

BİSKÜVİ-ŞEKERLEME SEKTÖR PROFİLİ

1. ÜRÜN TANIMI VE KAPSAMI

1.1. Bisküvi

Bisküvi kelime olarak Latince iki kat pişirme anlamına gelen "biscocotus"tan türetilmiştir. Fransızca'da ise "biscuire" olarak ifade edilmektedir. Sınai anlamda ise, bisküvi "rutubet ortamı %5'den az olan ve temelde yumuşak buğdaydan elde edilen un, şeker, su ve yağdan müteşekkil gıda sanayi ürünü" olarak tanımlanmaktadır.

Bisküvi adı altında toplanan ürünler çok çeşitli olmakla birlikte içerdikleri tuz ve şeker durumlarına göre çeşitlere, sade ve katkılı oluşlarına göre de tiplere ayrılmaktadırlar.

Bisküvi üretimindeki aşamalar:

- 1) Formüllere göre hammaddeler hazırlanır,
- 2) Hamur makinalarında hamur yoğrulur,
- 3) Hamurlar cinsine göre şekillendirilir,
- 4) Şekillendirilen hamur pişirilir,
- 5) Ambalajlanır.

Bisküvi sanayinde kullanılan üç tip hamur vardır.

- Keski hamur
- Rotatif hamur
- Fıskırtma-depozit hamur

Bu hamurlar gerek sertlik gerekse içine konulan katkı maddeleri ve gerekse işleniş bakımından değişik özellikler göstermektedir.

1.2. Şekerleme

Şeker ve glikozun karışımından veya tek başına glikozun pişirildikten sonra meydana gelen hamurun kestirilmesi yoluyla "sitrik asit" eklenmesi ve istenilen ürünün çeşidine göre kuruyemiş, süt, süttezu, kakao, kakao yağı, nebati yağ, pektin, jelatin, bal, nişasta, lesitin, susam, yumurta akı ve aroma gibi katkı maddelerinin katılmasıyla şekillendirilerek ambalajlanan bir gıda maddesidir.

Şekerlemedeki çeşit fazlalığı, modern teknolojiye göre üretiminde ayrı bir sorun yaratmaktadır. Şeker genellikle eritme, pişirme, şekillendirme, soğutma ve ambalajlama aşamaları ile üretilmektedir. Her çeşit için ayrı üretim yöntemi kullanılması zorunluluğu vardır. Makinelerin özel olması, bir başka deyişle kendine özgü bir yapıya sahip olması her ürün için ayrı bir üretim zinciri konmasını gerektirmektedir.

1.3. Şekerli Ürünler

1.3.1. Lokum: Ülkemizde görülen ilk şekerleme türüdür. Dünyada da "Türk Lokumu" adıyla tanınmaktadır. Ülkenin hemen her yerinde üretimi yapılmaktadır. Üretim genellikle şeker ve glikoz karışımının "strik asit" ilavesiyle kestirildikten sonra nişasta katılıp aroma ile tatlandırılmasıyla yapılır.

1.3.2. Helva: Tahin, şeker grubu ve çövendenden oluşan bir gıda maddesidir. Tahin, kabuğundan ayrılmış susamın ezilmesiyle yapılır. Susam, protein ve bitkisel yağ bakımından zengin bir bitki tohumudur. Helvanın besin değerinin yüksek olması nedeniyle ağır iş kollarında ekmeğe katık olarak tüketilmektedir. Özellikle Doğu ülkeleri tarafından eskiden beri bilinen ve sevilen şekerli bir gıda maddesidir. Bünyesinde susamdan gelen protein ve yağ besin değerini arttırmaktadır. Son yıllarda gelişen teknolojinin yardımı ile küçük ambalajlar içinde üretilip satıldığından tüketimi artmıştır.

1.3.3. Ciklet: Ülkemizde sanayi ürünü olarak 1945 yılından sonra görülmeye başlanmıştır. Doğal reçineler, şeker, glikoz ve aroma ile tatlandırılarak yapılmaktadır. Ciklet Türkiye'de 1990 yılına kadar fazla yatırımı olmayan, yalnız iç tüketim için üretilen bir üründü. Ciklete olan ani ve büyük çaptaki talep karşısında üreticiler kısa sürede önemli yatırımlara girmiştir.

1.3.4. Çikolata ve kakaolu ürünler: Çikolata, bugüne kadar Türkiye'de lüks tüketim madde si olarak kabul edilmiştir. Gelişmiş ülkelerde ise zevk verme özelliğinin yanında besleyici yönü de önemlidir. Çikolata standartlarına göre yapılan bar çikolatanın üretimi, kakao çekirdeğinin kabuğundan ayrıştırıldıktan sonra ezilmesiyle başlar. Meydana gelen kakao likörüne kakao yağı ilave edilir. İstenen çeşide göre süttozu veya kuruyemiş ile şeker ilave edildikten sonra şekillendirilip ambalajlanır. Bu ürün "masif çikolata" olarak isimlendirilir. Çikolataya kakao yağının dışında hiçbir yağ katılmaz. Kakaolu ürünler ise genellikle şeker, kakao tozu, süttozu ve nebati yağdan yapılmaktadır.

2. BİSKÜVİ SEKTÖRÜNÜN GÜNCEL DURUMU VE PERFORMANSI

Beslenme bakımından önemli bir yeri olan bisküvi, ülkemizde özellikle son on yılda günlük ihtiyaç maddeleri arasına girmiştir. 19.yy öncesine kadar lüks bir gıda maddesi olarak tanınan bisküvi, Avrupa ve Amerika'da yıllar önce en büyük pazar payına ulaşmış, standart çeşitlerin yanında belirli tüketici gruplarına hitap eden üretimine ağırlık verilmiştir. Şeker hastaları için rejim bisküvileri, çocuklar için mama bisküvileri, hatta bisküviciliği de aşarak özel kahvaltılık karışımlar ve snack türü mamüller üretilmiştir.

