

Türkiye Bira Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları*

Türkiye Bira Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları*

Amsterdam / İstanbul, Haziran 2011

Bu rapor, Türkiye'deki Bira ve Malt Üreticileri Derneği'nin talebi üzerine, Ernst Young Kurumsal Finansman Danışmanlık A.Ş. ve Regioplan Policy Research adlı araştırma kuruluşu tarafından hazırlanmıştır.

* İngilizce orijinalinin Türkçe çevirisidir. Metinler arası uyumsuzluk söz konusu olduğunda İngilizce orijinali dikkate alınmalıdır.

Telif Hakkı Uyarısı

Bu yayının telif hakları saklıdır. Bira ve Malt Üreticileri Derneği'nin onayı alınmadan kısmen veya tümüyle hiçbir şekilde çoğaltılamaz, mikrofilmi çekilemez ve elektronik ortama sunulamaz.

İçindekiler

▶ Giriş	1
▶ Rapor Hakkında Bilgiler	2
▶ 1. Türkiye Bira Pazarı	4
▶ 2. Devlet (Kamu) Gelirleri	11
▶ 3. Katma Değer	17
▶ 4. İstihdam	19
▶ 5. Bira Şirketlerinin Satın Aldıkları Mal ve Hizmetler	26
▶ 6. Gelişmeler	29
▶ Kaynakça	32
▶ Ek I: Metodoloji ve Kapsam	33
▶ Ek II: Veri Kaynakları	35
▶ Ek III: Değişkenler ve Tahminler	36
▶ Ek IV: Döviz Kurları	40
▶ Ek V: Enflasyon Oranları	41
▶ Ek VI: Terimler Sözlüğü	42
▶ Ek VII: Uluslararası Ülke Kodları	46
▶ Ek VIII: Tedarikçilere Sağlanan Katkılar	47
▶ Ek IX: İletişim Bilgileri	48

Giriş

Türkiye Bira Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkılarına İlişkin Önemli Sonuçlar:

- ▶ Türkiye bira pazarına iki büyük şirket hâkimdir: Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. (Efes) ve Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş. (Tuborg). Ayrıca Türkiye bira pazarında faaliyet gösteren küçük ölçekli beş özel sektör kuruluşu daha bulunmaktadır.
- ▶ 2010 yılında Türkiye'deki toplam bira **üretimi** 2009 yılına göre %0,6 artarak **10.278.536 hektolitreye** (hl) ulaşmıştır.
- ▶ Türkiye'de üretilen biranın her yıl yaklaşık %10'u ihraç edilmektedir. Almanya, Lübnan, Irak ve Azerbaycan başlıca **ihracat** pazarlarıdır. 2010 yılında 51,6 milyon Euro tutarında, **1.077.333 hl** (2009 yılı hacminin %9 üzerinde) bira ihraç edilmiştir.
- ▶ Türkiye'ye bira **ithalatı** önemli boyutlarda değildir; 2010 yılında 1 milyon Euro tutarında, **13.800 hl** bira ithal edilmiştir.
- ▶ 2010 yılında bira **iç tüketim** hacmi **9.215.003 milyon hl** olarak gerçekleşmiştir (2009 yılındaki tüketimin 20.100 hl altında). Türkiye'de kişi başına bira tüketiminin düşük bir seviyede olduğu düşünülmektedir. 2010'da AB-27 ülkelerindeki ortalama kişi başı tüketim 75,3 litre/kişi iken, bu miktar Türkiye'de 12,4 litre/kişi olarak gerçekleşmiştir.
- ▶ 2010 yılında bira üretim ve satışlarının **toplam istihdama** etkisinin **53.570 iş** olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam, bira fabrikalarındaki ve dolaylı olarak tedarik, perakende ve turizm / eğlence sektörlerinde birayla bağlantılı işlerdeki istihdamı kapsamaktadır. 2010 yılında istihdam edilen kişi sayısı, 2009'dakine göre 2.100 azalmıştır.
- ▶ Tahminlere göre, 2009-2010 döneminde bira üretim ve satışı ile sağlanan toplam **katma değer** yaklaşık **763 milyon Euro**'dan **818 milyon Euro**'ya yükselmiştir (%7 artış).
- ▶ Toplam **devlet (kamu) gelirleri** de aynı dönemde 1,3 milyar Euro'dan **1,6 milyar Euro**'ya yükselmiştir. Kamu gelirleri, kurumlar vergisi, ücret gelirleri üzerinden alınan gelir vergisi, KDV ve ÖTV hasılatı ile sosyal güvenlik katkı paylarını içermektedir.
- ▶ Türkiye'de 1.000 hl'lik bira üretiminden devletin elde ettiği gelir, GSYH tutarı Türkiye'ninki ile kıyaslanabilir olan AB ülkelerindeki devlet gelirlerinden çok daha yüksektir. Mutlak rakamlarla, Türkiye'deki kamu geliri, alkollü içkilerin en yüksek oranda vergilendirildiği AB ülkelerinden İrlanda, Finlandiya ve İsveç'teki ile neredeyse aynı seviyededir.
- ▶ Bira üzerinden alınan ÖTV, 2002 yılından itibaren sekiz kez artırılmıştır. Türkiye'de biradaki ÖTV oranı AB ülkelerindeki ortalama orandan kayda değer düzeyde yüksek olup, AB ülkeleri arasında özel tüketim vergisinin en yüksek olduğu Finlandiya'daki orana neredeyse eşittir.
- ▶ Türkiye'de her şişe biranın perakende satış fiyatının 70 senti, umuma açık yerlerdeki bira satış fiyatının ise 78 senti KDV ve ÖTV olarak devlete gitmektedir. AB üyeleriyle kıyaslandığında, bu rakamlar yüksek kalmaktadır.

Bira sektörünün Türkiye ekonomisine katkılarını etkileyebilecek güncel veya ileriye dönük olası gelişmeler:

- ▶ Tarımsal girdi fiyatlarının yükselmesi,
- ▶ Biralık arpa tedarikinde zorluklar,
- ▶ Bira üzerinden alınan verginin daha çok artması,
- ▶ Bira reklam ve satışlarında yeni yasal kısıtlamalar,
- ▶ Tütün yasağı,
- ▶ Diğer alkollü içki sektörlerindeki kayıt dışılık ve
- ▶ Yasa dışı şarap üretim ve satışı.

Rapor Hakkında Bilgiler

Raporun Amacı

Bira ve Malt Üreticileri Derneği ("BMÜD") tarafından hazırlatılan bu raporun amacı, Türkiye bira sektörünün ülke ekonomisine katkılarını ölçmektir.

Ekonomik Katkı

Bira sektörünün Türkiye ekonomisine katkılarının tam bir resmini çizebilmek için, bu katkılar üç ana başlık altında incelenmiştir: Doğrudan katkılar, tedarik sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar ve perakende ve turizm / eğlence sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar.

Doğrudan katkılar, bira üreticilerinin Türkiye ekonomisine doğrudan sağladıkları katkılardır.

Tedarik sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar, tedarikçi firmaların bira üreticilerine mal ve hizmet satarak, ülke ekonomisine sağladıkları katkılardır. Bira üretiminin gerçekleştirilebilmesi için çok çeşitli mal ve hizmetin satın alınması gerekmektedir. Üretim girdileri arasında su, tarımsal ürünler (şerbetçiotu, malt ve maltlık arpa) ile şişe, kutu, vb. ambalaj malzemeleri yer almaktadır. Ayrıca, bira fabrikalarında mühendisler, pazarlamacılar, vb. personel görev yapmakta, iletişim ajanslarıyla çalışmakta ve geniş bir yelpazeye yayılan değişik hizmetler alınmaktadır. Bu çalışmada tedarik sektörleri yedi başlık altında toplanmıştır: Tarım (hammadde), altyapı (elektrik, gaz ve su), ambalaj ve şişeleme, nakliye ve depolama, medya, pazarlama ve iletişim, ekipman, imalat ve diğer sınai faaliyetler ve diğer hizmet ve faaliyetler (iş faaliyetleri; bireysel, sosyal ve toplumsal hizmetler, vb.)

Perakende ve turizm / eğlence sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar ise, bu sektörlerdeki işletmelerin bira satışı kanalıyla ülke ekonomisine sağladıkları katkılardır. Perakende satış noktalarındaki ve umuma açık yerlerdeki bira satışı önemli ekonomik faydalar sağlamaktadır. Bu raporda yalnızca bira satışlarından kaynaklanan katkılar ele alınmış; örneğin çay, kahve, meyve suyu, şarap ve distile alkollü içki gibi diğer içecek satışlarıyla sağlanan katkılar kapsama alınmamıştır.

Ekonomik katkılar aşağıda sıralanan ve tanımlanan üç boyutu ile ölçülmüştür:

İstihdam: İş sayısı veya istihdam edilen kişi sayısı.

Katma Değer: Üreticinin bir mal veya hizmeti tüketiciye sunmadan önce, o ürün veya hizmete kattığı değer; başka bir deyişle, üretim değeri ile satın alınan girdi (mal ve hizmet) maliyetleri arasındaki fark. Ekonomik terminolojide ise üretim faktörlerinin (emek, sermaye, girişim) getirilerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır.

Devlet (Kamu) Gelirleri: Devlet gelirleri, devletin ve diğer kamu kuruluşlarının, kamu hizmetlerini karşılamak amacıyla vergilendirme yoluyla veya para cezası, belge bedelleri, vb. tahsilatlar yoluyla çeşitli kaynaklardan elde ettikleri gelirlerdir. Bu çalışmada, esas olarak devletin KDV, ÖTV, kurumlar vergisi ve gelir vergisi hasılatları ile işçi ve işverenlerce ödenen sosyal güvenlik katkı payları kapsama alınmıştır.

Veri Kaynakları

Bu çalışmada yapılan tahminlerin ve varılan sonuçların birçoğu, BMÜD ile Türkiye'nin en büyük iki bira şirketinden (Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. (Efes) ve Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş. (Tuborg)) alınan anket bilgilerine dayalıdır. Bu kaynaklardan veri sağlanamadığı durumlarda, farklı kaynaklardan yararlanılmıştır. Bazı yılları olarak **2009** ve **2010** seçilmiş, bu yıllara ait veri olmaması halinde, bir önceki yılın (2008) verileri kullanılmıştır. Önem sırasına göre yararlanılan veri kaynakları:

- ▶ Türkiye Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK);
- ▶ Bira ve Malt Üreticileri Derneği'nden (BMÜD) alınan anket bilgileri;
- ▶ Efes ve Tuborg'dan alınan detaylı anket bilgileri;
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK);
- ▶ Brewers of Europe (Avrupa Biracılar Konfederasyonu), Avrupa Komisyonu (European Commission) ve Eurostat (Avrupa İstatistik Kurumu), vb. kurum ve kuruluşlar.

Ekonomik Model

Bu çalışmada yer alan bazı hesaplamalar ve açıklanan sonuçlar, Ernst & Young ve Regioplan Policy Research tarafından geliştirilmiş olan bir **modele** dayalıdır. Dolayısı ile Ernst & Young ve Regioplan Policy Research'ün metodolojik tercihlerine bağlı olan bu sonuçların direkt temsil niteliği bulunmamaktadır. Modellemelere ilişkin bilgiler Ek: III'de, ekonomik katkıyı ölçme metodolojisi ise Ek: I – III'de verilmiştir.

Diğer Ülkelerle Karşılaştırmalar

Bu raporda Türkiye bira sektörünün ülke ekonomisine katkıları, diğer bazı AB ülkelerindeki katkılarla da karşılaştırılmaktadır. Bu bağlamda, iki ülke grubuyla kıyaslama yapılmıştır. İlk grupta, satın alma gücü standardına (SAS) göre GSYH tutarı Türkiye'ninki ile kıyaslanabilir olan AB ülkeleri (Bulgaristan, Romanya, Letonya, Litvanya, Polonya ve Macaristan); ikinci grupta ise biranın en yüksek oranda vergilendirildiği dört AB ülkesi (Britanya, İrlanda, İsveç ve Finlandiya) yer almaktadır. Ayrıca, AB-27 ülke ortalaması ile de kıyaslamalar yapılmıştır. Kıyaslamalarda baz yılı 2009'dur. Kıyaslama yapılan diğer ülkelerin 2010 yılı verileri, Ağustos 2011'de hazır olacaktır.

Karşılaştırılabilir verilerin yokluğu veya güvenilir olmamaları nedeniyle, İran, Irak, Suriye, Gürcistan ve Ermenistan gibi Türkiye'ye komşu ülkelerle kıyaslama yapılmamıştır.

Bu çalışmanın metodolojisi ve kapsamı hakkında ayrıntılı bilgiler Ek: I – III'de yer almaktadır.

1 Türkiye Bira Pazarı

1.1 Genel Bakış

Tablo 1.1: Türkiye Bira Sektöründeki Temel Veriler

Temel Bilgiler	2009	2010
Üretim ¹	10.219.290 hl	10.278.536 hl
İhracat	988.133 hl	1.077.333 hl
İthalat	3.925 hl	13.800 hl
Tüketim Miktarı	9.235.081 hl	9.215.003 hl
Üretim Değeri	681 milyon €	752 milyon €
Tüketim Harcamaları	2,3 milyar €	2,7 milyar €
Bira Şirketleri	7	7
Tesis / Fabrika	11	11

Kaynaklar: TAPDK, anket bilgileri ve Avrupa Biracılar Konfederasyonu Bira İstatistikleri 2010.

1.2 Üretim

Türkiye bira sektörüne iki büyük şirket hâkimdir: Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. (Efes) ve Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş. (Tuborg). Bira pazarının %99'unu elinde tutan bu iki şirketin Türkiye'de altı fabrikası bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye pazarında faaliyet gösteren ve nispeten daha küçük ölçekli üretim yapan beş bira üreticisi daha vardır.

Türkiye bira sektöründe, çoğu Efes ve Tuborg tarafından olmak üzere 37 farklı marka ile bira üretilmektedir. 2010 yılında Türkiye'de toplam bira üretimi 2009 yılındaki seviyesini %0,6 oranında (59.246 hl) aşarak, yaklaşık 10.278.536 hektolitreye (hl) ulaşmıştır.

Bira şirketleri, bira üretim ve satışının yanı sıra, bira hammaddesi olarak kullanılan tarımsal ürünlerin yetiştirilmesi, toptan bira satışı, nakliyesi, şişeleme ve ambalajı ile malt üretimi ve satışı gibi bira ile bağlantılı yan faaliyetlerde de bulunabilmektedirler. Bu aktivitelerin yanı sıra, bazı bira şirketleri de açık noktalar (biranın açık olarak tüketilebildiği işletmeler) işletmektedir.

¹ İhracat amaçlı üretim dahildir.

Tablo 1.2: Türkiye’de Bira Üreten Şirketler

Bira üreticisi	Tesis / fabrika sayısı	Marka sayısı
Efes	5	17
Tuborg	1	8
Park Gıda	1	1
Süral Holding	1	1
Elif Turizm	1	4
İstanbul Gıda	1	3
Feza Turizm	1	3
Toplam	11	37

Kaynaklar: Anket bilgileri, BMÜD

1.3 İhracat ve İthalat

İhracat

2010 yılında bira ihracat miktarı 2009’a göre %9 oranında artarak, 1.077.333 hektolitreye ulaşmıştır. En büyük ihracat pazarları Almanya, Lübnan, Irak ve Azerbaycan’dır. Aynı dönemde ihracat tutarı ise %16 oranında artarak 51,6 milyon Euro’ya ulaşmıştır.

Tablo 1.3: Türkiye’nin Bira İhracatı

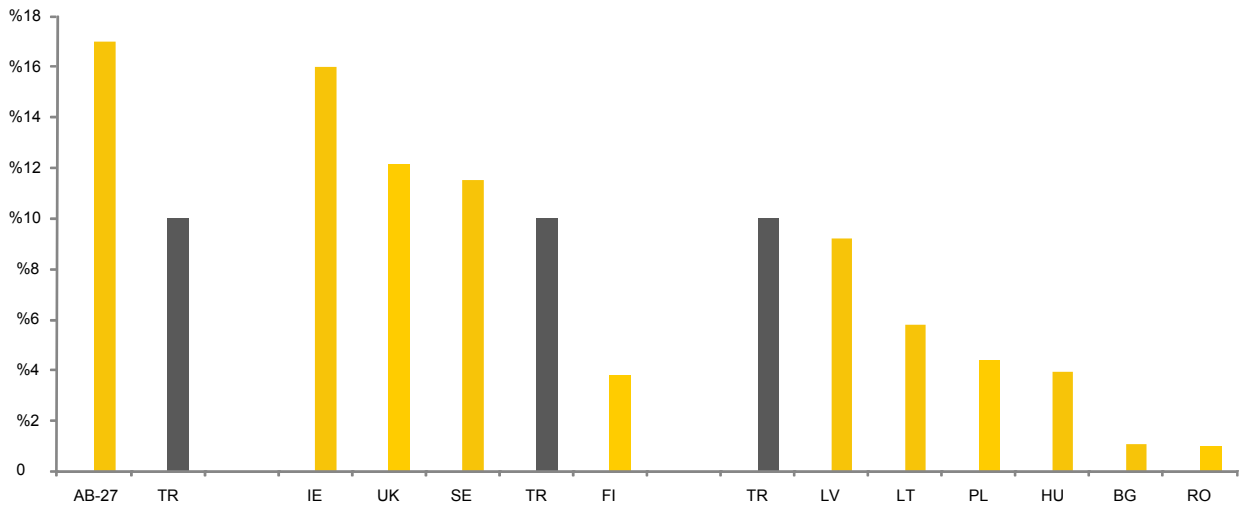
	2009	2010
İhracat miktarı (hl)	988.133 hl	1.077.333 hl
İhracat tutarı (€)	44.416.794 €	51.617.521 €

Kaynaklar: TAPDK ve T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı

Aşağıdaki grafik, bira pazarında küreselleşmenin etkisine ve pazarın ‘dışa açık’ olduğuna işaret etmektedir. Birçok ülkede yerli bira tercih edilmekle birlikte, Avrupa menşeli biralara dünyada çok beğenilmektedir. Bu durum Türk biralara için de geçerlidir. Örneğin, ihracatın toplam üretimdeki payına bakıldığında, Polonya’nın Avrupa’nın önemli bira üreticisi ülkelerinden biri olmasına rağmen, Türkiye’den daha az bira ihraç ettiği görülmektedir.

