafik aşağıda paylaşılmıştır. 2012 ilk çeyreği ile 2017 ilk çeyreği arasında toplam varlıklarda yaklaşık %80 artış görülmüştür. Yine 2016 yılının finansal olarak sıkıntılı bir yıl olmasına rağmen, artış devam etmiş ve gıda firmaları yatırıma devam etmişlerdir. Aslında bu durum, firmaların ekonomik durgunluğa rağmen pazarın büyüyeceğine karşı olan inancını göstermektedir. Sektör yatırıma devam etmiş ve gıda tüketiminde artış olacağına öngörerek hareket etmiştir.

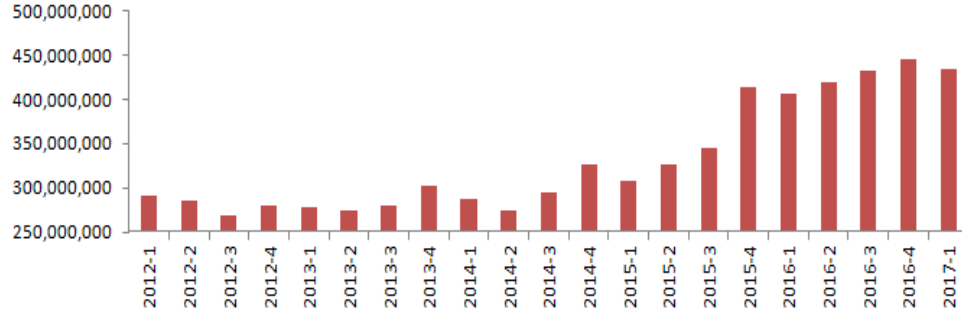
Grafik 4: Gıda Firmaları Ortalama Toplam Varlıkları



Kaynak: KAP,2017.

Analiz edilen dönemde sektördeki ortalama öz kaynak tutarı yaklaşık %50 artmıştır. Yine 2014'te başlayan büyüme trendi durmadan devam etmiş, 2016 yılının başında ufak bir düşüş göstermiştir fakat sonrasında özsermaye artışı devam etmiştir.

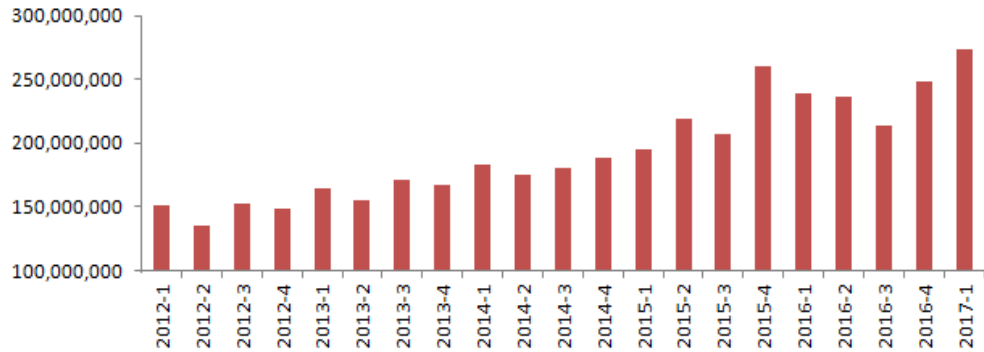
Grafik 5: Gıda Firmaları Ortalama Öz kaynak



Kaynak: KAP,2017.

Son olarak bizce en önemli kalem ve en iyi gösterge olan sektördeki ortalama satışlar analiz edilmiştir. Dönem aralığında ortalama satışlar %80'den fazla artış göstermiş ve 5 senelik dönemde toplam nüfus artışından çok daha yüksek gerçekleşmiştir. Bu artışı elbette ki birçok nedene bağlamak mümkündür. Belirtildiği gibi artış, hazır gıda tüketimindeki artış nüfusun büyük şehirlere göç etmesi, tarımsal olarak üretici nüfus azalırken tüketici nüfusun artması, yabancı ülkelere yapılan ihracat gibi birçok nedene bağlanabilir. Fakat gıda fiyatlarındaki artışın etkisinin olabileceği de göz ardı edilmemelidir.

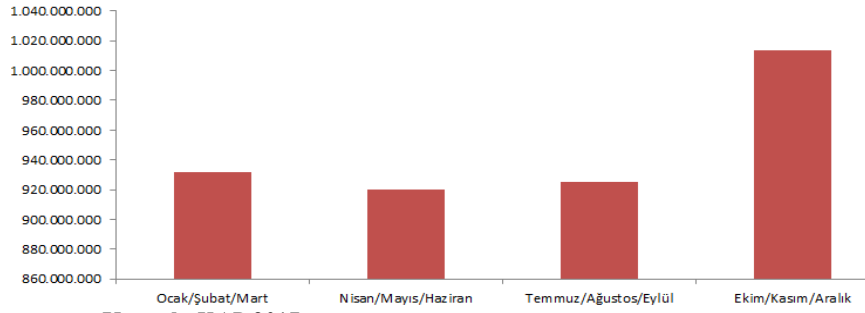
Grafik 6: Gıda Firmaları Ortalama Satışlar



Kaynak: KAP,2017.