Özellikle son yıllarda, daha sağlıklı ürünler ortaya koyma çabası içinde geliştirme çabalarını yoğunlaştıran Batılı ülkelerin bisküvi sanayiinde, hem lezzetli ve müşterinin damak zevkine hitap eden, hem de sağlık açısından faydalı ürünler ortaya koyma düşüncesi son derece düşük yağ oranına sahip ürünleri gündeme getirmiştir. Bu amaçla düşük yağ süreç teknolojisi kullanımı ve hiç yağ içermeyen ürünler geliştirme çabaları ABD'de yaygınlaşmıştır. Bu durum insanları şişmanlatmayan ve besleyici özelliği bulunan bisküviye yönelme şeklindeki bir talebin sonucudur.

Pasta bisküvi sektörünün en hızlı büyüyen kısmını yağsız ve düşük yağlı ürünler oluşturmaktadır. Nitekim son yıllarda Avrupa'daki genel eğilim besleyici ve zayıflatıcı özellikli; kepekli, yulafli, çavdarlı vb. bisküvi üretimi yönünde olmuştur

2.1. Kapasite ve Üretim

Bisküvi sektöründe 1997 yılı itibariyle 782 bin 738 ton teorik kapasite bulunmaktadır. Fiili üretim 487 bin ton olup, ortalama kapasite kullanım oranı % 55 civarında gerçekleşmiştir.

TABLO: 1
BÖLGELERE GÖRE BİSKÜVİ PAZAR PAYI

BÖLGELER	BİSKÜVİ SATIŞ PAYI
Marmara	42.9
B.Anadolu	22.6
İç Anadolu	15.4
D.Karadeniz	8.3
Karadeniz	8.1
Doğu-G.Doğu	2.7

Bisküvi üretimi yapan fabrikaların büyük bir bölümü Marmara ve Orta Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır.

TABLO: 2
BİSKÜVİ FABRİKALARININ DAĞILIMI

İLLER	FABRİKA SAYISI	TEORİK KAPASİTE (%)
İstanbul	2	17.37
Ankara	2	18.86
Eskişehir	3	18.60
Konya	2	3.06
Karaman	14	30.43
İzmir	2	2.55
Sakarya	2	3.83
Mardin	1	2.20
Diğer	3-6	5.01
Toplam	34	100

Kaynak: 2000'li yıllarda Tarımsal Sanayimizin Gelişimi ve Ziraat Mühendislerinin Bu Sektördeki Yeri Sempozyumu

Karaman toplam kapasitenin % 30.43'ünü elinde tutmakta ve yılda 150 milyon dolarlık döviz girdisi sağlamaktadır.

Türkiye'de bisküvi üretimi 1924 yılında başlamıştır. Bu yıllarda küçük imalathanelerde el zımbası ile şekil verilen bisküviler gözlü el fırınlarında pişirilmiştir. Daha sonra Avrupa'dan küçük otomatik bir şekil verici ve tavaya dizici makine getirilmiştir. 1932 yılında İstanbul'daki üretici sayısı 4'e yükselmiştir. Daha sonraları üretici sayısı hızla artmış, üretim belli bölgelerde yoğunlaşmıştır.

2.2. Üretim Miktarı

TABLO: 3
TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ ÜRETİMİ (Bin Ton)

YILLAR	1993	1994	1995	1996	1997	1998*
ÜRETİM	352	353	415	457	505	520

Kaynak: DPT.

*Tahmin

Türkiye'de bisküvi üretimi, 1990'lı yıllardan sonra büyük bir artış göstermiştir. Gerçekleşen bu artış sonucu, sektörün yıllık üretim kapasitesi 780 bin ton düzeylerine ulaşmıştır. Ancak bu yüksek kapasiteye karşılık üretim miktarı 1998 yılı itibariyle 500 bin ton civarında gerçekleşmiştir. Aynı dönemde üretici firma sayısında da büyük bir artış olmuştur. Büyük ve orta ölçekli firma sayısı 20 civarındadır.

Son yıllarda özellikle, Eski Doğu Bloku ülkelerinin ani ve büyük miktarda ürün istekleri karşısında üretim, Türkiye'nin ihtiyacından fazla olmaktadır. Üretilen bisküvilerin % 40'ına varan kısmı ihraç edilmektedir. Buna karşın yapılan ithalat ise çok az miktardadır. Tüketicinin % 1'inden daha azının ithalatı yapılmaktadır. 1997'de 500 bin tona yakın bisküvi üretilmiş bunun 150 bin tonu ihraç edilmiştir. Bisküvi üretimi kişi başına 9-10 kg olmasına karşın içerde tüketim 5-6 kg'dır. Gelişmiş ülkelerde ise kişi başına bisküvi tüketimi 13-15 kg civarındadır. İç pazar tüketiminin gelişmiş ülkelere oranla düşük olmasının en başta gelen gerekçesi milli gelirin düşük olmasıdır. Nüfusun % 45'i halen kırsal kesimde yaşamakta ve milli gelirin % 23'ünü almaktadırlar. Bu da toplam tüketimin ancak % 14'ünü oluşturmaktadır. Türkiye'de en fazla bisküvi Marmara Bölgesi'nde tüketilmektedir.

2.3. Üretim Yapısı

Ülkemizde üretim talebe göre planlandığından ve üretim çeşidine göre de kullanılacak un tipi farklılık arzettiğinden çoğu firma günlük un siparişi ile çalışmaktadır. İdeal durumda kullanılacak olan unun dinlendirilmesi, özellikle ne kadar un çekeceğinin ve gluten yapısının, sağlıklı bir şekilde, uygun numune alınma yöntemleri ve teknolojik aletlerle belirlenmesi gereklidir. Bir iki firma dışında bu sorun ülkemizde çözülmediğinden imalat sırasında mamul bisküvinin kabarması ya da incilmesi nedeniyle gramaj dalgalanmalarıyla karşılaşmaktadır. Neticede bisküvi paketleri içinde bazen olması gerekenden fazla bazen de olması gerekenden az bisküvi görülebilmektedir.