Türkiye’de bira ihracatının toplam üretimdeki payı AB–27 ortalamasından düşüktür. Bira üzerinden alınan özel tüketim vergilerinin en yüksek olduğu ülkelerle (örneğin, Britanya ve İsveç) aynı parametreleri kullanarak karşılaştırma yapıldığında ise, ihracatın benzer seviyelerde olduğu; öte yandan, satın alma standardına göre GSYH tutarının benzer seviyelerde olduğu ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye’nin bu ülkelerden (örneğin, Litvanya ve Letonya) daha çok bira ihraç ettiği görülmektedir.

Şekil 1.4: 2009: İhracatın Toplam Üretimdeki Payı (%) - Ülke Gruplarıyla Karşılaştırma



Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu Bira İstatistikleri 2010, Canadian Global Beer Trends (2010) ve Eurostat (Avrupa İstatistik Kurumu)

İthalat

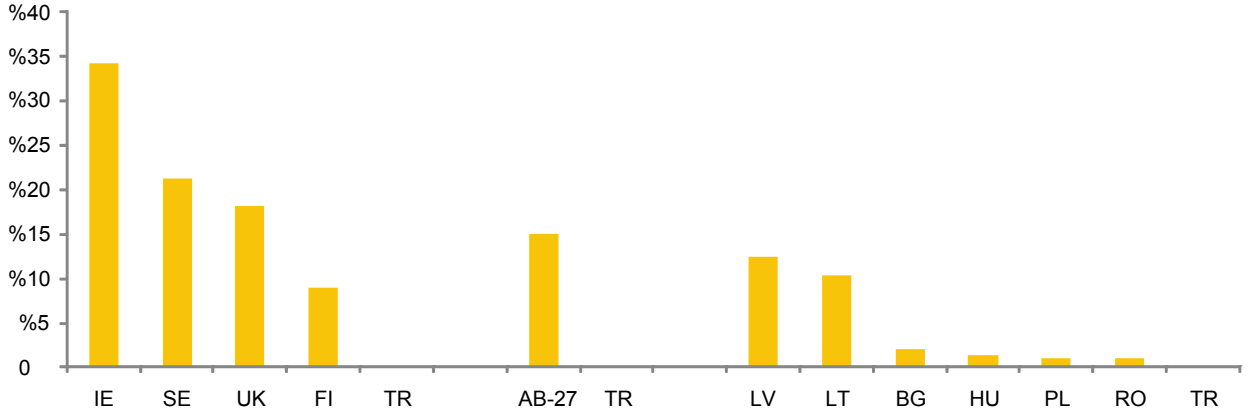
Türkiye’deki bira tüketiminin %1’ine dahi ulaşmayan bira ithalatı, diğer ülkelere göre düşük bir seviyededir. 2010 yılında yaklaşık 13.800 hl bira ithal edilmiştir (2009’daki ithalatın 3,5 katı). 2009 – 2010 döneminde ithalat tutarı ise %44 oranında artarak 1 milyon Euro’ya yükselmiştir.

Tablo 1.5: Türkiye’nin Bira İthalatı

	2009	2010
İthalat miktarı (hl)	3.925 hl	13.800 hl
İthalat tutarı (€)	704.320 €	1.019.581 €

Kaynak: TAPDK ve T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı

Şekil 1.6: Ülkelere Göre İthalatın Tüketimdeki Payı (2009)



Kaynaklar: Anket bilgileri, Avrupa Biracılar Konfederasyonu Bira İstatistikleri 2010, Canadian Global Beer Trends 2010 ve Eurostat.

1.4 Tüketim

Türkiye’de 2010 yılında yaklaşık 9,2 milyon hektolitreye bira tüketilmiştir. 2009 yılına göre tüketim %0,22 (20.100 hl) azalmıştır.

Türkiye’de kişi başına bira tüketimi AB ortalamasının çok altındadır; 2009 yılında Türkiye’de kişi başına bira tüketimi 12,7 litre iken, AB-27 ortalaması 75,3 litredir. Türkiye’de kişi başına saf alkol tüketimi² de diğer ülkelerdekenden düşüktür (1,1 litre).

² Toplam saf alkol tüketimi, tüm alkollü içkilerden (bira, şarap, distile alkollü içki) alınan saf alkolün tüketimini ifade etmektedir.

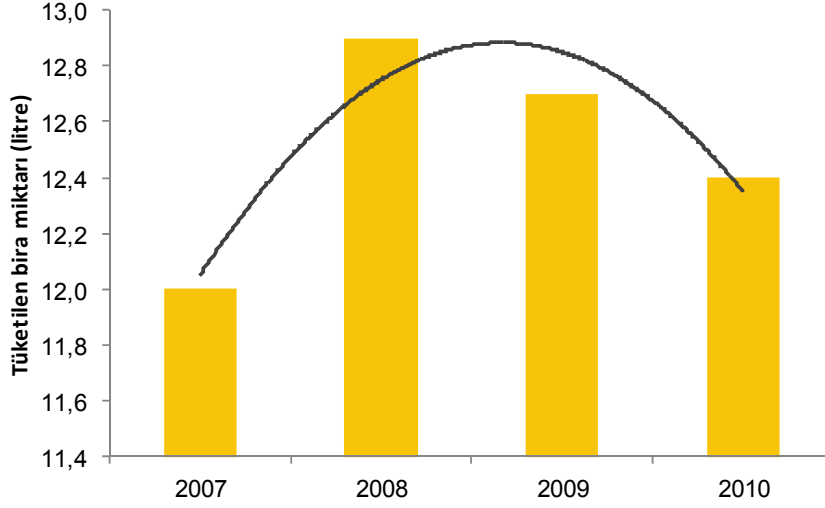
Tablo 1.7: Kişi Başına Bira Tüketimi (litre)- (2009)

Ülke	Kişi başına bira tüketimi (nihai ürün)	Biradan alınan kişi başına saf alkol tüketimi
Çek Cumhuriyeti	159,3	7,6
Almanya	109,6	5,4
Avusturya	106,2	5,1
Finlandiya	87,7	4,1
İrlanda	91,0	5,0
Polonya	85,0	4,3
Litvanya	83,4	3,7
Belçika	81,0	4,4
Romanya	81,0	3,8
Britanya	75,8	3,5
AB-27 Ortalaması	75,3	3,5
Bulgaristan	67,0	3,8
Macaristan	65,0	3,3
Letonya	62,9	2,9
Norveç	55,0	2,6
İsveç	52,3	2,6
Türkiye	12,7	0,7
Lübnan	5,0	0,2
Suriye	4,5	0,2

Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu 2010, The IWSR Yearbook 2009, Lebanon Food and Drink Report 2010 ve Sales Volume Euromonitor 2010

Türkiye’de son dört yıldaki (2007 – 2010) kişi başına bira tüketim trendine bakıldığında, tüketim miktarının 2007’deki seviyesine gerilediği görülmektedir.

Şekil 1.8: Türkiye’de Kişi Başına Bira Tüketimi



Kaynaklar: Anket bilgileri, BMÜD

Tablo 1.9: Türkiye’de Kişi Başına Bira Tüketimi

Türkiye	2007	2008	2009	2010
Kişi Başına Bira Tüketimi (litre)	12,0	12,9	12,7	12,4

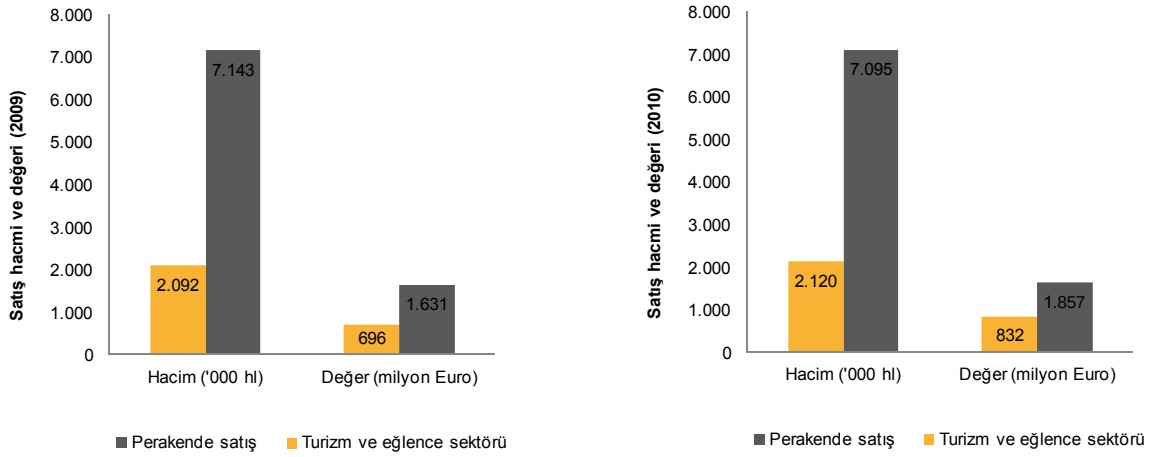
Kaynaklar: Anket bilgileri, BMÜD

Biradaki vergi yükünün artması, biranın popülaritesinin azalması, Türkiye’de alkol tüketim alışkanlıklarının değişmesi, ekonomik kriz, alkollü içki tüketimine karşı bazı eğilimler ile promosyon ve reklam olanaklarının sınırlandırılması bira tüketimindeki azalışı açıklayan nedenlerden bazılarıdır.

1.5 Dağıtım Kanalları

Türkiye’de tüketilen biranın yaklaşık %77’si süpermarketlerden ve diğer perakende satış noktalarından (perakende sektörü), %23’ü ise umuma açık yerlerden (turizm ve eğlence sektörü) satın alınmaktadır.

Şekil 1.10: Bira Satış Hacmi ve Değeri



Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Turizm ve eğlence sektörüne odaklanan bira şirketlerinin süpermarketlerdeki satışları (hacim ve değer olarak) artmıştır. Bu gelişme, Türkiye’de bakkal sayısının azalması ve süpermarket sayısının artmasıyla açıklanabilir.

1.6 Kârlılık

2009 yılında, Avrupa Biracılar Konfederasyonu (Brewers of Europe), bira üretim maliyetleriyle ilgili bir analiz yapmıştır. Bu analizin sonuçlarına göre, üretimi en pahalı olan alkollü içki biradır. Karşılaştırmalı maliyet analizinde hammadde ve malzeme ile işçilik ve dağıtım maliyetleri dikkate alınmıştır.

Analize göre, 2007 yılında, bir litre distile alkollü içkinin (nihai ürün olarak) üretim maliyeti, bir litre şarap veya biranın üretim maliyetinin 3,5 katı olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan, saf alkol bazında maliyetler karşılaştırıldığında, 1 litre saf alkol üretim maliyetinin en düşük şarapta olduğu (17,90 €), bu maliyetin distile alkollü içkilerdeki alkol maliyetine yakın olduğu (18,60 €), oysa biradaki saf alkol üretim maliyetinin şaraptaki maliyetinin 2,5 katı (45,20 €) olduğu ortaya çıkmıştır.

Özel tüketim vergisi de eklendiği zaman, içeriğindeki alkolün üretim maliyeti ve satış fiyatı en yüksek olan içki hâlâ biradır. Biradaki bir litre saf alkolün vergi dâhil perakende satış fiyatı ortalama 84 € iken, şaraptaki alkolün 77 €, distile alkollü içkilerdekinin ise 65 €’dur.

Diğer önemli bir bulgu da, nihai ürün esas alındığında litre başına satışta en düşük net kâr oranının birada olmasıdır. Bira, sadece yüksek hacimli satışlarda sürümden kazanılabilmekte ve toplam kâr bu şekilde hacim artışı sağlandığında artabilmektedir.

Kârlılık ile ilgili söz konusu analiz Avrupa bira sektörüne ilişkindir. Türkiye bira sektörünün bir bütün olarak kârlılık durumu hakkında veri bulunmamaktadır. Yeni verilerin toplanması ise, bu çalışmanın kapsamında değildir.

2 Devlet (Kamu) Gelirleri

2.1 Genel Bakış

Tablo 2.1: Bira Üretim ve Satışından Elde Edilen Kamu Gelirleri

Kamu Gelirleri	(milyon €) 2009	(milyon €) 2010
ÖTV	555	824
KDV – Turizm ve Eğlence Sektörü	106	127
KDV – Perakende Sektörü	249	283
Sosyal Güvenlik Katkı Payları	277	261
Kurumlar Vergisi	40	40
Diğer Vergiler	40	50
Toplam	1.267	1.585

Kaynak: Anket bilgileri

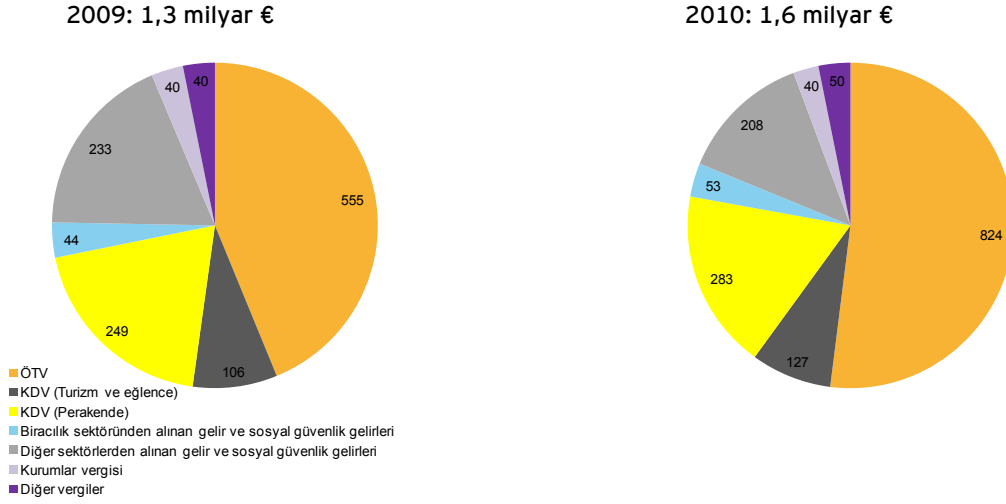
2.2 Türkiye’de Devlet (Kamu) Gelirleri

Türkiye’de bira üretim ve satışı ile kamu gelirlerine kayda değer düzeyde katkıda bulunmaktadır; ÖTV, KDV (%18), bira sektöründe ve birayla bağlantılı diğer sektörlerde (tedarik, perakende ve turizm/eğlence) çalışanların ücret gelirlerinden alınan gelir vergileri ile işçi ve işverenlerin sosyal güvenlik katkı payları devletin önemli gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Devletin diğer gelirleri arasında kurumlar vergisi, emlak vergisi, çevre temizlik vergisi, ilan ve reklam vergisi, damga vergisi, TAPDK Bandrollü Ürün İzleme Sistemi bandrol ve kodlama bedelleri, TAPDK Satış İzin Belgesi bedeli, yakıt vergisi, ambalaj vergisi ve motorlu araçlardan alınan ÖTV hasılatı gibi diğer vergiler de yer almaktadır.

Biraya uygulanan ÖTV, 2002 yılından itibaren sekiz kez artırılmıştır. En son artış 28 Ekim 2010 tarihinde yürürlüğe girmiştir (%25,7 oranında; ayrıntılı bilgi Bölüm: 2.3’de verilmektedir). Ayrıca, son yıllarda emlak vergisi, bazı çevre temizlik vergileri, ilan ve reklam vergisi, damga vergisi, TAPDK Bandrollü Ürün İzleme Sistemi bandrol ve kodlama bedelleri, TAPDK Satış İzin Belgesi bedeli, yakıt vergisi, ambalaj vergileri, vb. diğer bazı vergi ve bedeller de artırılmıştır.

Bu çalışmada, devletin 2009 ve 2010 yıllarında bira sektörü kanalıyla elde ettiği hasılat hesaplanmıştır. Bu hesaplama göre, 2010 yılında toplam gelir 1,6 milyar Euro’ya ulaşmıştır. Bu tutar devletin 2009 yılındaki tahmini gelirlerinin yaklaşık %25 üzerinde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, bu tahminlerin anket bilgilerindeki verilere dayalı olduğu unutulmamalıdır.