Bu iddiayı desteklemek amacıyla Grafik 7’de firmaların dönemlik satış ortalamaları grafiği paylaşılmıştır. 2012 birinci dönem ve 2016 dördüncü dönem arasında, gıda firmalarının satış toplamları her bir dönem içinde toplanmıştır. 2017 birinci dönemi, dönem sayılarının eşit olması için grafikten çıkarılmıştır. Sonuç olarak, Ekim, Kasım Aralık, Ocak, Şubat ve Mart aylarını kapsayan birinci ve dördüncü dönemlerin toplam satışları, diğer iki dönemin toplam satışlarından daha fazla olmaktadır. Bizce bu artış, gıda fiyatlarındaki artışa bağlanabilir. Sonbahar ve kış ayları, Türkiye’de en çok tüketilen domates ve biber gibi sebze ve meyvelerin fiyatlarının en yüksek olduğu dönemdir. Domates kilo fiyatı yaz aylarında 1 TL’ye kadar gerilerken kış aylarında tam tersi olarak 10 TL’ye kadar fiyatı çıkabilmektedir. Özellikle taze sebze ve meyve fiyatlarındaki bu orantısız artış, müşterilerin marketlerde paketlenmiş hazır gıdalara yönelmesine neden olmaktadır. Kış aylarında talebinin artışı beklenen ürünler konserve sebzeler, hazır çorbalar, kavanozlu meyve reçelleri ya da marmelatları, salça ve püre gibi ürünlerdir. Kısacası, gıda firmalarının satışlarında meydana gelen bu artışın nedenlerinden bir tanesi, özellikle Türk mutfağında önemli rolü olan bazı sebze ve gıdaların fiyatlarındaki artış karşısında, tüketicilerin göreceli olarak daha ucuz olan paketlenmiş ürünleri tercih etmesi olabilir.

Grafik 7: Gıda Firmaları Dönemlik Ortalama Satış Tutarları



Kaynak: KAP,2017.

SONUÇ

Bu çalışmada, artan gıda fiyatları ile gıda firmalarının finansal performansı ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, 2012-2017 dönemleri arasında Türkiye'deki gıda fiyatlarının artışı gösterilmiştir. Daha sonra, Tukaş, Ülker, Penguen, Tat, Kerevitaş, Avod, Pınar Et ve Un ve Pınar Süt firmalarının finansal performansını değerlendirmek amacıyla, dönem net karı (zararı), toplam varlıklar, öz kaynak ve satışlar kalemleri elde edilmiştir. 2012 Ocak ile 2017 Mart ayları arasında iki aylık dönemlere ait gelir tablosu ve bilanço kalemlerinin ortalaması alınarak, sektörün genel görünümü için bir değer elde edilmiştir. Ortalama toplam kar, dalgalanma gösterse de, ortalama toplam varlık, ortalama toplam sermaye ve ortalama toplam satışlar analiz döneminde artış gösteren kalemler olmuştur. Özellikle satışlardaki artış, gıda fiyatlarındaki artış ile beraber anlam kazanmıştır. Gıda firmalarının toplam satışları Ocak, Şubat, Mart, Ekim, Kasım, Aralık aylarında daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu göreceli yüksekliğin birçok nedeni olabilmekle birlikte, bu aylarda taze meyve ve sebzelerin fiyatlarının en yüksek olduğu ve tüketicilerin göreceli olarak daha düşük fiyatlı paketlenmiş hazır gıdalara yöneldiği unutulmamalıdır. Bu çalışmada, artan gıda fiyatlarının sektöre olumsuz etkisinin olmadığı, tam tersine satışların yükselmesine neden olabileceği gösterilmiştir. Sonraki çalışmalarda, ekonometrik modellerin yardımı ile gıda fiyatlarının gıda firmalarının finansal performansına direk etkisinin olup olmadığı araştırılacaktır. Bu çalışma sonraki çalışmalar için öncü rolü oynamıştır.

KAYNAKÇA

- De Hoyos, R. E., & Medvedev, D. (2011). Poverty effects of higher food prices: a global perspective. *Review of Development Economics*, 15(3), 387-402.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>, Giriş Tarihi Temmuz 2017
- Gilbert, C. L. (2010). How to understand high food prices. *Journal of Agricultural Economics*, 61(2), 398-425.
- Headey, D., & Fan, S. (2008). Anatomy of a crisis: the causes and consequences of surging ofod prices. *Agricultural Economics*, 39(s1), 375-391.
- Hirsch, S., & Gschwandtner, A. (2013). Profit persistence in the food industry: evidence from five European countries. *European Review of Agricultural Economics*, 40(5), 741-759.
- Hossain, F., Jain, R., & Govindasamy, R. (2005). Financial structure, production, and productivity: evidence from the US food manufacturing industry. *Agricultural Economics*, 33(s3), 399-410.
- Ivanic, M., & Martin, W. (2008). Implications of higher global food prices for poverty in low-income countries. *Agricultural economics*, 39(s1), 405-416.
- Kamuyu Aydınlatma Platformu, www.kap.org.tr, Giriş Tarihi Temmuz 2017
- Schiefer, J., & Hartmann, M. (2009). Industry, firm, year, and country effects on profitability: Evidence from a large sample of EU food processing firms. *Agricultural & Applied Economics Association*, 1, 30.
- Schumacher, S., & Boland, M. (2005). The effects of industry and firm resources on profitability in the food economy. *Agribusiness*, 21(1), 97-108.
- Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr, Giriş Tarihi Temmuz 2017
- Zouaghi, F., Hirsch, S., & Garcia, M. S. (2016). What drives firm profitability? A multilevel approach to the Spanish agri-food sector. In 56th Annual Conference, Bonn, Germany, September 28-30, 2016(No. 244762). German Association of Agricultural Economists (GEWISOLA).