2.4. Üretim Yoğunluğu

Tarıma dayalı sanayinin ağırlıkta olduğu Karaman'da gofret ve bisküvi üretimi ile başlayan çikolata, çiklet, kek, şekerleme ile devam eden üretim, Karaman'da dev bir işkolu yaratmıştır. Yöre insanının unlu mamuller konusundaki tecrübe ve ilgisi imalathaneler bazındaki üretimlerle bugün dünyanın pek çok ülkesine binlerce ton mal gönderen bir sanayine dönüşmüştür. 1989-90 yıllarında 3-4 tane bisküvi fabrikası sadece bisküvi ve gofret üretirken ve hepsinin toplam kapasitesi 150-200 ton civarında iken 6-7 yıllık bir sürede fabrika sayısı 14'e yükselmiş ve fabrikaların her biri tek başına günlük 200 ton üretim yapar duruma gelmiştir.

Türkiye'de bisküvi üretimi yıllar itibariyle artış göstermektedir. Ürünlerin raf ömürlerinin kısa olması ve hacimli oluşları nedeniyle çok büyük kapasiteli depolara ihtiyaç duyulması yüzünden önemli bir stoklama yapılmamaktadır. Üretim; talep ve satış durumlarına göre düşürülmekte veya tamamen durdurulmaktadır.

2.5. Tüketim

Modern dünyada hayat tarzlarının değişmesi ile bisküvi tüketimi de artmaktadır. İş hayatı ve uzun seyahatler nedeniyle aile yemeklerinin hazırlanması için gereken zaman ve enerji kısıtlandığından işlenmiş yiyecekler, özellikle bisküvi, kurabiye, kek vb. gibi "atıştırılan" yiyeceklerin üretimi önemli bir artış kaydetmiştir.

TABLO: 4
TÜRKİYE'DE BİSKÜVİ İÇ TALEBİ (Bin Ton)

YILLAR	1993	1994	1995	1996	1997	1998*
ÜRETİM	316	300	307	317	320	335

Kaynak: DPT

* Tahmin

Dünya nüfusunun hızla artmasıyla birlikte gıda maddelerinin ve özellikle de tahıl ürünlerinin tüketiminde hızlı bir artış göze çarpmaktadır. Genelde ülkelerin gelir düzeyi yükseldikçe tahıl ürünleri tüketim oranında bir düşme eğilim olmasına karşın bisküvi tüketiminde durum farklıdır ve gelir düzeyine bağlı olarak da tüketim artmaktadır.

Bisküvi önceleri lüks bir tüketim maddesi olarak kabul edilirken bugün artık herkesin tüketebileceği bir gıda maddesi konumuna gelmiştir. Bu duruma bağlı olarak bisküvi sanayinde olumlu gelişmeler olmuş ve bisküvi üretim ve tüketiminde oldukça yüksek artışlar görülmüştür.

2.6. Dış Ticaret

2.6.1. İhracat

Bisküvi sektörü, 1997 yılı itibariyle un ve unlu mamuller sektörü içinde en çok ihracat yapan ikinci alt sektör durumundadır. Bisküvi 19.05, şekerlemeler ise 17.04 gümrük tarife numarası altında sınıflandırılmış olup, tüm çeşitlerinde AB ve EFTA ülkeleri gümrük vergisinden muaf tutulmuş, diğer ülkeler için oran % 12.3 olarak belirlenmiştir.

TABLO: 5
TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ İHRACATI

YILLAR	MİKTAR (Ton)	Artış Oranı %	DEĞER (Bin Dolar)
1994	63 033	53,3	76 629
1995	118 109	87,4	164 169
1996	162129	18,1	192 675
1997	182 495	30.8	205 320
1998	118 835	-34.8	128 349

Kaynak: DTM Ebim Kayıtları.

1990 yılından sonra, özellikle bağımsız Devletler Topluluğu ve Doğu Avrupa ülkelerine olan bisküvi ihracatımız çok hızlı bir artış göstermiştir. 1994 yılı ile karşılaştırıldığında 1995 yılındaki ihracatımızdaki artış oranı, miktar olarak % 87, değer olarak % 114.2 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar son 15 yıllık dönemdekine yüksek ihracat artış oranları olmuştur.

1995 yılı itibariyle, Rusya Federasyonu ihracattaki en önemli pazarımız haline gelmiştir. Aynı yıl Rusya Federasyonu'nun toplam bisküvi ihracatımızdan aldığı pay % 15.5'dir. Rusya Federasyonu pazarına 1992 yılında gerçekleştirilen 4.666 tonluk ilk ihracatımızdan sonra bu ülkeye olan ihracatımız sürekli artarak, 1997 yılında 66.058 ton ve 62.253 bin dolar seviyesine yükselmiştir. Ancak 1998 yılında gerçekleşen Rusya Krizi bu ülkeye olan ihracatımızı çok düşürmüştür.

TABLO: 6
TÜRKİYE'NİN 1998 YILINDA BİSKÜVİ İHRACATI YAPTIĞI İLK ON ÜLKE

ÜLKE	MİKTAR (Kg)	DEĞER (Dolar)
Rusya Fed.	7224112	41019864
Ukrayna	6364247	6316750
Arnavutluk	5106388	5859914
Romanya	3647763	3366798
Kazakistan	3623772	3776906
Azerbaycan	3280369	3567608
Türkmenistan	3063309	3405912
Bulgaristan	2995751	4008047
Lübnan	2729127	3532298
Suudi Arabistan	2408859	12633224

Kaynak: DTM Ebim Kayıtları

Özbekistan tarafından bisküvinin lüks mallar statüsüne alınması sonucu 1998 yılında bu ülkeye olan ihracatımız oldukça düşmüştür. Bu önemli düşüşe benzer şekilde, Ürdün başta olmak üzere diğer Ortadoğu ülkelerine olan ihracatımızda da önemli düşüşler olmuştur.

Hızla büyüyen bisküvi sektörümüz için Rusya Federasyonu, Ukrayna ve Kazakistan gibi BDT ülkelerinin yanında Balkan ülkeleri, Ortadoğu ülkeleri ve Doğu Avrupa ülkeleri hedef pazarlardır.