Şekil 2.2: Bira Sektörü Kanalıyla Elde Edilen Devlet Gelirleri

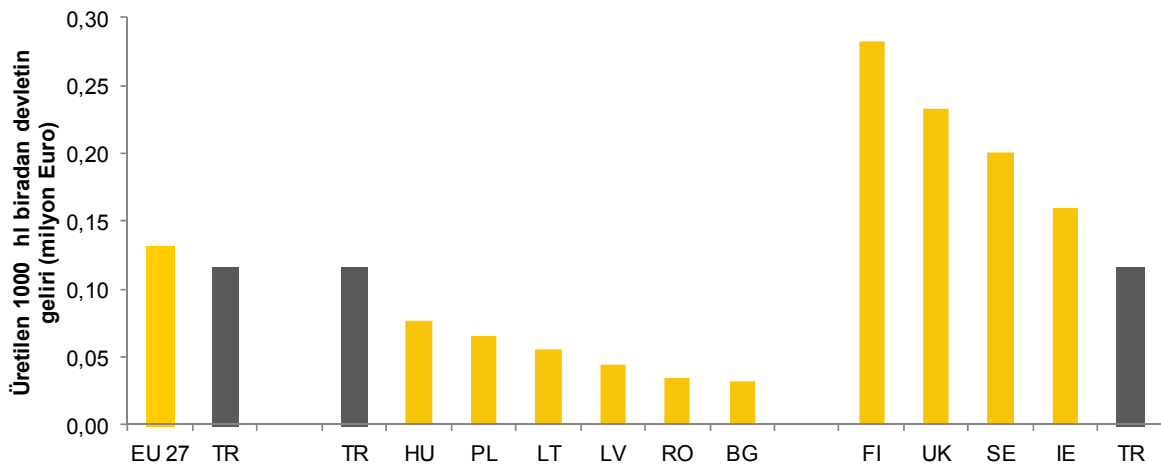


Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Bira sektörü kanalıyla elde edilen kamu gelirleri ülkeler bazında da karşılaştırılmıştır. Doğru bir karşılaştırma yapabilmek için, 1.000 hl bira üretimiyle sağlanan devlet gelirleri kıyaslanmıştır. AB ülkelerinde kurumlar vergisi hasılatına ait veri bulunmadığından, Türkiye'deki kurumlar vergisi hasılatı bu kıyaslamada dikkate alınmamıştır. Dolayısı ile Şekil: 2.3'de, yalnızca devletin elde ettiği özel tüketim vergisi, KDV, gelir vergisi ve sosyal güvenlik katkı payı gelirleri dikkate alınarak karşılaştırma yapılmıştır.

Türkiye'de üretilen her 1.000 hl biradan, devlet 0,12 milyon € tutarında gelir elde etmiştir. AB ortalamasına yakın olan bu meblağ, satın alma standardına göre GSYH tutarı Türkiye'ye benzeyen ülkelerdekinden yüksektir. Mutlak rakamlarla, Türkiye'de bira üretim ve satışından sağlanan devlet geliri, alkollü içkilerin yüksek oranda vergilendirildiği İrlanda, Finlandiya ve İsveç'te sağlanan devlet gelirine yakın seviyededir.

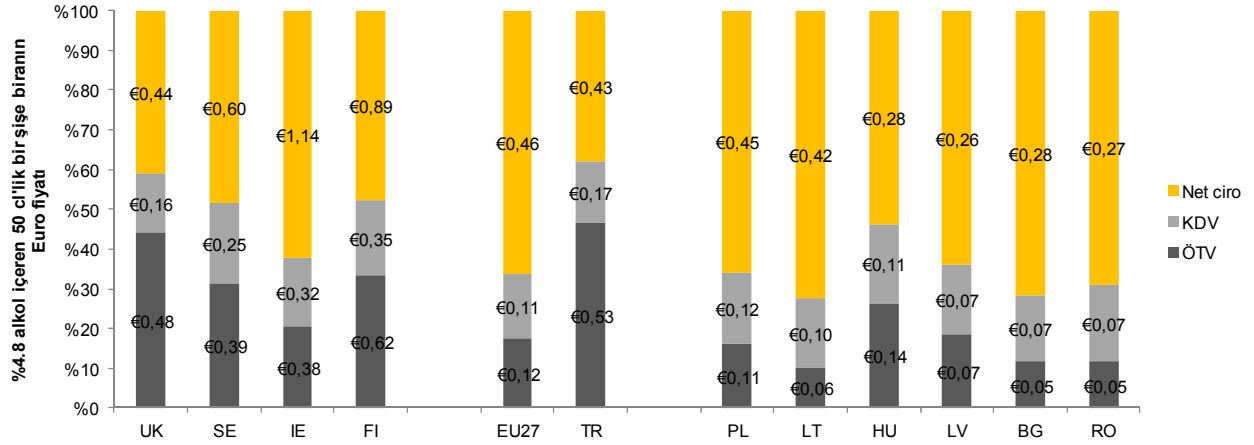
Şekil 2.3: 1000 hl Bira Üretimiyle Sağlanan Devlet Gelirleri - 2009 (Euro)



Kaynak: Avrupa Biracılar Konfederasyonu - Bira İstatistikleri 2010 ve The Contribution made by Beer to the European Economy 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

Burada bahsedilen dört vergiden, yalnızca KDV ve özel tüketim vergisi doğrudan bira tüketimi üzerinden alınmaktadır. Dolayısı ile bu iki verginin etkilerini daha yakından görebilmek için, ülke grupları bazında iki kıyaslama çalışması daha yapılmıştır. Hesaplamalar sonucunda, Türkiye’de satılan 50cl’lik bir şişe biranın perakende satış fiyatının 70 senti KDV ve ÖTV olarak devlete iletilmektedir. Bu meblağ, AB Üye Ülkeleri arasında biranın en yüksek oranda vergilendirildiği Britanya ve Finlandiya ile kıyaslanabilir seviyededir.

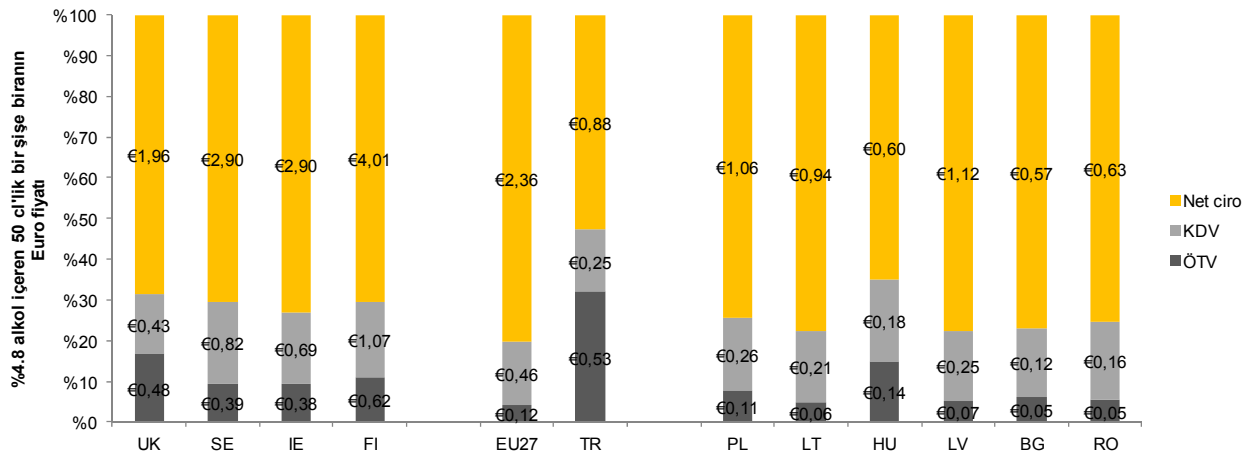
Şekil 2.4: Perakende Sektörü - KDV ve Özel Tüketim Vergisi Hasılatı: %4,8 alkol içeren 50 cl’lik bir şişe bira



Kaynak: Ernst & Young Hollanda hesaplamaları ve *The Contribution made by Beer to the European Economy 2009* (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

Aynı hesaplama turizm ve eğlence sektörü için yapıldığında, bir şişe bira satış fiyatının 78 sentinin KDV ve ÖTV olarak devlete iletildiği görülmektedir. Oysa satın alma standardına göre GSYH tutarı Türkiye’ninki ile benzer seviyede olan AB ülkelerinde devlete 17–37 sent iletilmektedir; AB ortalaması ise 58 senttir.

Şekil 2.5: Turizm ve Eğlence Sektörü - KDV ve Özel Tüketim Vergisi Hasılatı: %4,8 alkol içeren 50 cl’lik bir şişe bira

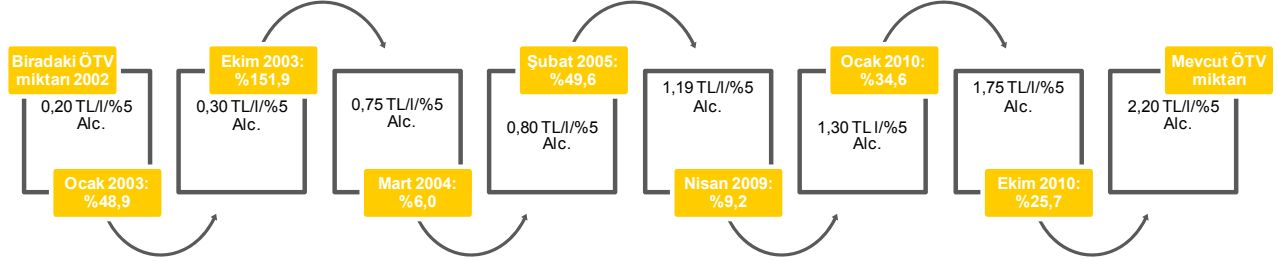


Kaynak: Ernst & Young Hollanda hesaplamaları

2.3 Alkollü İçkilere Uygulanan Özel Tüketim Vergisi

Daha önceki bölümlerde belirtildiği üzere, biradaki ÖTV oranı 2002 yılından itibaren sekiz kez yükseltilmiştir. Aşağıdaki tabloda ÖTV oranının artırıldığı tarihler ve TL cinsinden artış tutarları verilmektedir:

Şekil 2.6: Türkiye’de 2002 yılından beri birada ÖTV artışları:



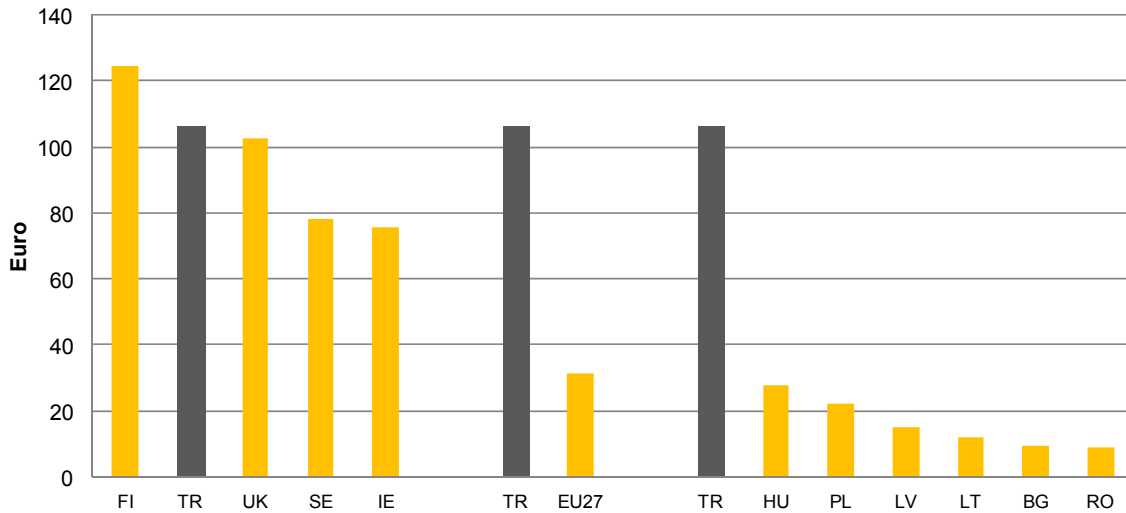
Kaynak: BMÜD

AB Üye Ülkeleriyle Karşılaştırma

Türkiye’de biradaki ÖTV oranı diğer ülkelerdeki özel tüketim vergisi oranlarıyla karşılaştırıldığında, Türkiye’nin en yüksek oranda özel tüketim vergisi uygulayan ülkelerden biri olduğu görülmektedir. Türkiye’deki ÖTV oranı yalnızca satın alma standardına göre GSYH tutarı benzer seviyede olan AB ülkelerine kıyasla değil, AB’de en yüksek oranda özel tüketim vergisi uygulayan ülkelere (Finlandiya hariç) kıyasla da yüksektir.

Türkiye’de bira üzerinden alınan (ÖTV), satın alma standardına göre GSYH tutarı benzer seviyelerde olan AB ülkelerinden yedi kat, AB ortalamasından ise üç kat daha yüksektir. 2011 yılında, Türkiye’deki ÖTV’nin, Finlandiya hariç AB üyesi diğer İskandinav ülkelerinde uygulanan özel tüketim vergilerinden de daha yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 2.7: Birada Özel Tüketim Vergisi - 12° Plato veya %4,8 Alkol (€/hl) - (2011)



Kaynak: Avrupa Biracılar Konfederasyonu –Birada Özel Tüketim Vergisi Oranları (2011)

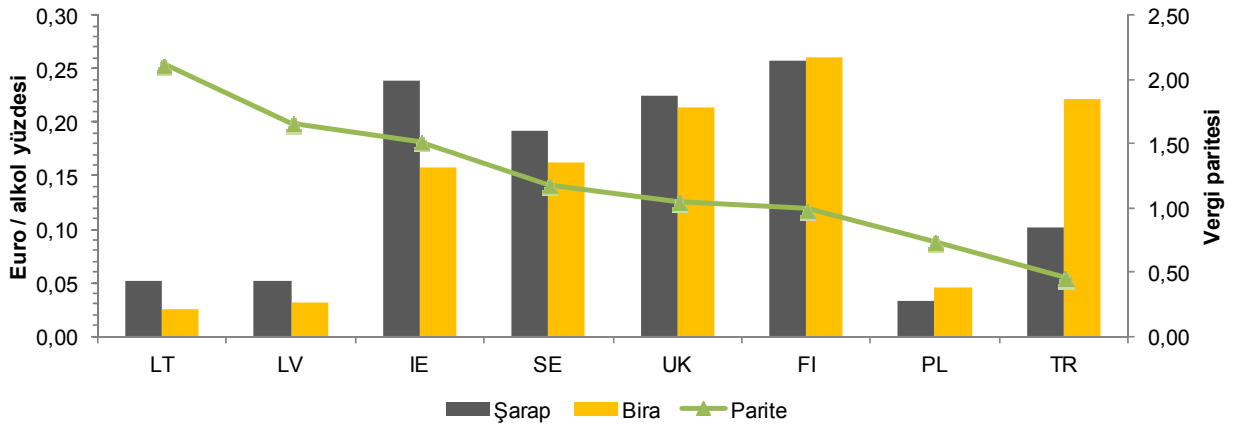
Şarap ile karşılaştırma

Birçok Avrupa ülkesinde şarap üzerinden özel tüketim vergisi alınmamakta veya çok düşük bir oranda alınmaktadır. Bu ülkeler, Avusturya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, İtalya, İspanya, Malta, Romanya, Slovenya ve Slovakya'dır. Şarapta özel tüketim vergisinin en yüksek olduğu ülkeler ise Finlandiya, İrlanda, Britanya, İsveç ve Türkiye'dir.

Türkiye ve karşılaştırma yapılan diğer ülkelerde bira ve şarabın benzer şekilde vergilendirilip, vergilendirilmediğini görebilmek amacıyla, her ülke için şarap/bira vergi paritesi hesaplanmıştır. Şarap ve bira'nın vergi yükü birebir aynı ise, şarap/bira vergi paritesi 1 olmaktadır. Şarapta özel tüketim vergisi uygulanmayan ülkelerde ise bu parite sıfıra eşittir.

Türkiye için hesaplanan şarap/bira vergi paritesi 0,46'dır, yani biradaki vergi yükü şaraptakinden daha yüksektir. Satın alma standardına göre GSYH tutarı Türkiye ile benzer seviyelerde olan diğer ülkelerde, şaraptaki vergi yükü biradakinin daha fazladır (diğer bir deyişle vergi paritesi 0,46'dan yüksektir). Alkollü içkilere yüksek vergiler uygulanan ülkelerde ise şarap/bira vergi paritesi 1 civarındadır (diğer bir deyişle, bira ve şaraptaki vergi yükü yaklaşık olarak aynıdır).

Şekil 2.8: Vergi paritesi: Şarap/bira ³



Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Distile alkollü içkilerle karşılaştırma

Distile alkollü içkiler üzerinden en yüksek özel tüketim vergisi İsveç, Finlandiya, İrlanda, Türkiye ve Britanya'da alınmaktadır. Türkiye'de alkollü içkiler üzerinden alınan özel tüketim vergisi komşu ülkelerdekinden de yüksektir.

