



ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ
GENEL SEKRETERLİĞİ

BİSKÜVİ SEKTÖR NOTU

HAZİRAN 2012
HAZIRLAYAN: MELİKE ALPAN
AR-GE ŞUBESİ UZMANI

İÇİNDEKİLER

1 TATLI BİSKÜVİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ.....	3-4
2 DÜNYA TATLI BİSKÜVİ TİCARETİ	4-5-6-7-8
2.1 DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İTHALATI.....	4-5
2.2 DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İHRACATI	6-7-8
3 TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ ÜRETİMİ	8-9
4 TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİ	9-10-11-12-13-14
4.1 TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İHRACATI.....	9-10-11-12
4.2 TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İTHALATI	13-14
5 TATLI BİSKÜVİ SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR.....	14-15
6 SONUÇ	15-16
KAYNAKLAR.....	16

1. TATLI BİSKÜVİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Bisküvi, kimyasal yollardan fermantasyon ile kabartılarak pişirilmiş tahıl ürünlerine verilen isimdir. Latince'de "bi costus" ve Fransızca'da "bescoit" sözcüğünden türetilmiş olup, "iki defa pişirilmiş" anlamına gelmektedir.

TSE'ye göre "unun içinde kabarmayı sağlayıcı maddeler, şeker, tuz, yağ ve gıda maddeleri ile ilgili tüzükte izin verilen diğer maddelerden biri veya birkaçı eklendikten sonra su ile yoğrularak tekniğine uygun bir biçimde işlenmesi, şekil verilmesi ve pişirilmesi sonucunda elde olunan bir unlu mamuldür" biçiminde tanımlanmaktadır. Bisküvi, çeşnili ve çeşni maddesi içermeyen (sade) olarak iki çeşide ayrılmaktadır.

Bisküvi yapımında ilk pişirme işlemi 30-150 metre uzunluğundaki sıcak fırınlarda 1-15 dakikada yapılmaktadır. İkinci pişirme işlemi ise kuru hava ile soğutma fırınında yapılmaktadır. Pişirme işlemi sonucunda elde edilen bisküvinin nemi en fazla %5 olup, nemden korunduğu sürece uzun süre tazeliğini koruyabilen lezzetli ve besleyici bir gıda maddesidir.

Bisküvi ve benzer ürünler genellikle yumuşak ekmeklik buğdaydan üretilmektedir. Yumuşak buğdaydan yapılan ürünlerin içi daha homojen, yumuşak ve yayılma özelliğine sahiptir. Bunun nedeni, daha düşük oranda su çekmesi, ince granülasyon ve düşük protein miktarına sahip olmasıdır. Düşük protein miktarına sahip sert tane yapılı çeşitleri, bisküvi yapımına uygun değildir. Bisküvi üretiminde ekmeklik kalitesi üstün olan çeşitlerden daha çok yumuşak tane yapılı ve protein miktarı düşük olanlar tercih edilmektedir. Bu özelliklere sahip olan en uygun buğday türü "Topbaş"tır.

Bisküvi üretiminde kullanılan hammaddeler oldukça fazladır: Bunlar; un, nişasta, yağ, şeker, dekstroz, invert şeker ve diğer şeker şurupları, bal, malt ekstraktı, melas, tuz, su, sodyum bikarbonat, amonyum bikarbonat, süt, yoğunlaştırılmış süt, sütozu, peynir suyu tozu, yumurta, lesitin, sodyum asit pirofosfat, kükürt dioksit, enzimler, monogliseritler (emülgatör), meyve ve sebze, baharat, kepek, vitaminler, antioksidanlar, ağartıcılar, antimikrobiale maddeler, maya ve laktik asit bakterileri ve aromalardır.