2.6.2. İthalat

Son yıllarda, ülkemize değişik tür ve kalitede bisküviler ithal edilmektedir. İthal bisküvilerin miktarı, Türkiye'nin iç üretimine göre çok önemli boyutlarda değildir. Ancak 1996 yılından itibaren ithalatta artış gözlenmektedir. Lüks ve Türkiye'de üretimi olmayan çeşitlerde ithalat yapılmaktadır.

TABLO: 7
TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ İTHALATI

YILLAR	MİKTAR (Ton)	Artış Oranı %	DEĞER (Bin Dolar)
1993	716	-	2 175
1994	763	6,6	2 195
1995	351	-54,0	1 611
1996	1 524	334,2	5 460
1997	3 775	147,7	10 816
1998	1769	-53.1	6 678

Kaynak: DTM Ebim Kayıtları.

TABLO: 8
TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ İTHALATININ
ÖNEMLİ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI (1997)

ÜLKE	MİKTAR (Ton)	% Pay	DEĞER (Bin Dolar)
Belçika	2 269	62.4	5 245
İtalya	379	10.4	1 691
İngiltere	481	13.2	1 828
Diğer	505	13.8	1 771
Toplam	3 634	100	10 535

Kaynak:DTM Ebim Kayıtları

3. ŞEKERLEME SEKTÖRÜNÜN GÜNCEL DURUMU VE PERFORMANSI

3.1. Kapasite ve Üretim

Türkiye'de şekerleme sanayinin kurulu kapasitesi içerisinde, ambalajlı ve ambalajsız şekerleme ürünleri %50'şer paya sahiptir. Çikolata sanayinde üretici firmalar mevsimsel olarak faaliyet göstermekte olduğundan kapasite kullanım oranı düşüktür. Ayrıca, lokum ve helva üreticileri tarafından da şekerleme üretimi yapılması kesin kapasite tahmininde bulunmayı zorlaştırmaktadır. Çiklet sanayinde kurulu kapasitenin yılda 30.000 ton olduğu hesaplanmış olup, kapasite kullanım oranı %83 düzeyindedir.

Kapasite kullanımı dini bayramlardan önce ve kış aylarında en yüksek seviyelere ulaşmakta, diğer zamanlarda ise oldukça düşük olmaktadır. Üretimin talebe göre yapıldığı düşünüldüğünde, kapasite kullanım oranının ihracatla artırılacağı sonucu ortaya çıkmaktadır.

3.2. Üretim Miktarı

Şeker üretimi şeker pancarında rekolte koşullarına ve dünya pazarlarının içerisinde bulunduğu şartlara göre yıldan yıla önemli farklılıklar göstermektedir. 1994 yılında toplam gıda sanayi üretiminin %9.4'ünü oluşturan şeker ve şekerli mamullerin 1993-1998 dönemine ait üretim miktarları aşağıdaki gibidir.

TABLO: 9
TÜRKİYE'DE ŞEKERLİ VE KAKAOLU MAMULLER ÜRETİMİ (Ton)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998*
Çiklet	35000	68000	81000	98000	107000	81000
Her çeşit şekerleme	130000	112000	128000	165000	180000	146300
Lokum	36000	35000	37000	38000	39000	38600
Helva	46000	43000	45000	47000	48000	48000
Çikolata ve kakaolu mam.	69000	63000	83000	101000	113000	116000
TOPLAM	324000	321000	374000	449000	487000	429900

Kaynak: DPT 1998 yılı Geçiş Programı Destek Çalışmaları

*Tahmin

3.3. Şekerli Mamuller Üretimindeki Aşamalar

Şekerli ve kakaolu mamuller üretiminde, temel iki hammadde şeker ve kakaodur. Bu sektörde şeker ihtiyacı genelde yurtiçi kaynaklardan, kakao ise tamamen ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Sektörün diğer önemli ithal girdileri ise süttozu, lesitin, nişasta, laktoz, jelatin, sitrikasit, tartarik asit, glikoz, pektin, vanilya ve gomelastiktir.

Şekerli mamuller genel olarak, yüksek ısıda pişirilen şeker ile glikoza sitrikasit, tatarik asit ya da potasyum birtarat eklenmesi ile oluşan hamura, nihai mamulün türüne uygun katkı maddelerinin ilavesinden sonra, uygun şekillendirme işleminin gerçekleştirilmesiyle elde edilir. Ürün bazında farklılıklar bulunsa da, şekerli mamullerin üretiminde izlenen başlıca aşamalar şu şekildedir;

Eritme ← Karıştırma ← Pişirme ← Şekillendirme ← Soğutma ← Ambalajlama

3.4. Tüketim

Şekerleme sektöründe kış aylarında yaşanan mevsimsel tüketim artışı, Türkiye'de ilave olarak dini bayramlar öncesinde de gözlenmektedir. Geleneksel Türk kültürü içerisinde özellikle bayramlaşma, kutlama, anma ve misafir etme sırasında yaygın olarak kullanılan geleneksel şekerlemeler, değişen yaşam koşulları ve alışkanlıklara paralel olarak son yıllarda daha az tüketilmektedir. Türkiye'deki şekerli ürünler sanayi, genellikle sargısız mamullerden oluşan bu ürünlerdeki talep daralmasını, vitamin katkılı, nefes açıcı vb. özellikleri olan daha küçük ve çağdaş imajlar içeren yeni ürünler piyasaya sürmek suretiyle aşma yönünde bir süreç yaşamaktadır. Türkiye'de kişi başına şekerleme tüketimi yılda 3 kg iken bu oran Avrupa'da 15 kg'dır.