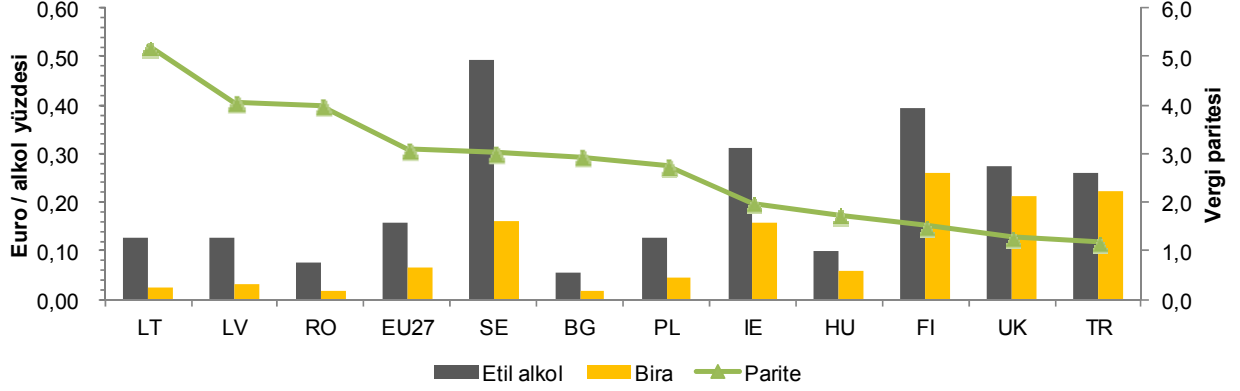
Türkiye ile karşılaştırma yapılan diğer ülkelerde bira ve distile alkollü içkilerin benzer şekilde vergilendirilip, vergilendirilmediğini görebilmek için ilgili vergi paritesi hesaplanmıştır. Distile alkollü içkiler ile biradaki vergi yükü eşitse, distile alkollü içki/bira vergi paritesi 1 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'de distile alkollü içki/bira vergi paritesi 1,17'dir, yani distile alkollü içkiler ile biradaki vergi yükü neredeyse eşittir. Başka bir deyişle, vergilendirmede nihai ürünündeki alkol içeriğine bağlı olarak ayırım yapılmamakta veya çok az yapılmaktadır.

Karşılaştırma yapılan tüm ülkelerdeki distile alkollü içki/bira vergi paritesi Türkiye'dekinden daha yüksektir. Başka bir deyişle, özel tüketim vergileri 1 litre saf alkol içeriği bazında karşılaştırıldığında, bu ülkelerde distile alkollü içkilerdeki vergi yükü biradakinin oldukça üzerindedir. AB ülkelerinde ortalama distile alkollü içki/bira vergi paritesi 2,94'dür.

³ Birçok Avrupa ülkesinde şaraba özel tüketim vergisi uygulanmaması ve bazı ülkelerdeki özel tüketim vergilerine ait veri olmaması nedeniyle, Şekil 2.8'de AB-27 ortalaması yer almamaktadır.

Şekil 2.9: Vergi Paritesi: Distile Alkollü İçki/Bira (2010)



Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu, Avrupa Komisyonu, Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Sonuç

Türkiye’de biraya Euro cinsinden uygulanan özel tüketim vergisi (ÖTV) bedeli – içeriğindeki 1 litre saf alkol tüketimine uygulanan vergi olarak hesaplandığında, şaraba uygulanan ÖTV’den daha yüksektir. Öte yandan, distile alkollü içkiler ile biraya uygulanan ÖTV benzer seviyelerdedir. Diğer ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye’de biraya uygulanan ÖTV’nin şaraba uygulanan ÖTV’den yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye’de bira ve distile alkollü içkilerdeki vergilendirme seviyesi de satın alma standardına göre GSYH tutarı Türkiye’ninkine benzer olan ülkelerdekinden farklıdır. Türkiye’de bira ve distile alkollü içkiler benzer seviyede vergilendirilirken, diğer ülkelerde distile alkollü içkiler biradan daha yüksek oranda vergilendirilmektedir. Türkiye’de bira ve distile alkollü içkileri vergilendirme seviyesi, daha çok Finlandiya ve Britanya gibi alkol tüketiminin yüksek oranda vergilendirildiği ülkelere benzemektedir.

Öte yandan, çoğu AB ülkesinde, distile alkollü içkiler üzerindeki vergiler genelde bira üzerindeki vergilerden daha yüksektir. Bununla birlikte, ilgili AB Konsey Direktifi uyarınca, alkol içeriği baz alınarak distile alkollü içkilere uygulanan özel tüketim vergisi, biraya uygulanan özel tüketim vergisinin 2,9 katını aşmaktadır. Türkiye’de bu oranın çok daha düşük olması, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, biraya karşı haksız rekabet yaratmaktadır.

3 Katma Değer

3.1 Genel Bakış

Tablo 3.1: Bira Satışıyla Yaratılan Katma Değerin Sektörel Dağılımı

Katma Değer	(milyon €) 2009	(milyon €) 2010
Bira Sektörü	336	371
Tedarik Sektörleri	146	165
Turizm ve Eğlence Sektörü	178	180
Perakende Sektörü	103	102
Toplam	763	818

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

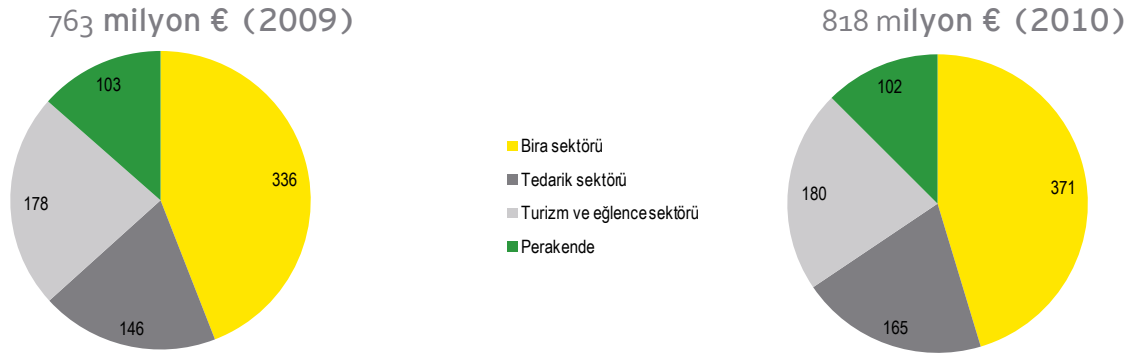
3.2 Bira Satışıyla Yaratılan Katma Değerin Sektörel Dağılımı

Bira sektörünün ülke ekonomisine bir diğer katkısı da, doğrudan yarattığı ve dolaylı olarak tedarik, perakende ve turizm/eğlence sektörlerinin yarattıkları katma değerdir. Katma değer, üretim değeri ile satın alınan girdi (mal ve hizmet) maliyetlerinin arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik terminolojide ise üretim faktörlerinin (emek, sermaye, girişim) getirilerinin toplamı olarak da tanımlanmaktadır. Avrupa ülkelerinde katma değer üzerinden vergi (KDV) alındığı için, katma değer çok önemli bir kavramdır.

2010 yılında, bira sektöründe ve bağlantılı olarak tedarik, perakende ve turizm/eğlence sektörlerinde istihdam edilen personel 818 milyon €'luk katma değer yaratmıştır. Yaratılan bu katma değer 371 milyon €'luk kısmı bira sektöründen, 165 milyon €'luk kısmı tedarik sektörlerinden, 180 milyon €'luk kısmı turizm/eğlence sektöründen ve 102 milyon €'luk kısmı da perakende sektöründen sağlanmıştır. Bira üretimi ve satışıyla 2010 yılında yaratılan toplam katma değer 2009 yılı seviyesinin %7 üzerindedir.

Bira üretimi ve satışıyla yaratılan toplam katma değerde bira sektörünün payı %45'tir, oysa toplam istihdamdaki payı yalnızca %4,5'tir. Bunun önemli bir nedeni, bira sektöründeki işgücü verimliliğinin diğer sektörlerdekinden daha yüksek olmasıdır. Aşağıdaki grafiklerde bira üretimi ve satışıyla yaratılan katma değer sektörler göre dağılımı verilmektedir.

Şekil 3.2: Bira Sektörünün Yarattığı Katma Değer



Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

4 İstihdam

4.1 Genel Bakış

Tablo 4.1: Bira Üretim ve Satışının İstihdama Etkisi (Kişi Sayısı)

İstihdam ⁴	2009	2010
Bira Şirketlerinde Doğrudan İstihdam	2.300	2.400
Biranın Tedarik Sektörlerindeki İstihdama Etkisi	13.580	13.570
Biranın Turizm ve Eğlence Sektöründeki İstihdama Etkisi	30.000	28.500
Biranın Perakende Sektörlerindeki İstihdama Etkisi	9.800	9.100
Biranın Toplam İstihdama Etkisi	55.680	53.570

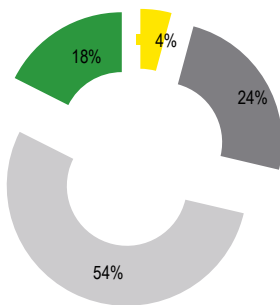
Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

4.2 Bira Üretim ve Satışının Toplam İstihdama Etkisi

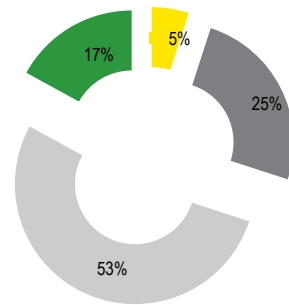
2010 yılında Türkiye’de bira üretimi ve satışıyla bağlantılı olan toplam iş sayısı, 2009 yılındakine göre %3,8 azalarak, yaklaşık 53.570’e gerilemiştir. Toplam istihdamın 2.400’ü bira sektöründeki (2009’a göre %2,4 artış), 13.570’i tedarik sektörlerindeki (2009’a göre %0,6 azalış), 28.500’ü turizm ve eğlence sektöründeki (2009’a göre %4,8 azalış) ve 9.100’ü perakende sektörlerindeki (2009’a göre %6,7 azalış) işlerden oluşmaktadır. Aşağıdaki grafiklerde bira üretim ve satışının istihdama etkilerinin sektörel dağılımı verilmektedir.

Şekil 4.2: Bira Üretim ve Satışının Toplam İstihdama Etkisi

İstihdam - 55.680 (2009)



İstihdam - 53.570 (2010)



■ Doğrudan etki (bira üreticileri)
■ Dolaylı etki (tedarikçiler)
■ Turizm ve eğlence sektörü
■ Perakende

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

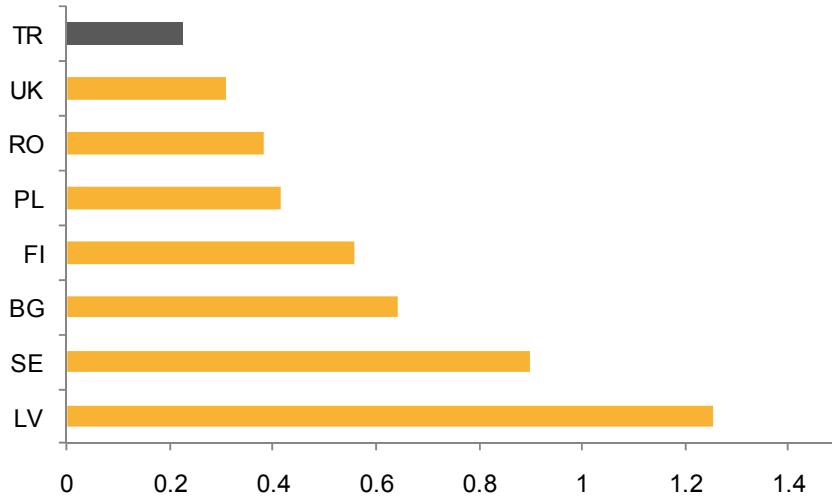
⁴ Rakamlar yuvarlanmıştır.

4.3 Doğrudan İstihdam

Bira şirketlerinde 2009 yılında 2.300 olan istihdam sayısı 2010 yılında 2.400'e yükselmiştir. Kıyaslama yapılan ülkelere bakıldığında, bira şirketlerinin doğrudan istihdam ettikleri kişi sayısının en düşük Letonya'da (1.700), en yüksek Britanya'da (13.900) olduğu görülmektedir.

1.000 hektolitre bira üretiminin doğrudan yarattığı istihdam sayısına bakıldığında, Türkiye'de 1.000 hl üretimin doğrudan 0,25 istihdam yarattığı görülmektedir. Oysa Letonya'da 1.000 hl üretim ile 1,25 doğrudan istihdam yaratılmaktadır. Ancak bu, Türkiye'de işgücü verimliliğinin Letonya'dakinden daha yüksek olduğunu da göstermektedir. Finlandiya ve Bulgaristan'daki bira şirketlerinde çalışan kişi sayısı aşağı yukarı Türkiye'deki ile aynı olmasına rağmen, bu ülkelerde 1.000 hl üretim ile daha çok doğrudan istihdam yaratılmaktadır (Finlandiya'da 0,55 istihdam, Bulgaristan'da ise 0,64 istihdam).

Şekil 4.3: 1000 hl Bira Üretimiyle Doğrudan Yaratılan İstihdam Sayısı (2009)



Kaynak: Avrupa Biracılar Konfederasyonu - Bira İstatistikleri 2010 ve The Contribution made by Beer to the European Economy 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

4.4 Tedarik Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Etkisi

Şekil 4.3: Tedarik Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Sayısı

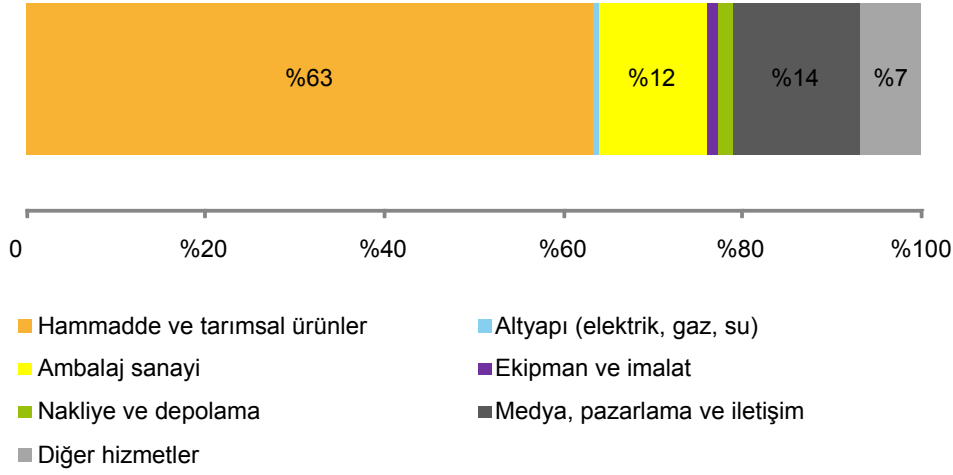
İstihdam ⁵	2009	2010
Tarımsal üretim	8.600	8.200
Altyapı	80	70
Ambalaj ve şişeleme	1.600	1.600
Ekipman, imalat ve diğer sınai faaliyetler	200	200
Nakliye ve depolama	300	300
Medya, pazarlama ve iletişim	1.900	2.200
Diğer hizmetler	900	1.000
Toplam istihdam sayısı (bira kaynaklı)	13.580	13.570

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Bira sektörü, sağladığı dolaylı istihdam ile ekonomiye önemli katkılarda bulunmaktadır. Bira şirketlerinin üretim ve satış faaliyetleri çeşitli kaynaklardan satın aldıkları mal ve hizmetlerle gerçekleştirilmektedir. Bu mal ve hizmetler arasında, maltlık arpa, enerji, nakliye hizmetleri ve geniş bir yelpazeye yayılan endüstriyel ürünler ve hizmetler yer almaktadır. Bira sektörünün 2009 yılında tedarik sektörlerindeki istihdam etkisi %0,6 oranında azalarak 2010'da 13.570'e gerilemiştir. Göreceli olarak bakıldığında, en çok yeni iş medya, pazarlama ve iletişim sektörlerinde yaratılmıştır. 2010 yılında dolaylı istihdam etkisi, tarım sektöründe 8.200 (2009'a göre %5,5 azalış), medya, pazarlama ve iletişim sektöründe 2.200 (2009'a göre %15 artış), ambalaj ve şişeleme sektöründe 1.600 (2009'dakiyle aynı), diğer hizmet sektörlerinde 1.000 (2009'a göre %11 artış), nakliye ve depolamada 300 (2009'dakiyle aynı), ekipman ve imalat sektöründe 200 (2009'a göre %3,4 artış) ve altyapı sektöründe 70 (2009'a göre %13 azalış) istihdam olarak gerçekleşmiştir. Bira şirketlerinin alımlarının tedarik sektöründeki istihdama katkıları daha ayrıntılı olarak Ek: VIII'de verilmektedir.

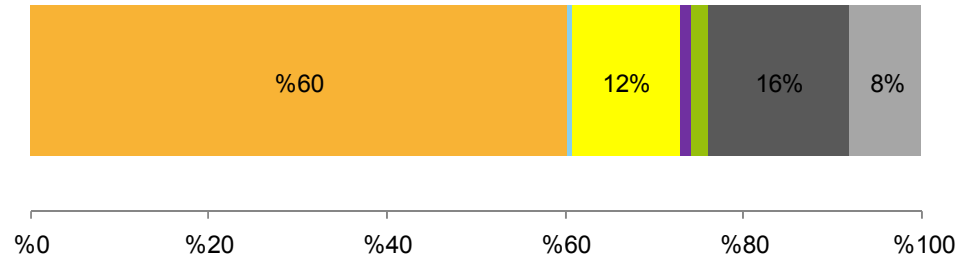
⁵ Rakamlar yuvarlanmıştır.