Üretimde kullanılan un, buğday unu olup toplam hammaddenin %50-65'ini oluşturmaktadır. Unda bulunan protein oranının %9,5 olması tercih edilmektedir. Mayalandırma yapılacak ise protein değeri yüksek buğday unları da kullanılabilir. Unda bulunan ve öz olarak da kabul edilen gluten, bisküvinin kalitesinde önemli bir faktördür. Farklı cinsteki bisküvilerin üretimi için farklı kalitede un ihtiyacı duyulmaktadır. Bisküviler tatlı, yarı tatlı ve fermente kraker tipi olarak üç grupta toplanırsa, tatlı çeşidine giren finger, marie vb. bisküvilerin üretimi için %7-8 glutenli (kuru öz) zayıf un yeterli olurken, yarı tatlı tipe giren petibör gibi bisküvilerin üretiminde bu değer %8-10 arasında ve nispeten daha sıkı gluten yapısına sahip olması istenmektedir. Fermente ve kraker tipi ürünlerde ise %10 ve daha fazla gluten içeren unlar kullanılmaktadır. Bu tip bisküvilerde unun gluteni, nitelik olarak da diğerlerine göre daha güçlü olmalıdır.

Buğday unundan başka yulaf, çavdar, pirinç, soya ve patates unu veya bu ürünlerin nişastaları da kullanılmaktadır.

Bisküvi üretiminde yağ olarak %10 su içeren, raf ömrü uzun ve tadı ürün tadına uygun lezzette veya nötr tatta yağlar tercih edilmektedir. Ürün cinsine bağlı olarak hayvansal, bitkisel veya katı yağlar kullanılmaktadır. Kullanılan yağın sıcaklığı da bisküvinin kalitesini etkilemektedir.

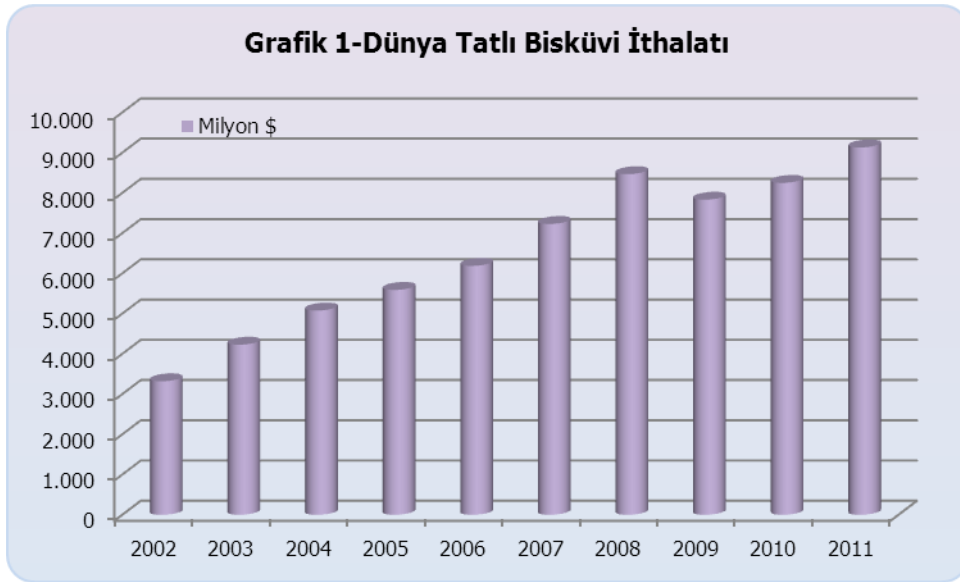
Hammadde olarak meyve ve sebzelerin yerine aroma kullanımı tercih edilmektedir. Doğal meyve ve sebzeler ekonomik, fiziksel, kimyasal ve mikrobiyal nedenlerle kullanılmak istenmemektedir. Ekonomik nedenler, bu ürünlerin üretiminin mevsimlere bağlı olması, hazırlama, saklama ve taşıma maliyetleri vb.'dir. Fiziksel nedenler ise, örneğin karabiberin ürün rengini ve görüntüsünü bozması, biber, domates ve benzeri sebzelerin raf ömrü boyunca kararmaya, acılaşmaya ve oksidasyona uğramalarıdır. Bu nedenlerle meyve ve sebze yerine aroma kullanılmaktadır. Bisküvi üretiminde kullanılan aroma miktarı %0,01-5 arasında değişmektedir. Tuz, şeker, laktoz, organik asitler, alkol, peynir suyu proteinleri ve aromayı olumlu yönde etkileyen hammaddelerdir. Genel olarak gıda maddelerinde olduğu gibi aromalı ürünleri ısı, ışık ve nemden korumak gerekmektedir.