TABLO: 10
TÜRKİYE'DE ŞEKER VE ŞEKERLİ ÜRÜNLER İÇ TALEBİ (Bin Ton)

	1994	1995	1996	1997	1998*
Şeker	1.750	1.795	1.875	1.900	1.950
Helva	44	46	45.0	46.0	46.0
Lokum	37	37	35.5	37.0	37.0
Sakız	21	23	31.1	33.1	33.1
Şekerlemeler	125	129	115.9	121.8	121.8
Çikolata ve kakaolu ür.	58	59	83.6	80.0	79.0
Kakao tozu	8	9	7.6	8.4	10.0

Kaynak:DPT, Ekonomik ve Sosyal Sektördeki Gelişmeler

* Tahmin

Şeker alanında cari yıl içerisinde kurulan arz-talep dengesi, bir önceki yıl gerçekleşen şeker pancarı ve/veya şeker kamışı üretimine bağlı olarak meydana gelmektedir. Şeker pancarı üretiminde, AB ülkeleri % 49'luk paya sahiptir. Dünya genelindeki şeker üretim tesislerinde makine başına üretim 4000 ton/gün düzeyindeyken, bu miktar AB ülkelerindeki şeker üretim tesislerinde ortalama olarak 6000 ton/gün düzeyinde bulunmaktadır.

3.5. Dış ticaret

3.5.1. İhracat

Ülkemiz şekerli ve kakaolu mamuller ihracatında en yüksek pay ciklet ürün grubuna aittir. 1980'li yıllarda önem arzetmeyen ciklet ihracatı 1995 ve 1996 yıllarında toplam Türkiye ihracatından %0.6 gibi bir pay almıştır. 1997 yılında ise bu pay %0.45'e inmiştir. 1997 yılında Türkiye'nin 2.537 milyon dolar olan tarıma dayalı işlenmiş ürünler ihracatı içinde şekerli ve kakaolu mamullerin payı %11 olarak gerçekleşmiştir. İçlerinde pek çok çeşidin bulunduğu çikolata ve çikolata mamulleri ve diğer şeker mamulleri gruplarının yıllar itibarıyla ihracatında sürekli artış görülmektedir. Helva ve lokum gibi ülkemize özgü ürünlerin ihracatlarında henüz arzu edilen düzeylere ulaşamamıştır.

TABLO: 11
TÜRKİYE'NİN ŞEKERLİ VE KAKOLU MAMULLER İHRACATI
(M:Miktar:Ton, D:Değer:1000 Dolar)

	1994		1995		1996		1997		1998	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Ciklet	44847	111669	52136	133964	47633	128801	80103	119991	50492	88616
Beyaz çikolata	19	15	16	29	306	120	54	117	16	20
Sakızlı şeker	465	1220	222	568	2292	5681	1794	3858	178	369
Jöleli şeker	113	199	203	611	10722	29532	12319	31516	9074	22114
Diğer şeker	7475	16635	11805	29380	4846	12222	7290	15375	4364	9129
Tahin helvası	1377	2421	1237	2695	1398	3034	1249	2524	894	1951
Diğer helva	538	1081	560	1319	559	1451	929	2050	1288	2615
Lokum	1066	1975	1236	2604	1490	3058	1348	2873	1498	3397
Kakao içermeyen diğer Şekerler	4042	7685	6847	14804	4827	10912	4287	8862	3356	7089
Çikolata ve mam.	23133	48501	37818	80299	39860	87550	43804	93087	33783	71689
Toplam	83075	191401	112080	266273	113933	282361	153177	280253	104943	206989
Artış %	102.1	94.8	34.9	39.1	1.65	6.04	34.4	-0.74	31.4	-26.14

Kaynak:DTM-Ebim kayıtları

Şekerli ve kakaolu mamuller sektöründe talep azlığı nedeniyle kurulu kapasitenin altında çalışıldığı düşünüldüğünde, genel olarak ihracat rakamlarının istenilen düzeylere ulaşmadığı anlaşılmaktadır.

Şeker ve şekerli mamuller dış ticareti önce pancar üretimine bağlı olarak şeker üretiminin gelişimine paralel bir seyir izlemektedir. Şeker üretiminin fazla olduğu yıllarda ihracat, az olduğu yıllarda ithalat artmaktadır.

Şekerli ve kakaolu mamuller ihracatının toplam Türkiye ihracatı içindeki payı 1993, 1994 ve 1995 yıllarında sürekli bir artış göstererek sırasıyla %0.64, %1.05 ve %1.23 olarak gerçekleşmiştir. 1996 yılında bu oran değişmeyerek %1.22 düzeyinde kalmış, 1997 yılında ise şekerli ve kakaolu mamullerin toplam Türkiye ihracatı olan 26.244 milyon dolar içindeki payı %1.06 düzeyine inmiştir. Bavul ticareti denilen, ülkemize gelen yabancıların beraberinde getirdikleri bu gruba ait mamuller de düşünüldüğünde, şekerli ve kakaolu mamullerin ülkemiz gıda ihracatının önemli bir kalemi olduğu ortaya çıkmaktadır.

TABLO: 12
TÜRKİYE'NİN ŞEKERLEME İHRACATININ
ÖNEMLİ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI (Bin Dolar)

	1996			1997			1998		
	Ciklet	ÇÇM	KIDŞM	Ciklet	ÇÇM	KIDŞM	Ciklet	ÇÇM	KIDŞM
Rusya F.	54761	11665	15712	51350	11517	14210	32172	5744	8673
Bulgaris.	7151	2423	3792	5785	2343	3049	4362	4266	3506
Kırgızistan	555	2001	96	3529	5850	1076	3736	3209	484
Almanya	3687	413	3433	2382	528	3415	2760	595	4095
Azerbaycan	3133	10009	1152	2632	10940	2355	2665	6758	1071
Romanya	8372	629	3269	4102	769	1308	2529	1069	1215
Tacikistan	128	392	20	374	251	104	2469	700	259
Türkmenist.	380	1529	103	1652	4503	523	2457	4593	398
Kazakistan	1357	3313	1559	35258	4144	3412	2427	2535	1214
Ukrayna	9720	6578	8233	5395	6319	9749	2399	1961	2945
İspanya	1308	1	27	2737	68	37	2204	3	68
Yugoslavya	92	223	474	975	516	1336	2170	830	780
BAE	1473	2750	233	1827	2876	350	1481	4091	490
Polonya	1720	149	886	1483	41	279	1114	6	128
Diğer	34964	45475	27023	32343	42422	25972	23671	35329	21258
TOPLAM	126801	87550	66012	119991	930687	67175	88616	71689	46684