Şekil 4.4: Türkiye’de Tedarik Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Etkisi (2009)



Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

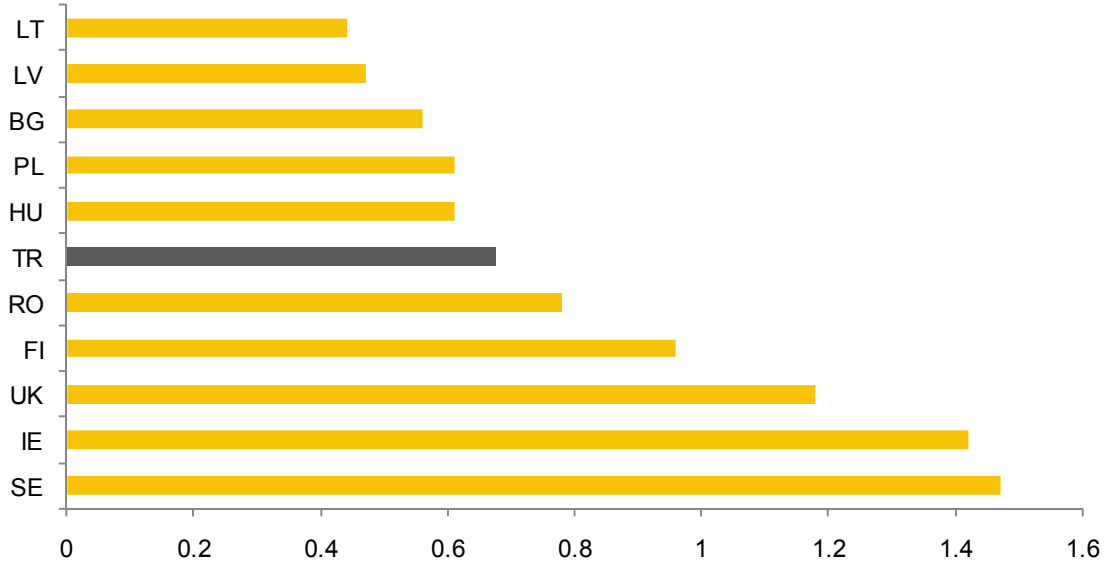
Şekil 4.5: Türkiye’de Tedarik Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Etkisi (2010)



Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Diğer ülkelerle kıyaslırsak, Türkiye’de bira üretim ve satışının tedarik sektörlerindeki dolaylı istihdam etkisi ortalama düzeydedir. 1000 hl bira üretimiyle Türkiye’de tedarik sektöründe 1 istihdam, İsveç’te ise 1,5 istihdam yaratılmaktadır.

Şekil 4.6: 1.000 hl’lik Bira Üretiminin Tedarik Sektörüne Dolaylı İstihdam Etkisi: 2009 (İş Sayısı)



Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu - Bira İstatistikleri 2010 ve *The Contribution made by Beer to the European Economy* 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

4.5 Perakende ve Turizm / Eğlence Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Etkisi

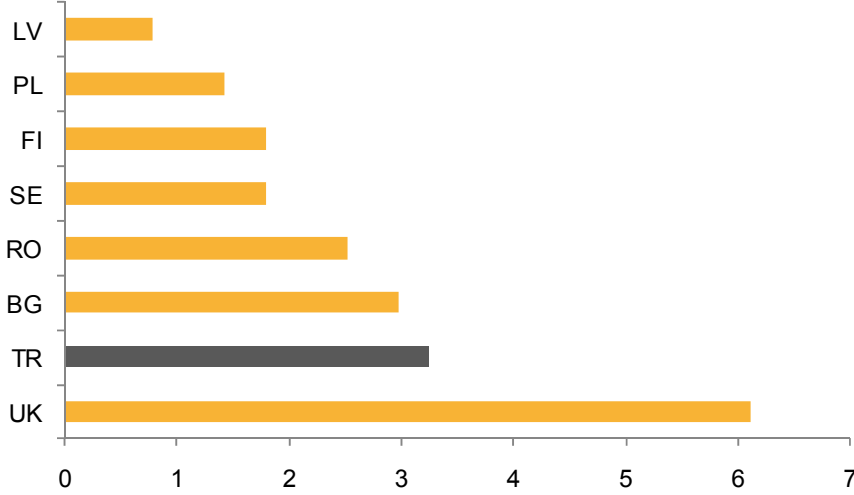
Bira sektörünün doğrudan ve tedarik sektöründeki istihdama katkılarının yanı sıra, perakende ve turizm/eğlence sektörlerindeki istihdama önemli katkıları olmaktadır.

Turizm ve Eğlence Sektörü

2009 yılında turizm ve eğlence sektöründe faaliyet gösteren umuma açık bar, lokanta, vb. işletmelerdeki toplam işlerin yaklaşık 30.000’inin bira satışıyla, diğerlerinin ise gıda, şarap, distile alkollü içki, kahve, çay, vb. diğer yiyecek ve içecek satışlarıyla bağlantılı olduğu söylenebilir. 2010 yılında ise, bira satışıyla bağlantılı olan istihdam sayısı, bira tüketimindeki azalışa bağlı olarak %4,8 oranında düşmüş ve 28.500’e gerilemiştir.

Turizm ve eğlence sektöründe satılan her 1.000 hl’lik bira ile Britanya turizm ve eğlence sektöründe 6 istihdam yaratılırken Türkiye’de 3 istihdam yaratılmaktadır. Karşılaştırma yapılan diğer ülkeler arasında turizm ve eğlence sektöründe en az istihdam yaratılan ülke Letonya’dır. Letonya’da alkol fiyatlarının yüksek olması nedeniyle, çalışan kişi başına satış rakamı da yüksektir. (Şekil: 4.7).

Şekil 4.7: 1.000 hl'lik Bira Satışının Turizm ve Eğlence Sektöründe İstihdam Etkisi: 2009 (İş Sayısı)

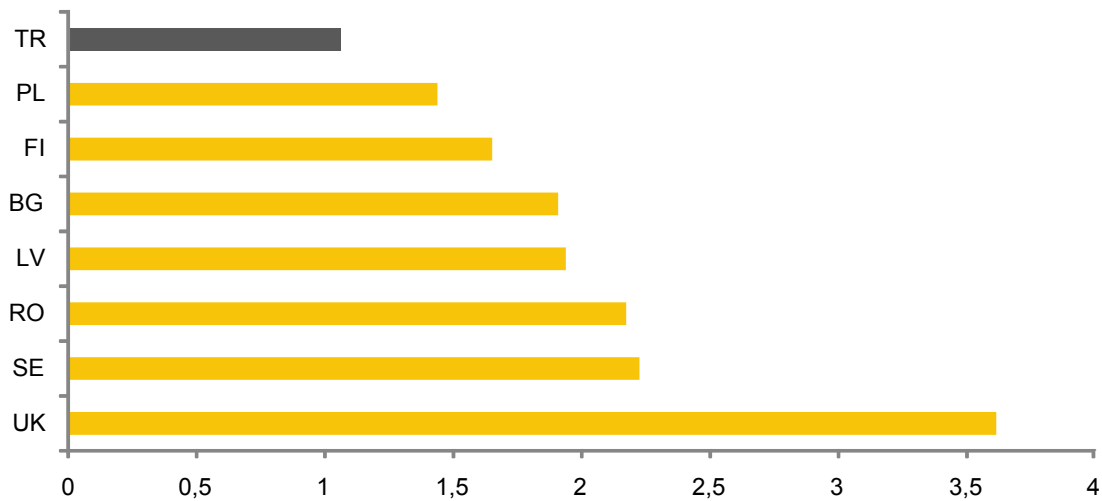


Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu – Bira İstatistikleri 2010 ve The Contribution made by Beer to the European Economy 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

Perakende Sektörü

2009 yılında, Türkiye perakende pazarında bira satışıyla bağlantılı olduğu kabul edilen istihdam sayısı yaklaşık 9,800 iken, 2010'da bu rakam %6,7 oranında azalarak 9.100'e gerilemiştir. Türkiye'de her 1.000 hl'lik bira satışıyla perakende sektöründe 1 istihdam yaratılmaktadır. Bu sayı diğer ülkelere göre düşüktür; Britanya'da 1.000 hl'lik bira satışıyla 3,5 istihdam yaratılmaktadır.

Şekil 4.8: 1.000 hl'lik Bira Satışının Perakende Sektöründe İstihdam Etkisi: 2009 (İş Sayısı)



Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu Bira İstatistikleri 2010 ve The Contribution made by Beer to the European Economy 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

Bununla birlikte, bira satışlarının perakende sektöründeki istihdam etkisi (mutlak rakamlarla) Türkiye’de oldukça yüksektir. Türkiye, perakende sektöründeki istihdam etkisi açısından en büyük 10 bira üreticisi ülke arasında, Polonya, Almanya ve Britanya’nın ardından dördüncü sırada yer almaktadır.

Şekil 4.9: Bira Satışının Perakende Sektöründe İstihdam Etkisi (2009)

Ülke	Bira Satışının Perakende Sektöründe İstihdam Etkisi – 2009 (Kişi Sayısı)
Polonya	23.900
Almanya	17.300
Britanya	12.900
Türkiye	9.800
Romanya	8.100
İspanya	5.700
İtalya	5.300
Fransa	5.200

Kaynaklar: Avrupa Biracılar Konfederasyonu- Bira İstatistikleri 2010 ve The Contribution made by Beer to the European Economy 2009 (Biranın Avrupa Ekonomisine Katkısı 2009)

5 Bira Şirketlerinin Mal ve Hizmet Alımları

5.1 Genel Bakış

Türkiye'deki bira şirketlerinin mal ve hizmet alımlarına dair genel bilgiler	
▶	Bira şirketleri, 2009 yılında yaklaşık 345 milyon €, 2010 yılında ise 381 milyon € tutarında mal ve hizmet satın almışlardır.
▶	En büyük harcama kalemleri tarımsal ürünler, medya, pazarlama ve iletişim ile ambalaj ve şişelemedir.
▶	Mal ve hizmetler çoğunlukla yurt içinden temin edilmektedir.

Şekil 5.1: Sektörlere Göre Satın Alınan Mal ve Hizmetler (milyon Euro)

	(milyon €) 2009	(milyon €) 2010
Tarım ürünleri	70	72
Altyapı	21	20
Ambalaj ve şişeleme	102	109
Ekipman ve imalat	18	20
Nakliye ve depolama	12	13
Medya, pazarlama ve iletişim	91	112
Diğer hizmetler	30	35
Toplam	344	381

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

5.2 Satın Alınan Mal ve Hizmetler

Bira şirketleri bira üretebilmek ve yurt içinde ve yurt dışında satabilmek için, 2009 yılında yaklaşık 345 milyon €, 2010 yılında ise 381 milyon € tutarında mal ve hizmet satın almışlardır. Mal ve hizmetlerin yaklaşık %93'ü yerli kaynaklardan temin edilmiştir. Yerli alımlar Türkiye ekonomisine de kayda değer düzeyde katkı sağlamaktadır (2009'da 324 milyon €, 2010'da 353 milyon €). Bira sektörünün Türkiye'deki tedarikçilere ve ülke ekonomisine sağladığı katkılar ayrıntılı olarak Ek: VIII'de sunulmaktadır.

Şekil 5.2: Satın Alma Harcamaları (2009)

Sektör	Toplam Harcama (milyon €) 2009	Türkiye'ye Katkı	
		Yerli Alım Oranı (%)	(milyon €) 2009
Tarım	70	88	61
Altyapı	21	100	21
Ambalaj ve şişeleme	102	96	98
Ekipman ve imalat	18	55	10
Nakliye ve depolama	12	100	12
Medya, pazarlama ve iletişim	91	100	92
Diğer hizmetler	30	100	30
Toplam	344	-	324

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

Şekil 5.3: Satın Alma Harcamaları (2010)

Sektör	Toplam Harcama (milyon €) 2010	Türkiye'ye Katkı	
		Yerli Alım Oranı (%)	(milyon €) 2010
Tarım	72	81	58
Altyapı	20	100	20
Ambalaj ve şişeleme	109	96	104
Ekipman ve imalat	20	55	11
Nakliye ve depolama	13	100	13
Medya, pazarlama ve iletişim	112	100	112
Diğer hizmetler	35	100	35
Toplam	381	-	353

Kaynak: Ernst & Young ve Regioplan hesaplamaları

5.3 Tarım Sektörüne Katkılar

Tarımsal ürün ve hammadde harcamaları bira şirketlerinin toplam harcamalarının (değer olarak) %19'unu oluşturmaktadır. Tahminlerimize göre, 2010 yılında tarımsal ürünler için, 58 milyon Euro'luk kısmı Türkiye'de olmak üzere, yaklaşık 72 milyon Euro tutarında harcama yapılmıştır.

Bira, maltlık bir tahıl kaynağı (genellikle arpa), şerbetçiotu, su ve maya kullanılarak üretilen doğal bir içki olduğu için, üretiminde tarımsal ürünler önemli bir yer tutmaktadır. Tarımsal girdiler içinde en önemli hammadde maltlık arpadır. Sanayide kullanılan arpanın %70'i bira üretiminde tüketilmektedir.

Türkiye'nin dünyanın önemli arpa üreticisi ülkelerinden biri olmasına rağmen, maltlık arpa temininde bazı güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'de bira sektörü yaklaşık 100.000 ton/yıl yüksek kaliteli arpa ithal etmek zorunda kalmaktadır.

Şekil 5.4: Bira Üretiminde Kullanılan Tarımsal Ürünler (2010)

Tarımsal ürün	Bira üretimindeki tüketim miktarı	Türkiye'de toplam üretim miktarı
Arpa	158.500 ton	6.5 milyon ton
Malt	112.000 ton	Bilinmiyor
Şerbetçiotu	600 ton	Bilinmiyor
Şeker ve şurup	22.300 ton	2.1 milyon ton
Maya	95 ton	212 milyon ton
Pirinç	20.000 ton	447.500 ton
Diğer	400 ton	Bilinmiyor
Su	34.494.400 hl	Bilinmiyor

Kaynaklar: Anket bilgileri, Türkiye İstatistik Kurumu: Tarım İstatistikleri Özeti 2000–2009 ve Euromalt

6 Gelişmeler

2008 – 2010 döneminde Türkiye bira pazarında gündeme gelen bazı gelişmeler bira üretim ve satışının ülke ekonomisine katkılarını olumsuz yönde etkilemiştir ve önümüzdeki yıllarda da bu olumsuz etkiler sürebilecektir.

Literatür taraması ile BMÜD, Efes ve Tuborg'dan alınan anket bilgileri ışığında, Türkiye bira sektörünü etkileyen en önemli gelişmeler aşağıda özetlenmektedir:

6.1 Ekonomik Gelişmeler

Ekonomide Hızlı Toparlanma

- ▶ Türkiye, dünya ekonomisindeki yavaşlamadan diğer AB ülkeleri kadar ciddi boyutlarda etkilenmemiştir. 2009 yılında reel GSYH %4,7 oranında küçülmüş, ancak 2010'da ekonomi hızla toparlanmış ve reel GSYH'deki artış oranı %8,9 olarak gerçekleşmiştir.

Şerbetçiotu Üretiminde Düşüş

- ▶ 2009 ve 2010 yıllarında Avrupa'da bira üretiminde kullanılan tarımsal girdi fiyatları artmıştır. Avrupa'da daha önceki yıllarda hasadın kötü gitmesi nedeniyle şerbetçiotu üretiminde düşüş yaşanmış ve şerbetçiotu arzı talebin gerisinde kalmıştır.

Arpa İthalatı

- ▶ Bira sektöründe arpa kalitesiyle ilgili sorunlar yaşanmaktadır; Türkiye'nin dünyanın en büyük arpa üreticisi ülkelerinden biri olmasına rağmen, bira üreticileri yüksek kaliteli arpa ithal etmek zorunda kalmaktadırlar.

Tüketicinin İçecek Tercihlerinin Değişmesi

- ▶ Tüketicilerin tercihleri değişmektedir. Tüketilen alkollü içki çeşitleri artmış, farklı alternatifler veya kokteyller popülerlik kazanmıştır. Votka'nın enerji içeceği veya meyve suyu gibi diğer içeceklerle karıştırılmasıyla hazırlanan içki karışımlarının tüketiminde artış trendi gözlenmektedir. Türkiye'de son yıllarda viski dağıtım ağının yaygınlaşması sonucunda, viski tüketimi de artmıştır (en hızlı büyüyen alkollü içki kategorisi viskidir).
- ▶ Türkiye'de alkollü içki tüketenlerin toplam nüfustaki payı 2008 yılında %44 iken, 2010'da %39'a gerilemiştir.

Yasa Dışı Şarap Üretimi

- ▶ Yasa dışı şarap üretimini engellemek için çeşitli yasal önlemlerin alınmış olmasına rağmen, bu sorun hâlâ varlığını sürdürmektedir. Damga vergisi uygulaması ve sektörde alınan bazı önlemler sonucunda, yasa dışı şarap üretiminin önlenmesi yönünde bazı ilerlemeler kaydedilmiştir. Buna rağmen, yıllık şarap üretiminin %20'sinin kayıt dışı olduğu ve kontrol edilmediği tahmin edilmektedir. bir şişe şarabın resmi satış fiyatının minimum 3 Euro olmasına rağmen, bazı şarap markaları 3 Euro'dan düşük bir fiyatla satılmaktadır.