2. DÜNYA TATLI BİSKÜVİ TİCARETİ

Dünya tatlı bisküvi pazarı 2011 yılı verilerine göre 5,5 milyon ton ve 18,3 milyar \$ civarındadır. 2009 yılındaki genel düşüşe ve 2011 yılında bir önceki yıla oranla miktar bazında yaşanan %1,6'lık azalışa rağmen son beş yılda bisküvi pazarı miktar bazında ortalama %3,6 oranında ve değer bazında ise ortalama %8,5 oranında büyüme göstermiştir. Bu rakamlar ışığında, bisküvi sektörü büyük, iyi organize olmuş ve büyüyen bir pazar konumundadır.

2.1 DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İTHALATI

ITC'nin verilerine göre, 2007 yılında 7,2 milyar \$ değerinde gerçekleşen dünya tatlı bisküvi ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %16,4 oranında artış göstererek 8,4 milyar \$ seviyesinde gerçekleşmiştir. 2009 yılında yaşanan %7,1 oranındaki düşüş 2010 yılında kısmen telafi edilmiş ve 2010 yılında yaklaşık olarak 8,3 milyar \$ değerinde tatlı bisküvi ithalatı yapılmıştır. 2011 yılında ise %10,3 oranındaki artış ile 2009 yılındaki düşüş tam anlamıyla telafi edilerek son on yılın en yüksek tatlı bisküvi ithalatı gerçekleştirilmiştir.



Kaynak: TradeMap

Dünya tatlı bisküvi ithalatında, ilk sırada ABD yer almakta olup, ABD'yi AB ülkeleri izlemektedir. 2011 yılı dünya tatlı bisküvi ithalatının %50,3'ü AB ülkelerine aittir. Ülkeler bazında ise en çok ithalat yapan ülke %14 pay ile ABD olmuştur. ABD'yi %9,8 ile Fransa, %7,2 ile Almanya, %5,2 ile İngiltere ve %4,1 ile Belçika izlemiştir.

Tablo 1-Dünya Bisküvi İthalatı (Bin \$)

SIRA	ÜLKELER	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2010-2009 Değişim (%)	% Pay
1	ABD	478.745	628.892	723.401	806.551	924.145	983.640	1.088.686	1.057.136	1.137.393	1.282.594	12,8	14,0
2	Fransa	433.898	523.357	609.435	616.663	625.409	753.291	903.453	799.528	763.162	892.274	16,9	9,8
3	Almanya	325.513	389.074	420.530	471.621	477.210	552.861	619.505	546.876	526.278	655.155	24,5	7,2
4	İngiltere	237.752	262.776	316.344	323.002	399.162	500.689	538.340	445.023	444.552	473.849	6,6	5,2
5	Belçika	207.767	254.220	281.614	274.156	272.313	312.908	359.070	334.201	315.331	374.631	18,8	4,1
6	Hollanda	108.587	162.458	178.486	180.990	237.674	309.544	368.165	345.127	277.984	307.581	10,6	3,4
7	İtalya	122.414	164.888	190.815	205.899	206.575	247.032	285.991	234.863	261.311	288.227	10,3	3,2
8	Kanada	131.729	141.257	148.567	160.876	179.328	204.633	253.981	230.061	243.821	273.519	12,2	3,0
9	İspanya	108.704	135.071	165.011	174.708	205.020	212.637	238.386	214.950	197.666	207.949	5,2	2,3
10	Avusturya	84.187	93.594	119.112	138.393	127.833	155.090	171.496	163.412	158.678	182.066	14,7	2,0
11	Çek. Cumh.	44.827	62.851	85.226	98.337	106.046	129.833	164.027	132.420	129.550	151.154	16,7	1,7
12	İrlanda	99.920	112.404	131.508	131.481	130.766	145.914	157.777	148.002	134.668	145.228	7,8	1,6
13	S.Arabistan	44.535	64.150	72.392	90.520	108.931	130.792	39.924	66.566	189.698	140.477	-25,9	1,5
14	Rusya Fed.	31.036	43.478	58.323	70.020	74.454	90.445	98.789	83.307	109.673	135.130	23,2	1,5
15	Avustralya	23.396	29.827	42.810	47.537	61.817	72.339	83.813	90.811	107.054	134.112	25,3	1,5
16	Çin	5.366	7.019	10.574	15.525	21.689	30.068	46.171	47.934	84.966	128.462	51,2	1,4
17	Irak	432	17.991	31.021	62.540	99.781	54.174	71.805	77.481	218.757	124.693	-43,0	1,4
18	Polonya	10.364	22.234	57.297	72.757	78.139	90.094	141.063	114.675	122.036	124.161	1,7	1,4
19	Portekiz	40.686	57.727	70.332	69.483	73.075	78.075	80.785	89.571	102.726	115.509	12,4	1,3
20	Danimarka	42.020	55.734	69.541	73.025	88.317	100.715	109.494	90.173	89.620	99.264	10,8	1,1
65	Türkiye	3.588	4.221	6.041	9.672	11.798	14.298	18.705	18.624	20.526	21.630	5,4	0,2
	Diğerleri	733.994	994.436	1.287.604	1.495.938	1.678.128	2.088.649	2.607.709	2.514.340	2.640.990	2.872.336	8,8	31,5
	Toplam	3.319.460	4.227.659	5.075.984	5.589.694	6.187.610	7.257.721	8.447.135	7.845.081	8.276.440	9.130.001	10,3	100