ÇÇM : Çikolata ve Çikolata Mamulleri

KIDŞM: Kakao İçermeyen Diğer Şekerli Mamuller

Kaynak:DTM-Ebim Kayıtları

1990'lı yıllara kadar şekerli ve çikolatalı mamuller ihracatında önemli ülkeler Türk insanının yoğun olarak yaşadığı Avrupa ülkeleri ve bazı Orta Doğu ülkeleriydi. Ancak Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerine bu tür ürünlerin ihracatı başlamış ve ülkeler yıllara göre artan bir oranda ihracatımızın önemli bir kısmının yöneldiği ülkeler olmuşlardır. Şekerli ve çikolatalı mamuller ihracatında, ihraç edilen ülke sayısı her yıl artış göstermektedir. Bu ürün grubunda 1997 yılında 114 ülkeye ihracat gerçekleştirilmiştir.

3.5.2. İthalat

Şekerli ve çikolatalı mamullerde, ithalatın ihracata oranı 1994 ve 1995 yıllarında azalmış ve bu yıllarda ortalama %4.5 olarak gerçekleşmiştir. 1996 yılında bu oran %6.5 seviyesine, 1997'de ise %9 seviyesine yükselmiştir. Sektör kakao açısından ithalata bağımlıdır. Aşağıdaki tabloda görülmeyen kakao ürünleri (tatlandırıcı katılmış kakao tozu hariç) 1996 yılı toplam ithalatı 36.1 milyon dolar, 1997 yılı toplam ithalatı ise 45.3 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

TABLO:13
TÜRKİYE'NİN ŞEKERLİ MAMULLER İTHALATI

	1994		1995		1996		1997		1998	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Ciklet	110	196	82	403	144	768	108	460	128	405
B.Çikolt.	252	797	280	1.063	361	1.357	355	1.127	360	1240
Jöleli şekerler	102	180	497	836	290	584	356	734	180	447
D.şeker.	83	86	36	49	123	263	314	619	166	524
Kidşm	58	139	142	363	1.061	3.365	1.321	4.296	1063	3306
Çikolata ve mam.	1.994	7.601	1.916	9.068	2.393	12.031	4.068	18.115	4221	18289
Toplam	2.599	8.999	2.953	11.782	4.372	18.368	6.522	25.351	6116	24211

M: Miktar: Ton, D: Değer: Bin Dolar

Kaynak: DTM-EBİM Kayıtları.

Uzak Doğu'da yaşanan ekonomik kriz nedeniyle bölge ülkelerinde yüksek oranlı devalüasyonların gerçekleşmesi, bu ülkelerde üretilen kakao ve kurutulmuş hindistan cevizi fiyatlarının düşmesine yolaçmıştır. Bu nedenle, şekerli ve çikolatalı mamuller sektörünün önemli ithal kalemlerinden olan bu ürünlerin ithal fiyatlarının düşmesi beklenmekte ve sektörün ucuzlayan ithal girdiler nedeniyle bu durumdan olumlu etkileneceği düşünülmektedir.

TABLO:14
TÜRKİYE'NİN ŞEKERLEME İTHALATININ
ÖNEMLİ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI (Bin Dolar)

	1996		1997		1998	
	Şekerli mam. (Ciklet dahil)	Çikolatalı mamuller	Şekerli mam. (Ciklet dahil)	Çikolatalı mamuller	Şekerli mam. (Ciklet dahil)	Çikolatalı mamuller
İtalya	158	2898	355	5890	451	5046
Alamnya	652	1469	1174	1784	1607	3660
Avusturya	1446	3819	1430	3817	1128	2791
Hollanda	667	588	456	621	251	2120
İngiltere	1254	221	1940	2763	1060	1296
İsviçre	2	695	14	1218	43	1207
Fransa	395	78	352	793	196	1117
Bel-Lüks	246	847	163	745	53	353
Diğer	1634	455	1352	484	1133	699
TOPLAM	6454	12070	7236	18115	5922	18289

Kaynak: DTM-EBİM Kayıtları

Bu sektörde ihracatta süregelen artışlar ve ithalatta ihracata göre oransal azalışlar önemli gelişmelerdir. Ancak, Gümrük Birliği nedeniyle ithalat rakamlarında gelecek yıllarda artış olacağı tahmin edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, 1996 yılı ithalatının 1995 yılına göre %56, 1997 yılı ithalatının da bir önceki yıla göre %38 oranında artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Ancak, ihracat yapılan ülkelerin büyük çoğunluğunu Avrupa Birliği'ne üye olmayan ülkeler oluşturmaktadır. Bu nedenle ihracat rakamlarının normal artışını sürdürmesi beklenmektedir. Gümrük Birliği nedeniyle Avrupa Birliği ülkelerinden beklenen ithalat artışı sonucu, iç tüketimden artan ürünlerin ihracata yönlendirilmesi sağlanırsa, ihracat artış miktarlarının daha da yüksek olacağı tahmin edilmektedir.

4) SEKTÖRDEKİ KURULUŞLAR

Ülkemiz bisküvi sektöründeki kuruluşların tamamı özel sektöre aittir. Bisküvi sanayinde son yıllarda süratli bir gelişme ve modernleşme göze çarpmaktadır. Tüketime sunulan çeşitlerin artışı yanında özellikle modern teknoloji ve bilimsel yöntemleri uygulayan firmalarca kalite düzeyinin yükseltilmesi sonucu bisküvi herkesçe aranan bir gıda maddesi haline gelmiştir.