6.2 Yasal Gelişmeler

Biraya Uygulanan ÖTV'nin Artması

- ▶ Türkiye'de bira üzerinden alınan ÖTV son sekiz yılda sekiz kez artırılmış ve artış oranları çoğunlukla enflasyon oranlarının üzerinde gerçekleşmiştir. Son iki yıl boyunca ise üç kez artış yapılmıştır (2010 yılı sonunda biradaki ÖTV 2009'un başındaki seviyesinden yaklaşık %85 daha yüksektir). En son yapılan ÖTV artışıyla, Türkiye Avrupa kıtasında biranın en yüksek oranda vergilendirildiği ülkelerden biri haline gelmiştir.
- ▶ Son yıllarda biraya uygulanan ÖTV artışı bazı tarihlerde diğer alkollü içkilere uygulanan artıştan daha yüksek olmuştur. Örneğin, 2009 yılının Nisan ayında bir tek biraya uygulanan ÖTV artırılmış (%9), diğer alkollü içkilere artış uygulanmamıştır. Aynı yılın Aralık ayında ise biradaki ÖTV %35, oysa distile alkollü içkilerdeki ÖTV yalnızca %10 oranında artırılmıştır.

Yasa Dışı Satışların Önlenmesi

- ▶ Türkiye Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) yasa dışı satışları önlemek amacıyla, web sitesinde de yer alan bir izleme sistemi kurmuş ve toptancılar ve üreticiler için elektronik ortam üzerinden satış belgeli perakende satış noktalarının bir listesini yayınlamıştır. Yasa dışı ticareti önlemek amacıyla, tüm alkollü içkilerle ilgili bandrol denetimleri artırılmıştır. (Bira üretim tesislerinde üretilen ürünlerde kod uygulaması vardır). Satış belgesiz perakende bira satışı yasalara aykırıdır.

Satış Belgesi Alma Şartları

- ▶ Perakende ve umuma açık satış noktalarında satış yapabilmek için gerekli olan satış belgesi edinme şartları sıkılaştırılmıştır. Satış belgesi verilirken, satılan alkollü içkinin alkol içeriğine bağlı olarak bir ayırım yapılmaksızın, aynı yasal şartlar uygulanmaktadır. 2008–2010 döneminde, satış belgesi bedelleri de %10 oranında artırılmıştır. Büyük kent merkezlerinde toptan satış belgesi bedeli halen 818 €'dur (1630 TL).

2009 ve 2010 Yıllarında Yürürlüğe Giren Yasalar

- ▶ Turizm Bakanlığı'nın sınıflandırdığı bir kategori dışında, Türkiye'de sinema filmleri gösterimi vasıtasıyla alkollü içki reklamı yapılması yasaktır. Ayrıca, alkollü içki reklamlarında, alkollü içkinin, diğer gıda maddelerinin tüketiminin vazgeçilmez bir tamamlayıcısı olduğunu ima eden içerikler de kullanılamaz.
- ▶ Alkollü içki satışını ve tüketimini özendirici reklamların televizyon, kablolu yayın ve radyo kanallarında yayınlanması uzun zamandan beri kesinlikle yasaktır. Yazılı basın veya diğer mecralarda, ilan panolarında ve açık hava etkinliklerinde alkollü içki reklamlarının yer alması çok sıkı kurallara tabidir.
- ▶ Temmuz 2009'da kapalı mekanlardaki lokantalar ile kahvehane, kafeterya, birahane gibi eğlence hizmeti verilen işletmelerde tütün ve tütün ürünlerinin tüketilmesi yasaklanmıştır. Bu yasağın bira sektörüne etkilerini zaman gösterecektir. Bazı Avrupa ülkelerinde müşteri sayısının azalması nedeniyle umuma açık yerlerdeki ciolar düşmüş, bazılarında ise yükselmiştir.
- ▶ 2009 ve 2010 yıllarında alkollü içki reklamlarına ve ticaretine yeni kısıtlamalar getirilmiştir. Örneğin, 2009'da Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkındaki Tebliğ'e bazı eklemeler yapılmış; gazete ve dergilerde çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan sayfa ve eklerde alkollü içki reklamlarının yer alamayacağı hükmü getirilmiştir.

Yeni Yasal Düzenlemeler

7 Ocak 2011 tarihinde Türkiye Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK), alkollü içkilerin satışına ve sunumuna ilişkin usul ve esasların açıklandığı bir yönetmelik yayınlamıştır. Bu yönetmelik alkollü içki piyasasının düzenlenmesine ilişkin çok katı maddeler içermektedir. Bu yönetmelikle getirilen başlıca değişiklikler aşağıda verilmektedir.

- ▶ Öğrenci yurtlarında, spor kulüplerinde, her türlü öğretim ve eğitim kurumlarında, kahvehane, kıraathane, pastane, bezik ve briç salonlarında alkollü içki satışı yasaktır. Akaryakıt istasyonlarının mağaza ve lokantalarında ise, hacmen %5'den fazla alkol içeren alkollü içki satışı yapılamaz.
- ▶ Perakende satış noktalarında alkollü içkiler, sadece bu ürünlerin satışına tahsis edilmiş alanda bulunan satış ünitelerinde sergilenebilecek, alkollü içki reklamı ise sadece bu alanda yapılabilecektir. Bu bağlamda, özellikle küçük bakkal dükkanlarının ve büfelerin alkollü içki satışında, promosyon ve reklamında problem yaşayacakları düşünülmektedir. Süpermarketlerde ise alkollü içki satışına özel bir alan tahsis etmek daha kolaydır.
- ▶ Alkollü içki reklamlarında alkollü içki tüketimini 'sevgililer günü' veya 'yılbaşı gecesi' gibi özel günlerin bir parçası olarak ilişkilendiren bir içerik kullanılamaz.
- ▶ Gazete ve dergilerin ilk ve son ve kapak sayfalarında alkollü içki reklamları yer alamaz.

Kaynakça

- ▶ The Brewers of Europe (2011). Excise Duty rates for beer 2011. 24 Mayıs 2011.
<http://www.brewersofeurope.org/docs/flipping_books/beer_excise_duty_2011/index.html>.
- ▶ The Brewers of Europe (2010). *Beer Statistics 2010 edition*.
- ▶ Cnossen, S. (2007). Alcohol taxation and regulation in the European Union. *International Tax Public Finance*, 14, 699–732.
- ▶ Ernst & Young The Netherlands, & Regioplan Policy Research (2011). *The Contribution made by beer to the European economy- 2010*. Amsterdam: Regioplan Beleidsonderzoek.
- ▶ Avrupa Komisyonu (2010). *Excise Duty tables Part I Alcoholic Beverages*.
- ▶ Avrupa Komisyonu (2010). *Excise Duty tables. Tax receipts. Alcoholic beverages*.
- ▶ The IWSR (2009). *The ISWR Yearbook 2009*. Londra: IWSR.
- ▶ Österberg, E., & Karlsson, T. (eds.). *Alcohol Policies in EU Member States and Norway. A Collection of Country Reports*. 1 Şubat 2011.
<http://ec.europa.eu/health/ph_projects/1998/promotion/fp_promotion_1998_a01_27_en.pdf>
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu. *Tarım İstatistikleri Özeti (2000–2009)*
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu. *Ekonomik Göstergeler 2010*
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu. *Türkiye İstatistik Yıllığı*
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu. *İstatistiki Göstergeler (1923–2009)*

Ek I: Metodoloji ve Kapsam

Bu çalışmada Türkiye bira sektörünün ülke ekonomisine katkıları incelenmiştir. Faaliyet alanı itibarıyla biracılık sektörünün uluslararası bir yapısı bulunmasına ve çoğu bira şirketinin çok uluslu organizasyonlar olmalarına karşın, burada yer alan analizler ülke seviyesi ile sınırlı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu itibarla münferit olarak ulusal ekonomi üzerindeki etkiler ölçülebilmektedir.

Baz yılı olarak 2009 ve 2010 seçilmiş, bu yıllara ait veri olmaması halinde, 2008 yılı verileri kullanılmıştır.

Bu çalışmada yer alan bazı hesaplamalar ve ifade edilen sonuçlar, Ernst & Young ve Regioplan Policy Research tarafından geliştirilmiş olan bir **modele** dayalıdır. Dolayısı ile Ernst & Young ve Regioplan Policy Research'ün metodolojik tercihlerine dayalı olan bu sonuçların direkt temsil niteliği bulunmamaktadır. Modelleme hakkında ayrıntılı bilgiler Ek: III'de verilmektedir.

Bira sektörünün Türkiye ekonomisine katkılarının tam bir resmini çizebilmek için, bu katkılar üç ana başlık altında incelenmiştir:

- ▶ Doğrudan katkılar;
- ▶ Tedarik sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar ve
- ▶ Perakende ve turizm/eğlence sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar.

Doğrudan katkılar, bira üreticilerinin Türkiye ekonomisine doğrudan sağladıkları katkılardır.

Tedarik sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar, tedarikçi şirketlerin bira üreticilerine mal ve hizmet satarak, ülke ekonomisine sağladıkları katkılardır. Bira üretiminin gerçekleştirilebilmesi için çok çeşitli mal ve hizmetin satın alınması gerekmektedir. Bu girdiler arasında su, tarımsal ürünler (şerbetçiotu, malt ve maltlık arpa) ile şişe, kutu, vb. ambalaj malzemeleri yer almaktadır. Ayrıca, üretim tesislerinde mühendisler, pazarlamacılar, vb. personel görev yapmakta, iletişim ajanslarıyla çalışılmakta ve geniş bir yelpazeye yayılan değişik hizmetler alınmaktadır. Bu çalışmada tedarik sektörleri yedi başlık altında toplanmıştır: Tarım (hammadde), altyapı (elektrik, gaz ve su), ambalaj ve şişeleme, nakliye ve depolama, medya, pazarlama ve iletişim, ekipman, imalat ve diğer sınai faaliyetler ve diğer hizmet ve faaliyetler (iş faaliyetleri; bireysel, sosyal ve toplumsal hizmetler, vb.)

Perakende ve turizm / eğlence sektörlerinde sağlanan dolaylı katkılar ise, bu sektörlerdeki işletmelerin bira satışı kanalıyla ülke ekonomisine sağladıkları katkılardır. Perakende satış noktalarındaki ve umuma açık yerlerdeki bira satışı önemli ekonomik faydalar sağlamaktadır. Bu raporda yalnızca bira satışlarından kaynaklanan katkılar ele alınmış; örneğin çay, kahve, meyve suyu, şarap ve distile alkollü içki gibi diğer içecek satışlarından kaynaklanan katkılar kapsama alınmamıştır.

Yukarıda yer alan katkılar, **istihdam**, **katma değer** ve **devlet gelirleri** olmak üzere üç alanda ölçülmüştür. Esas itibarıyla burada ilave bir katkı söz konusu olmayıp, fiili sonuçların üç farklı alanda yorumlanabilmesi sağlanmaktadır.

Şekil 6: Ekonomik Katkıların Ölçüldüğü Boyutlar

	Doğrudan Katkılar	Dolaylı Katkılar (Tedarik Sektöründe)	Dolaylı Katkılar (Perakende ve Turizm/ Eğlence Sektörlerinde)
İstihdam	Bira sektöründeki toplam istihdam sayısı	Bira üretim ve satışının tedarik sektörlerindeki istihdam etkisi (toplam iş sayısı)	Bira üretim ve satışının turizm/eğlence ve perakende sektörlerindeki istihdam etkisi (toplam iş sayısı)
Katma Değer	Bira şirketlerinin yarattığı katma değer	Bira üretim ve satışının tedarik sektörlerindeki katma değer etkisi	Bira üretim ve satışının turizm/eğlence ve perakende sektörlerindeki katma değer etkisi
Devlet Gelirleri	Biraya uygulanan ÖTV hasılatı, bira sektöründeki işçi ve işverenlerin sosyal güvenlik katkı payları, işçilerin gelir vergileri	Tedarik sektörlerindeki işçi ve işverenlerin (bira üretim ve satışından doğan) sosyal güvenlik katkı payları, işçilerin gelir vergileri	Biraya uygulanan KDV hasılatı, turizm/eğlence ve perakende sektörlerindeki işçi ve işverenlerin (bira üretim ve satışından doğan) sosyal güvenlik katkı payları, işçilerin gelir vergileri, kurumlar vergisi ve diğer vergiler

Ek II: Veri Kaynakları

Bu raporun hazırlanmasında çeşitli veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Önem sırasına göre bu kaynaklar şunlardır:

- ▶ Türkiye Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK);
- ▶ Bira ve Malt Üreticileri Derneği'nden (BMÜD) alınan anket bilgileri;
- ▶ Türkiye'deki bira şirketlerinden doğrudan alınan detaylı anket bilgileri;
- ▶ Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK);
- ▶ Brewers of Europe (Avrupa Biracılar Konfederasyonu), Avrupa Komisyonu ve Eurostat (Avrupa İstatistik Kurumu), vb. diğer kaynaklar.

Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu

Türkiye'de bira üretimi, ihracat ve ithalatına ilişkin temel veriler TAPDK kaynaklarından alınmıştır.

Ayrıntılı bilgi için: <www.tapdk.gov.tr/alkol/istatistik/alkollu_icki_piyasa_arz_2010.htm> ve

<http://www.tapdk.gov.tr/alkol/istatistik/alkollu_icki_piyasa_arz_2009.htm>.

Bira ve Malt Üreticileri Derneği (BMÜD)

Bira ve Malt Üreticileri Derneği, bu raporun hazırlanmasında çok yararlı veri ve bilgilerin sağlandığı önemli bir kaynak olmuştur. Bira sektörüne ilişkin bazı temel veriler, perakende ve umuma açık yerlerdeki bira satış fiyatları, perakende ve umuma açık yerlerden satışlardaki dağıtım marjları, bira sektöründeki önemli gelişmeler ve tehditler ile Türkiye'nin alkol ve ÖTV politikasına ilişkin veri ve bilgiler BMÜD'in sunduğu anket bilgileriyle sağlanmıştır.

Türkiye'nin en büyük iki bira şirketi (Efes ve Tuborg)

Türkiye'nin en büyük iki bira şirketi Efes ve Tuborg'dan ayrıntılı anket bilgileri alınmıştır. Şirketlerin temel verileri, faaliyetleri, harcamaları ve satın aldıkları mal ve hizmetler hakkında bilgi sunmuşlardır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Bira sektörüne ilişkin spesifik veriler BMÜD, Tuborg ve Efes'ten, genel ekonomik veriler ise TÜİK kaynaklarından sağlanmıştır. Bu veriler arasında 2007 yılından bu yana sektörel istihdam ve satış gelirleri dâhil olmak üzere çeşitli istatistiki ve ekonomik göstergeler ve tarım istatistikleri yer almaktadır.

Avrupa Biracılar Konfederasyonu (The Brewers of Europe)

Anket bilgilerinin yanı sıra, Avrupa Biracılar Konfederasyonu'nun istatistiki bilgi kaynaklarından da yararlanılmıştır. Avrupa ülkelerindeki bira sektörlerine ilişkin genel bilgiler (örneğin, bira sektörüne ait üretim, tüketim ve doğrudan istihdam verileri) bu kaynaktan sağlanmıştır.

Avrupa Komisyonu

Avrupa Komisyonu, alkollü içkiler (bira, şarap ve distile alkollü içki) üzerinden alınan özel tüketim vergileri ve devletin elde ettiği hasılatla ait bilgi ve veri yayınlamaktadır.

Eurostat (Avrupa İstatistik Kurumu)

Eurostat istatistiklerinde karşılaştırma yapılan ülkelerin çoğundaki işçilik maliyetleri ile çalışan kişi başına satış ve katma değer verileri yer almaktadır. Karşılaştırma çalışmasında bazı veriler *The contribution made by beer to the European Union Economy* (Biranın Avrupa Birliği Ekonomisine Katkısı) başlıklı rapordan alınmıştır. Daha ayrıntılı bilgi için: <http://www.brewersofeurope.org/docs/flipping_books/ey_2011/index.html#/16/>.