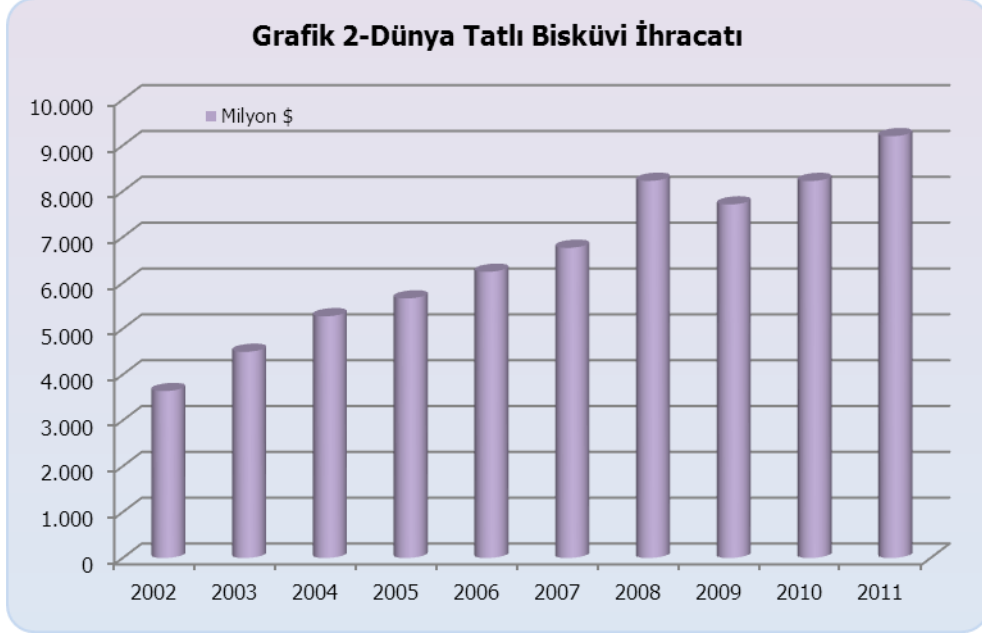
Kaynak: TradeMap

Son beş yıllık dönemde ABD'nin ithalatı genel olarak artış gösterirken Fransa'nın ve Almanya'nın tatlı bisküvi ithalatı 2011 yılında 2007 yılına kıyasla artmasına rağmen söz konusu dönemde inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. Söz konusu iki ülkenin 2011 yılı ithalatı ise mevcut duruma olumlu katkı sunabilecek şekilde bir önceki yıla göre sırasıyla %16,9 ve %24,5 oranında artış göstermiştir. İngiltere ve Belçika'nın tatlı bisküvi ithalatı da anılan dönemde inişli çıkışlı bir seyir izlemiş olmasına karşın her iki ülkenin de 2011 yılı ithalatı bir önceki yıla kıyasla sırasıyla %6,6 ve %18,8 oranında artmıştır. AB ülkelerinin toplam tatlı bisküvi ithalatı 2007 yılında 4 milyar \$'dan 2011 yılında 4,6 milyar \$'a yükselmiştir. 2011 yılında AB ülkelerinin tatlı bisküvi ithalatı, son beş yıldaki en yüksek ithalat değerinin yaşandığı 2008 yılından (4,7 milyar \$) sonra düşüş eğilimini geri çevirici niteliktedir.

2011 yılı verilerine göre sırlamada ilk yirmi ülke içinde yer alan ülkeler arasında ithalatında en büyük düşüş olan ülkeler %43 oranında azalışla Irak ve %25,9 azalışla Suudi Arabistan'dır. 2010 yılında ithalatında en fazla artış gerçekleşen ülkelere olan Irak ve Suudi Arabistan, yaşanan ciddi düşüşün sonucu olarak 2011 yılında sırasıyla 124 milyon \$ ve 140 milyon \$ ithalat gerçekleştirmiştir. İthalat artışında göze çarpan ülke ise Çin'dir. 2011 yılında Çin'in tatlı bisküvi ithalatı bir önceki yıla kıyasla %51,2 oranında, 2002 yılına kıyasla ise yaklaşık olarak 24 kat artarak 5,3 milyon \$'dan 128,5 milyon \$'a yükselmiştir.

2.2 DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İHRACATI

ITC verilerine göre, 2007-2011 yılları arasındaki dönemde dünya tatlı bisküvi ihracatı 7 milyar \$'dan 9,2 milyar \$'a yükselmiştir. 2008 yılındaki 8,4 milyar \$'lık tatlı bisküvi ihracatının ardından %6,5'lik bir azalışla 2009 yılında ihracat 7,8 milyar \$'a düşmüştür, ancak bu düşüşe rağmen toplam ihracat hala son beş yılın başlangıç değerlerinin üstündedir. 2010 yılında ise tatlı bisküvi toplam ihracatı önceki yıla göre %6,8 oranında bir artış göstererek 2008 yılı dünya tatlı bisküvi ihracat seviyesini yakalamıştır. 2011 yılı tatlı bisküvi ihracatı son on yılın en yüksek seviyesine ulaşarak %10 oranında bir artışla 9,2 milyar \$'a ulaşmıştır.