Sektördeki etkili firmaların büyük bir bölümü Orta Anadolu ve Marmara Bölgesi'nde bulunmaktadır. Bisküvi üretimi yapan firmalar, kapasite ve yapıları itibariyle orta-büyük boy modern kuruluşlar ile küçük ölçekli yöresel kuruluşlar olmak üzere genel olarak 2 gruba ayrılmaktadır. Birinci gruptaki kuruluşlar modern üretim teknolojilerini kullanmaktadır. İmalat ağırlığını ambalajlı çeşitler oluşturmaktadır. Hem ülkemizin her yerinde dağıtım kanalları oluşturmuşlar, hem de ihracatta etkili olmaya başlamışlardır. Bu firmaların her birinde 500-1800 personel çalışmaktadır.

Küçük ölçekli kuruluşlarda ise imalatın ağırlığını kutu ile satılan dökme mallar oluşturmaktadır. Özellikle son yıllarda bu kategorideki firmalarda ambalajlı çeşitler üretimde ağırlık kazanmaya başlamıştır. Her biri 500 kişiden daha az personel istihdam eden küçük ölçekli firmaların bazıları hem modernleşme hem de ihracat çabası içindedir. Bu firmalar ürünlerini oldukça geniş bir alana dağıtma olanağına da sahiptir. Bu gruptaki bazı firmalar ise hem dünya standartlarını izleme olanağından yoksun hem de sanayi yetersizliği nedeniyle atılım yapma imkanından uzaktır.

1997 yılı itibariyle Türkiye'de 34 bisküvi, 65 çikolata, 66 gofret, 14 kek, 15 cips, 26 ciklet ve 115 şekerleme, cezerye vs. imalathanesi faaliyette bulunmaktadır. Birçok fabrika bu ürünlerin birden fazlasını aynı anda üretmektedir. Bu noktada, bisküvi, çikolata ve gofret üretiminde son yıllarda öne çıkan Karaman bölgesine ayrı bir yer açılması gereklidir. 1997 yılı verilerine göre, Türkiye'deki yaklaşık 34 bisküvi fabrikasının 14 tanesi Karaman'da bulunmaktadır. Bu rakamlar çikolata için 7, gofret için 22, kek için 5, cips için 3 ve ciklet için 4 düzeyindedir. Özellikle bisküvi ve gofret üretiminde bu bölgenin son derece önemli bir konumda olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Türkiye'de ciklet, şekerleme ve cips sektöründeki üretimin önemli bir kısmı az sayıda işletmeye ait bulunmaktadır. Ancak bisküvi, gofret ve çikolata alanında nispeten fazla sayıda işletme ve daha yoğun bir rekabet söz konusudur. Her ne kadar birçok bisküvi fabrikası ciklet, cips ve şekerleme üretimiyle meşgul olsa da, bu üretim göreceli olarak oldukça düşük kalmaktadır.

Bisküvi sektöründe faaliyet gösteren firmaların % 50'si ihracat ağırlıklı çalışmaktadır. Sektördeki başlıca firmaların Ülker Gıda, Eti Gıda, Nestle, Sagra Gıda, Sezginler Gıda, Mis Gıda, Marsa KJS, Kent Gıda, Atlas Gıda, Saray Bisküvi, Perfetti Gıda, Onsa Bisküvi, Teras Gıda, Bifa Bisküvi ve Karsa Bisküvi olduğu belirtilmektedir.

Türkiye'deki şekerli mamuller fabrikaları ise, ağırlıklı olarak İstanbul, İzmir, Konya, Kayseri ve Eskişehir'de kurulmuş olup, bunların dışındaki illerin tümünde ve birçok ilçede yerel çapta hizmet veren birçok şekerleme imalathanesi faaliyette bulunmaktadır. Mevcut trend, ekonomik ölçekte üretim yapmayan yerel imalathanelerin pazardan çekilerek, yerlerini büyük ve orta ölçekteki şekerleme kuruluşlarına bıraktığı bir gelişme göstermektedir. Küçük imalathanelerde daha çok ambalajsız şekerlemelerin üretildiği gözönünde bulundurulduğunda, sektörde bugün için dengede bulunan ambalajlı-ambalajsız şekerleme oranının zaman içerisinde ambalajlı ürünler lehine dönüşeceği düşünülmektedir.

Şekerleme sektöründe, genelde firmaların ekipmanlarında değişiklikler yaparak çeşitli ürünleri değişik zamanlarda üretebilmeleri sözkonusu olduğundan, ürün bazında üretici firma sayısını ve üretim kapasitesi ile ilgili rakamları kesin olarak tespit etmek oldukça güçtür.

Ülkemizde özellikle lokum, helva ve şekerleme üretiminin büyük bir bölümü küçük ölçekli işletmelerce, ciklet, çikolata ve çikolata mamullerinin tamamına yakını ise 50 ve daha fazla işçi çalıştıran işletmelerce gerçekleştirilmektedir. Şekerleme sektörü yabancı sermaye açısından uygun bir yapıya sahip olup, 13 adet yabancı sermayeli işletme mevcuttur.

Şekerleme sektöründeki firmalar; Koska Helvacısı, Hacı Bekir Lokum ve Şekerli Mamuller, Elit Çikolata ve Şekerleme, Kent Gıda, Ülker Gıda, Erdem Gıda, Bella Çikolata, Ender Çikolata, Efes Çikolata ve Şekerleme, Dandy Sakız ve Şekerleme, MB Nişasta ve Şekerleme olarak sıralanabilir.

5. SEKTÖRDE YAŞANAN YAPISAL VE GÜNCEL SORUNLAR

Türk bisküvi sanayi son yıllarda büyük bir atılım içerisinde olup, büyük bir aşama kaydederek, Türk ve dünya pazarlarında önemli bir güç durumuna gelmiştir. Ancak her sektörde olduğu gibi şu anda bisküvi sanayiinde de önemli sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunların tamamını genellemek ve bütün işletmelerin aynı sorunları yaşadığını söylemek mümkün değildir.

Bisküvi sanayiinde karşılaşılan sorunları iki ana grupta incelemek mümkündür; 1.İşletme içi sorunlar 2.İşletme dışı sorunlar;

1. İşletme içi sorunlar, işletmelerin kendilerinden kaynaklanan sorunlar olup, bunların en önemlileri; finansman sorunları, personel sorunları, teknoloji, ar-ge, teknoloji transferinin yapılamaması, hammadde sorunları, verimlilik konularıdır.