Ek III: Değişkenler ve Tahminler

Bu rapordaki hesaplamaların TÜİK verilerine ve Türkiye'nin en büyük bira şirketleri ile BMÜD'den alınan bilgilere dayalı olması nedeniyle sonuçlar güvenilirdir. Bira sektörünün ekonomik katkılarına ilişkin olarak varılan bazı sonuçlar ise tahminlere dayalıdır. Bu tahminler Ernst & Young ve Regioplan Policy Research'ün geliştirmiş oldukları bir **model** çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu ekte aşağıdaki faktörler dikkate alınarak hesaplamaların nasıl yapıldığı açıklanmaktadır:

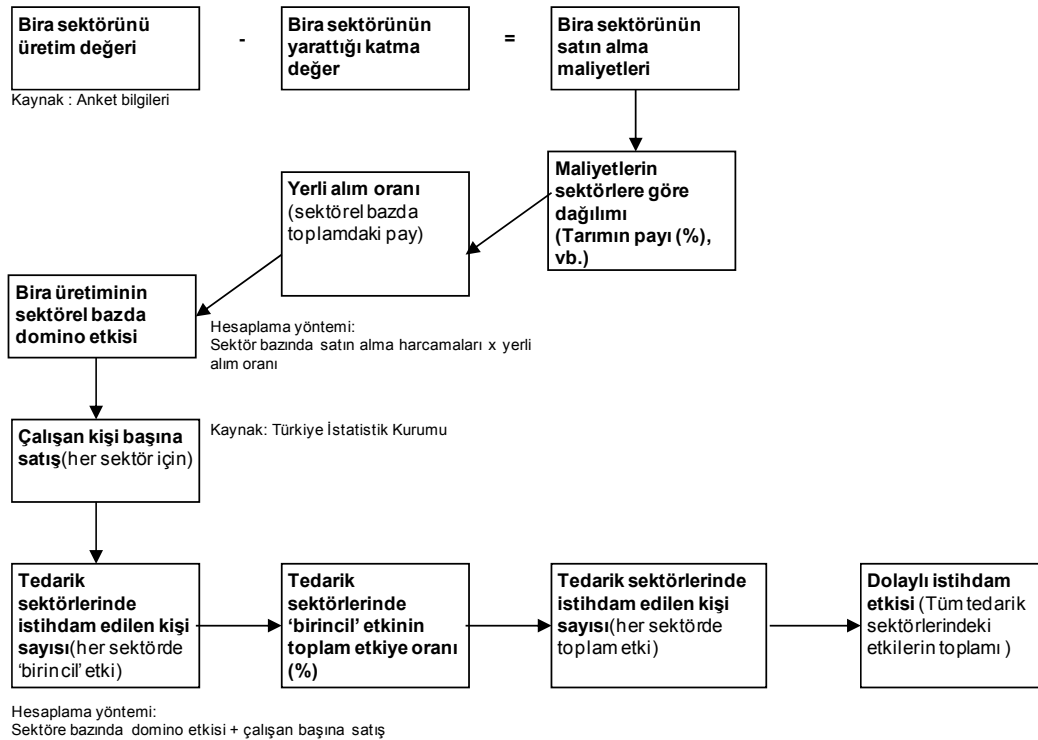
- ▶ İstihdam etkileri;
- ▶ Bira üretim ve satışıyla yaratılan katma değer;
- ▶ Bira üretim ve satışıyla sağlanan devlet gelirleri.

İstihdam Etkileri:

Doğrudan istihdam etkisi ile bira sektöründe istihdam edilen kişi sayısı kastedilmektedir. Doğrudan istihdama ait veriler bira şirketlerinden temin edilmiştir.

Tedarik sektörlerinde dolaylı istihdam etkisi ile bira üretim ve satışının tedarik sektörlerindeki dolaylı istihdam etkisi kastedilmektedir. Bu hesaplamanın başlangıç noktası, bira üreticilerinin iç piyasadan alımlarının yerli tedarik şirketleri üzerindeki 'domino' etkisidir.

Şekil 7: Tedarik Sektörlerinde İstihdam Etkisini Ölçme Modeli



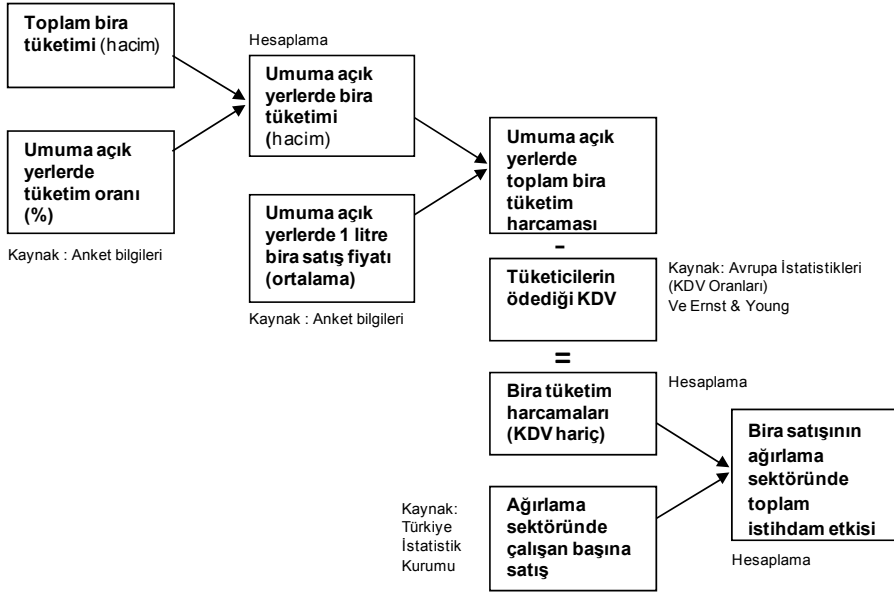
Sektörel bazda çalışan kişi başına satış ve katma değere ilişkin veriler TÜİK kaynaklarından alınmıştır. Sektörel veriler için NACE sınıflaması (TÜİK'in Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistik Sınıflaması, 2002 Revize 1.1) kullanılmıştır. (Kod A: Tarım, ormancılık ve balıkçılık ürünleri), ambalaj sanayi ve ekipman (D: imalat), altyapı (E: elektrik

gaz ve su tedariki), toptan ve perakende⁶ (G: toptan ve perakende ticaret, motorlu araç ve motosiklet tamiri), turizm ve eğlence (H: Otel ve lokantalar), nakliye (I: nakliye, depolama ve iletişim) ve diğer hizmetler (O: Diğer bireysel, sosyal ve toplumsal hizmetler, K: Emlak, kiralama ve iş faaliyetleri).

Perakende ve açık bira satışının **perakende ve turizm / eğlence sektörlerindeki istihdam** etkisi aşağıdaki modele göre hesaplanmıştır:

Şekil 8: Perakende ve Turizm / Eğlence Sektörlerindeki İstihdam Etkisini Ölçme Modeli

Kaynak : Anket bilgileri



Bira satışlarının perakende sektöründeki istihdam etkisi de benzer şekilde hesaplanmıştır. Biranın perakende ve umuma açık yerlerdeki reel fiyat artış oranı enflasyon oranının üzerinde olduğu için, turizm ve eğlence sektöründeki bira satış hasılatı enflasyon oranına endekslenmemiş ve fiili fiyat artışları dikkate alınarak düzeltme yapılmıştır.

Bira üretim ve satışının katma değere etkisi

Bira sektörünün **doğrudan yarattığı katma değere** ilişkin veriler bira şirketlerinden ve Türkiye İstatistik Kurumu kaynaklarından alınmıştır. Bira üretim ve satışının diğer sektörlerdeki (tedarik, perakende ve turizm / eğlence) **dolaylı katma değer** etkisi, istihdam etkisine bağlı olarak hesaplanmıştır. Herhangi bir sektördeki katma değer, istihdam etkisinin reel işgücü verimliliği (brüt katma değer/çalışan kişi sayısı) ile çarpılmasıyla hesaplanmıştır.

⁶ Toptan ve perakende sektörlerinde biradaki katma değer yüzdesi diğer ürünlerdekinden çok farklıdır. Bu nedenle, bu sektörlerde çalışan kişi başına katma değer hesaplamalarında NACE sınıflandırması G5225 (alkollü ve diğer içeceklerin perakende satış fiyatları) kullanılmıştır.

Şekil 9: Katma Değer Ölçme Modeli



Bira üretim ve satışıyla sağlanan devlet gelirleri

Bira sektörü kanalıyla elde edilen devlet gelirleri beş başlık altında toplanmaktadır:

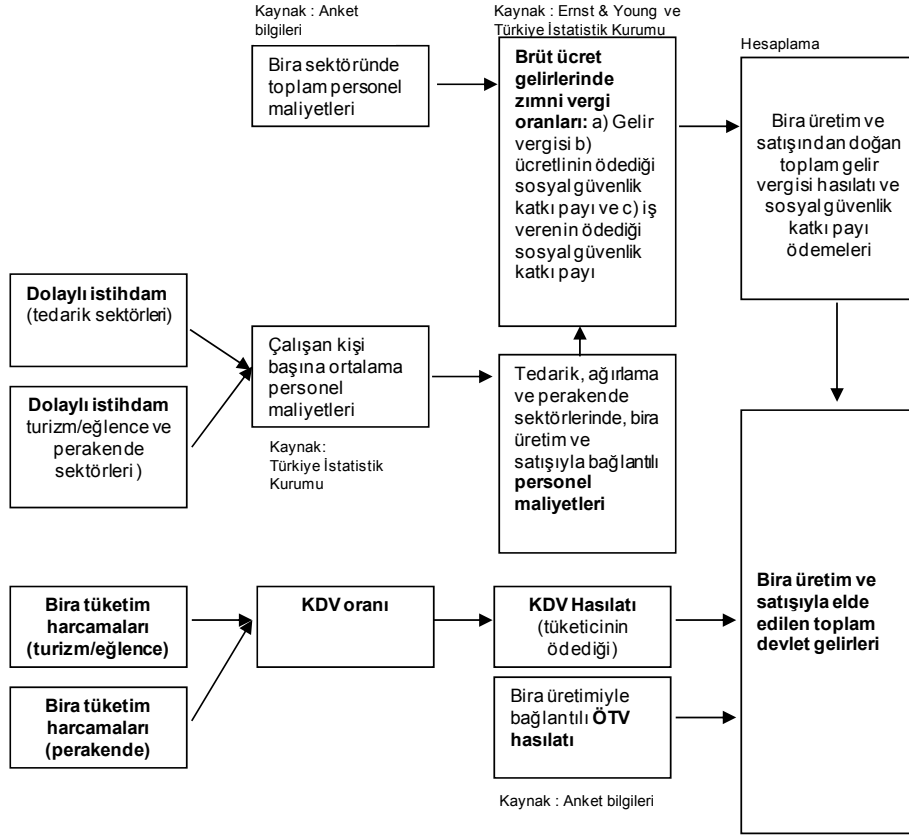
- ▶ Özel tüketim vergisi hasılatı;
- ▶ KDV hasılatı;
- ▶ Gelir vergisi ve sosyal güvenlik katkı payları;
- ▶ Kurumlar vergisi;
- ▶ Diğer vergiler.

Özel tüketim vergisi hasılatına ilişkin veriler anket bilgilerinden, Avrupa Komisyonu ve Avrupa Biracılar Konfederasyonu istatistiklerinden alınmıştır. Bira satışlarıyla elde edilen **KDV hasılatı** ise, toplam bira tüketim harcamalarının (perakende ve umuma açık yerlerde) ilgili ülkedeki KDV oranıyla çarpılmasıyla hesaplanmıştır.

Ücret gelirlerine uygulanan gelir vergisi ve sosyal güvenlik katkı payları, brüt personel maliyetinin zımni vergi oranlarıyla çarpılmasıyla hesaplanmıştır. Bira şirketlerinin personel maliyetlerine ait veriler Eurostat ve TÜİK'ten alınmıştır. Tedarik, turizm/eglençe ve perakende sektörlerindeki personel maliyetleri, bu sektörlerde dolaylı olarak istihdam edilen kişi sayısının, çalışan kişi başına ortalama personel maliyeti ile çarpılmasıyla hesaplanmıştır.

Ücret gelirlerine uygulanan zımni vergi oranlarına ilişkin veriler Avrupa Komisyonu ve TÜİK istatistiklerinden alınmıştır. Zımni vergi oranı, ücret üzerinden kesilen gelir vergisi ve sosyal güvenlik katkı paylarının toplam personel maliyetlerine oranıdır ve a) gelir vergisi, b) ücretlinin ödediği sosyal güvenlik katkı payı ve c) işverenin ödediği sosyal güvenlik katkı payı oranlarının ortalamasıdır. Zımni vergi oranlarının kullanılmasıyla, gelir vergisi hasılatı ile sosyal güvenlik katkı paylarını ayrı ayrı hesaplamak mümkün olmuştur.

Şekil 10: Devlet Gelirlerini Ölçme Modeli



Ek IV: D v z Kurları

Bu çalışmada, çoğunlukla 2009 ve 2010 yıllarına ait veriler kullanıldığı için, hesaplamaların çoğunda bu iki yılın ortalama d v z kurları kullanılmıştır.

şekil 11: Raporda Kullanılan D v z Kurları

Dövizin Cinsi	2007	2008	2009	2010	2011
TL/EUR	1,7865	1,9064	2,1631	1,9947	2,2152
ABD\$/EUR	1,3705	1,4708	1,3948	1,3257	1,3898

Kaynak: Avrupa Merkez Bankası, <http://www.ecb.int/stats/exchange/eurofxref/html/index.en.html>

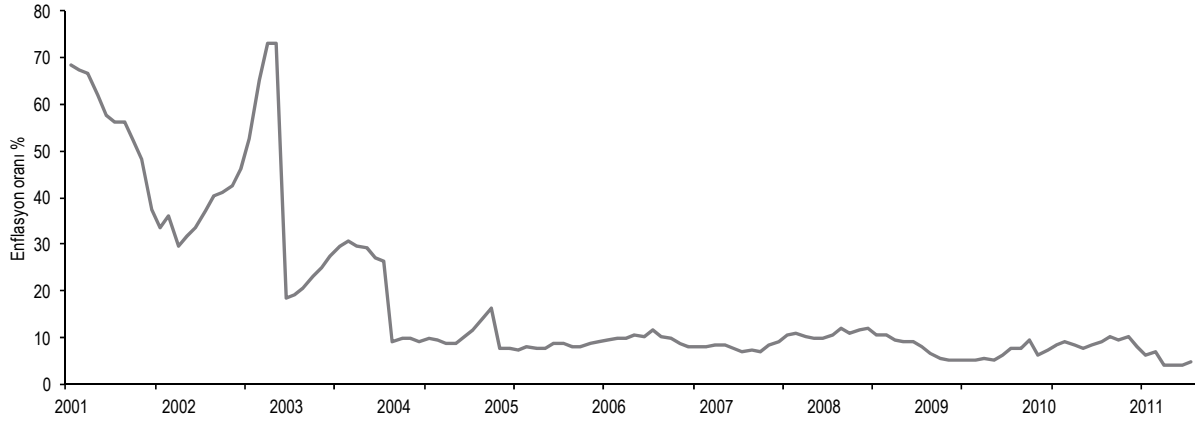
Ek V: Enflasyon Oranları

Sektörel bazda satış hasılatı ve çalışan kişi başına katma değere ilişkin 2009 ve 2010 yılı verileri mevcut olmadığından, bu yıllara ait veriler, 2007 ve 2008 yılı verilerinin enflasyona endekslenmesiyle hesaplanmıştır. Paranın değerindeki değişimler yani enflasyon oranı fiyat endeksleriyle ölçülmektedir.

Şekil 12: Bu Raporda Kullanılan Enflasyon Oranları

	2008	2009	2010
Enflasyon oranı	10,1	6,5	6,4

Kaynak: T.C. Merkez Bankası



Ek VI: Terimler Sözlüğü

AB-27 Ortalaması:	Avrupa Birliği'ni oluşturan 27 ülkedeki ortalama değerler. Bu ülkeler: Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Güney Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Litvanya, Letonya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç ve Britanya.
Bira Fabrikası:	Bira üretim tesisi veya imalathanesi.
Bira Sektörü:	Belirli bir coğrafi bölgede faaliyet gösteren tüm bira şirketleri. Bu şirketler soda, kola ve gazoz gibi farklı içeceklerin üretimini de gerçekleştirebilirler.
Bira Şirketi:	Bira üreten ve / veya satan şirket.
Çevre Temizlik Vergisi:	Türkiye'de belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde bulunan ve belediyelerin çevre temizlik hizmetlerinden yararlanan konut ve işyerleri çevre temizlik vergisine tabidir; konutlara ait çevre temizlik vergisi, su tüketim miktarı esas alınmak suretiyle metreküp başına ve konutun bulunduğu mahale göre hesaplanmakta; işyerlerine ait vergi ise belirli bir tarife ve yine işyerinin bulunduğu mahale göre belirlenmektedir.
Damga Vergisi:	Damga Vergisi; sözleşmeler, anlaşmalar, borç senetleri, sermaye iştirakleri, kredi mektupları, teminat mektupları, mali tablolar ve bordrolar dâhil olmak üzere çeşitli dokümanlar için uygulanmaktadır. Damga vergisi % 0,165 ve % 0,825 arasında değişen oranlarda belge bedelinin belirli bir yüzdesi olarak tarh olunmaktadır. Sözleşmenin her ve tüm imzalı nüshası için ayrı ayrı damga vergisi alınmaktadır.
Devlet Gelirleri:	Devlet gelirleri, devletin ve diğer kamu kuruluşlarının, kamu hizmetlerini karşılamak amacıyla kanuna dayanarak çeşitli kaynaklardan elde ettikleri gelirlerdir. Bu çalışmada, devlet gelirleri: kurumlar vergisi, özel tüketim vergisi, perakende ve umuma açık yerlerdeki bira satışlarından sağlanan KDV hasılatı, bira sektöründe ve bağlantılı diğer sektörlerde (tedarik, perakende ve turizm/eğlence) birayla ilgili işlerde çalışanların ücret gelirlerinden alınan gelir vergileri ile işçi ve işverenlerin sosyal güvenlik katkı payı ödemeleri.
Doğrudan Katkılar:	Bira sektörünün doğrudan yarattığı istihdam, katma değer ve sağladığı devlet gelirleri.
Dolaylı İstihdam:	Bira sektörünün tedarik sektörlerindeki istihdama (veya katma değere) dolaylı etkisi. Örneğin, (Tedarik Sektörleri) şerbetçiotu veya arpa satan çiftçiler veya şişe, kutu, fıçı veya ekipman imalat firmaları.