Dünya tatlı bisküvi ihracatında ithalatında olduğu gibi AB ülkeleri ilk sıralarda yer almaktadır. 2011 yılında tatlı bisküvi toplam ihracatının %61,3'ü AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2-Dünya Bisküvi İhracatı (Bin \$)													
SIRA	ÜLKELER	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2010-2011 Değişim (%)	% Pay
1	Almanya	482.009	646.484	781.417	831.740	870.912	1.026.356	1.168.333	1.051.255	1.023.921	1.115.934	9,0	12,1
2	Belçika	437.374	543.685	621.910	604.158	593.459	626.906	738.558	692.630	635.685	737.746	16,1	8,0
3	Kanada	255.297	301.588	340.146	362.594	411.624	497.859	568.690	562.445	620.577	699.790	12,8	7,6
4	Hollanda	209.886	274.257	287.782	261.199	430.420	499.868	574.790	568.615	548.347	580.194	5,8	6,3
5	İngiltere	315.649	345.475	365.587	358.220	385.601	433.636	471.854	427.247	460.267	513.229	11,5	5,6
6	İtalya	329.456	391.006	461.067	520.242	511.499	345.006	419.333	424.608	443.389	498.977	12,5	5,4
7	Fransa	248.756	285.275	325.736	324.563	323.627	391.873	450.423	424.458	405.380	447.321	10,3	4,9
8	Polonya	81.821	106.942	182.590	235.636	270.580	367.462	424.970	385.015	400.833	441.505	10,1	4,8
9	Türkiye	67.631	97.232	143.269	146.716	163.039	210.727	250.417	235.644	278.383	387.301	39,1	4,2
10	Meksika	41.799	92.000	108.806	136.312	190.159	225.987	254.762	250.836	247.569	321.221	29,8	3,5
11	Avusturya	128.977	146.681	181.624	156.591	149.874	194.769	251.804	217.823	228.969	270.211	18,0	2,9
12	ABD	120.076	127.785	129.398	142.956	156.292	170.486	226.117	226.764	228.131	269.153	18,0	2,9
13	İspanya	137.167	165.058	186.168	188.032	201.340	179.316	216.130	162.467	162.787	234.326	43,9	2,5
14	Endonezya	0	0	0	0	0	0	0	0	155.257	209.404	34,9	2,3
15	Danimarka	181.920	191.450	200.909	175.058	197.482	209.981	220.215	205.412	169.902	196.299	15,5	2,1
16	Ukrayna	0	0	0	0	0	0	134.469	106.902	142.933	192.074	34,4	2,1
17	Malezya	48.590	49.086	57.448	79.508	80.631	97.014	115.832	122.409	141.032	168.873	19,7	1,8
18	Çek Cumh.	33.238	43.567	48.071	54.040	67.276	93.681	134.833	120.352	134.436	143.498	6,7	1,6