2. İşletme dışı sorunlar ise Türkiye ve dünya ekonomisindeki durgunluk ve bu gibi sorunlardan kaynaklanmakta olup, bunları dünya ekonomisindeki kriz-Asya krizi-Rusya krizi nedeniyle ortaya çıkan sorunlar, Türkiye'de enflasyonun yüksek olması, haksız ve yıkıcı rekabet, tüketicinin satınalma gücünün düşmesi şeklinde özetleyebiliriz.

Bisküvi sanayiinde karşılaşılan işletme içi sorunların tamamının bütün işletmeler için geçerli olduğu söylenebilir. Bu sorunların varlığı ve önem derecesi işletmelerce azaltılıp arttırılabilmektedir.

Dünya ekonomisindeki kriz; özellikle Asya krizi ve Rusya krizi Türkiye'de ekonominin her kesimini yakından etkilediği gibi, bisküvi sanayiini de yakından etkilemiştir. Bisküvi sanayi ekonomik krizlere son derece duyarlı bir sanayi özelliği taşımaktadır.

6. İÇ PİYASA YAPISI VE KOŞULLARI

Şekerleme sanayinin en önemli iki özelliği geniş bir ürün yelpazesi içinde rekabet ve sürekli değişimdir. Bu dinamik sektörde faaliyet gösterebilmenin ön şartı, kendine özgü şekil, doku ve aromaya sahip yeni ürünlerin üretiminde öncülük edebilmektir. Teknolojik gelişmeler sonucu, şekerleme üretiminde kullanılabilir çok sayıda alternatif hammadde piyasaya sürülmüş, bilinen hammaddelerin bazı özellikleri geliştirilmiştir. Ancak sektörde ilerleme teknolojik gelişmelerle sınırlı değildir.

Mevcut mevzuat üretimin belirli standartlara uygun olarak gerçekleştirilmesini öngörmektedir. Yeni geliştirilen ürünün bileşimlerinin bu standartlara uymaması halinde, üretim ve pazarlamada sorunlar çıkabilmektedir. Bu nedenle, gerek standartlar gerekse etikette bulunması gerekli bilgiler konusunda yasal düzenlemelerin yapılmış olması, üreticinin sektörde rekabet gücünü artırıcı bir etkidir. Ayrıca üretimde kullanılan katkı maddelerinin toksikolojik özellikleri hakkında şüpheli tartışmalara son verilmiş olmalıdır. Yeni ürün formülasyonlarının hazırlanmasında toplumun tüketim yönelimleri de önemli bir faktördür. Toplumun refah düzeyi arttıkça, tatlı besin ve içecek tüketiminin artması, tüketime sunulan şekerli ürünlerde kalorinin düşürülmesi, diabetliler için uygun ürün üretimi veya üretimde maliyetin düşürülmesi gibi konuları ön plana çıkarmıştır.

Şekerleme ürünlerinde gerekli fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik kalite güvencesinin sağlanabilmesi için, doğru hammaddenin seçilmesi, doğru miktarlarda doğru zamanlarda karıştırılması ve doğru sıcaklıklarda pişirilmesi, üretimin yapıldığı alanlarda sıcaklık ve hava bağıl neminin dikkatlice kontrol edilmesi, formülasyona giren hammaddelerin standartlara uygun, personelin ve makinelerin temiz olmasına özen gösterilmesi, üretimden sonra ürün yüzeyinde su yoğunlaşmasının engellenmesi için gerekli önlemlerin alınması zorunludur.

7. SEKTÖR İLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER

Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği, gıda maddelerinin etiketlenmesi, ambalajlaması ve katkı maddeleri konusunda bir takım sınırlamalar ve yasaklar getirmiştir.

8. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

- Ülkemizde bisküvi üretimi yapan kuruluşlardan orta ve özellikle de küçük kapasiteli işletmelerin önemli teknolojik sorunları olmasına karşın, büyük ve modern işletmelerde teknolojik sorunlar ilk sıralarda değildir. Bu sanayi kolunda hammadde, personel, finansman ve pazarlama gibi konularda bazı problemler yaşanmaktadır.

- Bisküvi sektörü un sanayi, yağ, katkı maddeleri ve ambalaj sanayiindeki sorunlardan ve bu ürünlerdeki fiyat artışlarından da etkilenmektedir.

- Bisküvi bileşiminde ağırlık madde olan unun standart ve istenen kalitede olmaması sorun teşkil etmektedir. Her ne kadar ülkemizde bisküvi sanayine elverişli buğdaylar yetiştirilmekte ise de bunların kalitelerinde istikrar sağlanmasında zorluk çekilmektedir.

- Birçok sanayi dalında olduğu gibi bu dalda da yetişmiş eleman bulmakta güçlük çekilmektedir. Üniversite sanayi işbirliği yeterli değildir.

- Tüm sanayi dallarında olduğu gibi bisküvi sanayinde de gerek kuruluş gerekse kurulup kabuk değiştirme aşamalarında önemli finansal darboğazlarla karşılaşmaktadır.

- Bisküvi sanayi ülkemizin siyasi ve iktisadi durumundan etkilenmektedir.

- Ülkemizdeki kredi maliyetinin yüksekliği, enflasyon ve döviz kurlarındaki hareketlilik bu sanayi dalında kuşkusuz en önemli darboğazı oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

IGEME, Dünya Ticaretindeki Gelişmeler, Kasım 1996
IMKB Sektör Araştırmaları Serisi, Gıda Sektörü, Aralık 1996
Gıda Teknolojisi Dergisi, Mart 1998
Gıda Teknolojisi Dergisi, Ekim 1998
Dünya Gazetesi, 2.7.1998
Dünya Gazetesi, 22.9.1998
Dünya Gazetesi, 25.12.1997
Gıda Dünya Yayınları, Haziran 1996
Gıda Dünya Yayınları, Aralık 1995