Dolaylı İstihdam: (Perakende ve Turizm/Eğlence)	Bira sektörünün perakende ve turizm/eğlence sektörlerinde bira satışı ve dağıtımını yapan şirketlerdeki istihdama dolaylı etkisi. (Örneğin, barmenler, garsonlar ve esnaf). Bu çalışmada yalnızca perakende ve turizm/eğlence sektörleri kapsama alınmıştır.
Enflasyon Oranı:	Bu rapordaki hesaplamalarda, Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) baz alınarak tespit edilen enflasyon oranları kullanılmıştır. TÜFE endeksi hane halkı bütçe ve anketlerine dayanılarak hazırlanan sabit bir mal ve hizmet sepetinin satın alma maliyetindeki değişimleri ölçmektedir. Enflasyon oranı belirlenirken de, TÜFE endeksinin belirli bir dönem aralığındaki yüzdesel değişimi değerlendirilmektedir. Fiyatların düşmesi, negatif enflasyon veya deflasyon olduğunu göstermektedir.
GSYH:	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
Hacmen Alkol Miktarı:	Bir içecekteki alkolün sertlik derecesini gösteren alkol yüzdesi (%)
Hektolitire (hl):	100 litrelik hacim ölçüsü birimi
İhracat:	Dış ülkelere satışı yapılan ve sevk edilen yıllık bira miktarı (hacmi)
‘İlk’ İstihdam Etkisi:	Bira sektörünün alımları neticesinde tedarik sektörlerinde doğrudan yaratılan iş sayısı. Tedarik sektörlerinin kendi alımları neticesinde yaratılan istihdam dâhil değildir.
İthalat:	Dış ülkelerden satın alınan ve yurda getirilen yıllık bira miktarı (hacmi)
Katma Değer:	Üretim değeri ile satın alınan girdi (mal ve hizmet) maliyetleri arasındaki fark. Ekonomik terminolojide ise üretim faktörlerinin (emek, sermaye, girişim) getirilerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır.
Katma Değer Vergisi: (KDV)	Katma Değer Vergisi (KDV), harcamalar üzerinden alınan bir vergidir. KDV, mal ve hizmet üretimi ile dağıtımında yaratılan “katma değer” üzerinden alınmaktadır. Türkiye’de KDV oranları %1, %8 ve %18’dir, ancak %18 oranı daha yaygındır.
Kurumlar Vergisi:	Kurumlar vergisi kurum kazançları üzerinden alınan bir vergi türüdür. Vergilendirme amaçlı olarak, Türkiye’de şirketler iki grup altında toplanmıştır: Sermaye şirketleri (anonim, limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketler ile benzer nitelikteki yabancı kurumlar) ve şahıs şirketleri (hakiki şahıs, adi kolektif ve adi komandit). Sermaye şirketleri ile kamu iktisadi teşekkülleri, kooperatifler ve dernek ve vakıflara ait iktisadi işletmeler ile iş ortaklıkları da kurumlar vergisi mükellefidir. Uygulamadaki tam mükellefiyet ve dar mükellefiyet ayrımı kurumun kanuni veya iş merkezinin Türkiye’de bulunup bulunmadığına göre yapılmaktadır. Kanuni veya iş merkezleri Türkiye’de bulunan kurumlar tam mükellef sayılırlar ve gerek Türkiye’de, gerekse yurt dışında elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirilirler. Kanuni

veya iş merkezlerinden her ikisi de Türkiye’de bulunmayanlar dar mükellef sayılırlar ve yalnız Türkiye’de elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirilirler. Türkiye’de mukim olmayan kişi ve kuruluşların ise Türkiye’de elde ettikleri kazançları (örneğin, Türkiye’de sundukları hizmetler karşılığında) stopaj vergisine tabidir. Ancak, ilgili ülke ve Türkiye arasında çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması varsa, stopaj vergisinin oranı düşebilmektedir. Türkiye’de kurum kazançları üzerinden alınan kurumlar vergisi oranı %30 idi. 2011 yılında uygulanan oran ise %20’dir.

Özel Tüketim Vergisi:	Özel Tüketim Vergisi, belirli bir malın üretim değeri üzerinden değil, üretim hacmi üzerinden ve maktu veya oransal olarak alınan bir harcama vergisidir. Genel olarak, Avrupa ülkelerinde alkollü içkilere uygulanan özel tüketim vergisi oranları alkollü içkilerin içerdikleri alkol yüzdesine bağlı olarak değişmektedir.
Perakende Satış:	Bakkal, büfe, süpermarket veya diğer perakende satış noktalarında bira satışı.
Personel Maliyetleri:	İlgili referans dönemi boyunca, yapılan iş karşılığında çalışanlara işveren tarafından ödenebilir nakdi ve aynı toplam karşılıklardır. Personel maliyetleri işçilerin gelir vergilerini ve işçi ve işverenin sosyal güvenlik katkı payı ödemelerini de kapsamaktadır.
Plato Derecesi:	Biranın mayasındaki şeker miktarını ölçmek için kullanılan bir birimdir. Vergilendirme ölçütü olarak, %0,4 alkolün bir Plato derecesine sahip olduğu kabul edilmektedir. Plato derecesi, saf suda eriyen sakaroza bağlı olarak, çözeltideki herhangi bir madde ağırlığının çözeltinin ağırlığına oranını ifade etmektedir. Bir Plato derecelik yoğunluk ölçümü, ölçülen sıvı ağırlığının %1’inin şekerde eridiğini göstermektedir.
SAS’a Göre GSYH:	Satın alma standardına göre gayri safi yurt içi hasıla.
Satın Alma Maliyeti:	Hesap dönemi boyunca yeniden satış amacıyla veya üretimde kullanılmak üzere dışarıdan satın alınan mal (sermaye malları hariç) ve hizmet maliyetleri.
Sosyal Güvenlik Katkı Payları:	İşçi ve işverenlerin hastalık, iş kazaları, işsizlik, emeklilik ödemeleri ve diğer programlardan oluşan sosyal güvenlik sistemine katkı payları.
Şahsi Gelir Vergisi:	Gerçek kişilerin gelirleri üzerinden ödenen vergi. Bu çalışmada bira üretimi ve satışıyla bağlantılı işlerden elde edilen ücret gelirleri üzerinden alınan gelir vergisi hesaplamalara dâhil edilmiştir.
TAPDK:	Türkiye Tütün, Tütün Ürünleri ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu.

TÜFE:	TÜFE hane halkı bütçe ve anketlerine dayanılarak hazırlanan sabit bir mal ve hizmet “sepetinin” satın alma maliyetindeki değişimleri ölçen bir endekstir. Birçok ülkede yıllık enflasyon değerindeki değişim TÜFE endeksiyle ölçülmektedir.
Umuma Açık Yerlerde Bira Satışı:	Turizm ve eğlence sektöründeki (satış belgeli) bar, kulüp, restoran vb. yerlerde bira satışı
Ücret Gelirlerinde Zımnı Vergi Oranı:	Zımnı vergi oranı, ücret üzerinden kesilen gelir vergisi ve sosyal güvenlik katkı paylarının toplam personel maliyetlerine oranıdır ve (a) gelir vergisi, (b) ücretlinin ödediği sosyal güvenlik katkı payı ve (c) işverenin ödediği sosyal güvenlik katkı paylarının ortalama oranını ifade etmektedir.
Üretim Değeri:	Üretim değeri, satışa dayalı, stoklardaki değişimi ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren işletmedeki fiili üretim değeridir. Üretim değeri = Satış hasılatı ($\pm$) yarı mamul ve mamul stoklarındaki değişim ($\pm$) alındığı gibi aynı şartlarda yeniden satılmak için satın alınan mal ve hizmetlerin stoklarındaki değişim ($-$) alındığı şartlarda yeniden satılmak için satın alınan mal ve hizmetlerin satın alma bedelleri (+) sermayelendirilmiş üretim (+) diğer işletme gelirleri (sübvansiyonlar hariç). Finansman gelir ve giderleri ile olağan dışı gelir ve giderler üretim değerine dâhil değildir.
Vergi Paritesi:	Biraya uygulanan özel tüketim vergisinin diğer alkollü içkilere (distile alkollü içkiler, şarap, vb.) uygulanan özel tüketim vergisine oranı (içeriğindeki bir litre saf alkol bazında).

Ek VII: Uluslararası Ülke Kodları

Şekil 13: Uluslararası Ülke Kodları

Kod	Ülke adı
AT	Avusturya
BE	Belçika
BG	Bulgaristan
CY	Güney Kıbrıs
CZ	Çek Cumhuriyeti
DE	Almanya
DK	Danimarka
EE	Estonya
EL	Yunanistan
ES	İspanya
FI	Finlandiya
FR	Fransa
HR	Hırvatistan
HU	Macaristan
IE	İrlanda
IT	İtalya
LT	Litvanya
LU	Lüksemburg
LV	Letonya
MT	Malta
NL	Hollanda
NO	Norveç
PL	Polonya
PT	Portekiz
RO	Romanya
SE	İsveç
SI	Slovenya
SK	Slovakya
TR	Türkiye
UK	Britanya
AB-27	Avrupa Birliği 27

Ek VIII: Tedarikçilere Katkılar

Şekil 14: Tedarikçilere Katkılar 2009⁷

Sektörler	Toplam	Türkiye'ye katkılar		Çalışan kişi başına satış ⁸	Çalışan kişi sayısı
	(milyon €)	Yerli alım oranı %	(milyon €)	(€)	
Tarım	70	88	61	10.900	5.600
Altyapı	21	100	21	406.000	50
Ambalaj ve şişeleme	102	96	98	91.600	1.000
Ekipman ve imalat	18	55	10	91.600	100
Nakliye ve depolama	12	100	12	72.900	200
Medya, pazarlama ve iletişim	91	100	91	72.900	1.300
Diğer hizmetler	30	100	30	49.700	600
Toplam	345	-	323	-	8.850
İlk istihdam etkisinin toplam istihdam etkisine oranı (%)					65
Bira sektörünün tedarik sektöründeki dolaylı istihdam etkisi (toplam)					13.580

Şekil 15: Tedarikçilere Katkılar (2010)⁹

Sektörler	Toplam	Türkiye'ye katkılar		Çalışan kişi başına satış ¹⁰	Çalışan kişi sayısı
	(milyon €)	Yerli alım oranı (%)	(milyon €) 2010	(€)	
Tarım	72	81	58	10.900	5.300
Altyapı	20	100	20	432.400	50
Ambalaj ve şişeleme	109	96	104	97.600	1.100
Ekipman ve imalat	20	55	11	97.600	100
Nakliye ve depolama	13	100	13	77.700	200
Medya, pazarlama ve iletişim	112	100	112	77.700	1.400
Diğer hizmetler	35	100	35	53.000	700
Toplam	381	-	353	-	8.850
İlk istihdam etkisinin toplam istihdam etkisine oranı (%)					65
Bira sektörünün tedarik sektöründeki dolaylı istihdam etkisi (toplam)					13.570

⁷ Rakamlar yuvarlanmıştır.

⁸ Satışlarla ilgili orijinal veriler 2008 yılına aittir. 2008 yılı verileri enflasyona endekslenerek 2009 ve 2010 verileri türetilmiştir (Bkz. Ek: V). Kaynak: TÜİK

⁹ Rakamlar yuvarlanmıştır.

¹⁰ Satışlarla ilgili orijinal veriler 2008 yılına aittir. 2008 yılı verileri enflasyona endekslenerek 2009 ve 2010 verileri türetilmiştir (Bkz. Ek: V). Kaynak: TÜİK

Ek IX: İletişim Bilgileri

Ernst & Young

Ernst & Young, denetim, vergi, kurumsal finansman ve danışmanlık hizmetlerinde global bir liderdir. 141.000 Ernst & Young çalışanı ortak değerleri ve kaliteye olan sarsılmaz inançları doğrultusunda hizmet vermektedirler. Ernst & Young; çalışanlarının, müşterilerinin ve içinde bulunduğu geniş çevrelerin potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olarak fark yaratmaktadır. Ernst & Young, her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip Ernst & Young Global Limited'e üye firmalardan oluşan global bir organizasyon olup, tüm hizmetlerini bu üye firmalar tarafından sunmaktadır. Ernst & Young Global Limited, sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olup, müşteri hizmeti sunmamaktadır. Organizasyonumuz hakkında daha detaylı bilgi için, lütfen www.ey.com internet sitesini ziyaret ediniz.

Regioplan Policy Research

Regioplan Policy Research, 1983 yılından beri çeşitli sosyal ve ekonomik araştırma konularında uzmanlaşmış bir politika araştırma kurumu olarak Hollanda'da faaliyet göstermektedir. Regioplan, araştırma çalışmaları, izleme ve değerlendirme, politika danışmanlığı, ürün geliştirme, vb. konularda çeşitli hizmetler sunmaktadır. Hollanda'daki çeşitli kurumlara hizmet veren Regioplan, uluslararası ölçekte politika araştırmaları da yürütmektedir. Regioplan'ın hizmet sunduğu en önemli uluslararası kuruluşlardan biri de Avrupa Komisyonu ve Avrupa Komisyonu'na bağlı çeşitli Genel Direktörlüklerdir. 1 Temmuz 2008 tarihine kadar Ernst & Young'ın iştiraki olan Regioplan ile ilgili daha ayrıntılı bilgi için: <http://www.regioplan.nl/pagina/english>

Bira ve Malt Üreticileri Derneği

2003 yılında kurulan Bira ve Malt Üreticileri Derneği'nin 26 üyesi vardır. Derneğin amacı, bira ve malt üretimi veya pazarlaması yapan üyelerinin sorunları ile ilgilenmek ve bunlara çözüm önerileri geliştirmek, sektörel bazda üyelerinin hak ve menfaatlerini savunmak, sektörün gelişimini sağlayacak rekabet ortamının tesisine katkıda bulunmak, tüketicileri bilgilendirmek, uluslararası gelişmeleri izleyerek sektöre ilişkin yeni bilgileri üyelerine iletmek ve kalitenin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda bulunmaktır.

Bira ve Malt Üreticileri Derneği, merkezi Brüksel'de bulunan Avrupa Biracılar Konfederasyonu'nun (Brewers of Europe) da aktif bir üyesi konumundadır. Bu Federasyon'un Genel Kurul ve Genel Sekreterler toplantılarına iştirak edilmektedir. Daha fazla bilgi için: www.biramalt.com

Daha fazla bilgi için:

Bira ve Malt Üreticileri Derneği (BMÜD)

Selanik Caddesi No: 44/1
KIZILAY - ANKARA
Türkiye

Tel: +(90) 312 419 35 18
Faks: +(90) 312 419 38 79
Web: www.biramalt.com



Başkan : Güven Erdal
Genel Sekreter : Nejat Eren
E-posta: info@bmud.org.tr veya info@bmud.org.tr

Regioplan Policy Research

Nieuwezijds Voorburgwal 35
1012 RD Amsterdam
Hollanda

Tel: +(31) 20 531 53 15
Faks : +(31) 20 626 51 99
Web: www.regioplan.nl



Ekonomi Müdürü: Bram Berkhout
E-posta: bram.berkhout@regioplan.nl veya
info@regioplan.nl

Ernst & Young Kurumsal Finansman Danışmanlık A.Ş.

Büyükdere Cad. Beytem Plaza No:22 Kat:3
34381, Şişli - İstanbul
Türkiye

Tel: +(90) 212 315 30 00
Web: www.ey.com



Ernst & Young

Denetim | Vergi | Kurumsal Finansman | Danışmanlık

Ernst & Young Hakkında

Ernst & Young, denetim, vergi, kurumsal finansman ve danışmanlık hizmetlerinde global bir liderdir. 141.000 Ernst & Young çalışanı ortak değerleri ve kaliteye olan sarsılmaz inançları doğrultusunda hizmet vermektedirler. Ernst & Young; çalışanlarının, müşterilerinin ve içinde bulunduğu geniş çevrelerin potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olarak fark yaratmaktadır.

Ernst & Young, her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip Ernst & Young Global Limited'e üye firmalardan oluşan global bir organizasyon olup, tüm hizmetlerini bu üye firmalar tarafından sunmaktadır. Ernst & Young Global Limited, sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olup, müşteri hizmeti sunmamaktadır. Organizasyonumuz hakkında daha detaylı bilgi için, lütfen www.ey.com internet sitesini ziyaret ediniz.

© Ernst & Young 2011.
Tüm Hakları Saklıdır.

Bu yayın özet bilgi içermekte olup sadece genel bilgi verme amaçlı hazırlanmıştır. Ayrıntılı bir araştırmanın ya da profesyonel görüşün yerini tutmak üzere hazırlanmamıştır. Herhangi bir kişinin, bu yayında yer alan herhangi bir bilgiye dayanarak bir aksiyon alması ya da almaması neticesi uğrayabileceği kayıplardan EYGM Limited dahil global Ernst & Young organizasyonunun hiçbir üyesi sorumluluk kabul etmez. Spesifik konular için ilgili danışmana başvurulmalıdır.

www.ey.com/tr