19	İsviçre	49.582	60.869	69.259	73.396	81.271	101.604	110.706	100.562	102.958	110.228	7,1	1,2
20	İsveç	39.285	46.385	54.558	56.592	67.467	86.862	101.379	86.203	100.172	108.163	8,0	1,2
	Diğerleri	425.709	584.452	730.494	957.512	1.092.079	1.243.331	1.541.701	1.456.954	1.731.285	1.558.699	-10,0	16,9
	Toplam	3.634.222	4.499.277	5.276.239	5.665.065	6.244.632	7.002.724	8.375.316	7.828.601	8.362.213	9.204.146	10,1	100

Kaynak: TradeMap

2011 yılında dünya tatlı bisküvi ihracatının %12,1'ini gerçekleştiren Almanya en büyük ihracatçı ülke olmuştur. Almanya aynı zamanda dünya ithalatında da üçüncü sırada yer almaktadır. Almanya'yı %8 pay ile Belçika, %7,6 ile Kanada, %6,3 ile Hollanda ve %5,6 pay ile İngiltere izlemiştir. 2011 yılında bahse konu ülkeler arasında tatlı bisküvi ihracatında bir önceki yıla göre en fazla artış yaşanan ülke %16,1 oran ile Belçika olurken Almanya, Kanada, Hollanda ve İngiltere'nin ihracatları sırasıyla %9, %12,8, %5,8 ve %11,5 oranında artış göstermiştir. 2011 yılında tatlı bisküvi ihracatında önde gelen ülkeler arasında (ilk 20 ülke) en fazla artış, ihracatı %43,9 oranında artan İspanya'da yaşanmıştır. AB ülkelerinin toplam ihracatı ise %11,6 oranında artarak 5,6 milyar \$ değerinde gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin dünya tatlı bisküvi ihracatındaki payı 2010 yılında ise %4,2 olarak gerçekleşmiş olup, 2002 yılından itibaren 2009 yılında yaşanan düşüşe rağmen Türkiye'nin tatlı bisküvi ihracatında artış eğilimi baskın durumdadır. 2011 yılı Türkiye tatlı bisküvi ihracatı 2002 yılına göre 5 kattan fazla artış göstermiştir.

Son yıllarda tatlı bisküvi tüketimi birçok ülkede artış göstermektedir. Batı Avrupa ülkelerinde bisküvinin tüketimi, kahvaltı yerine öğleden önce ve akşamüzeri daha yoğundur. Avrupa'da kişi başına tatlı bisküvi tüketimi 10 kg.'ın üzerindedir. ABD'de ise bisküvi tüketimi akşamüzeri ve yatmadan öncesi için daha fazla tercih edilmektedir.

Batı Avrupa ve ABD'de tüketim artışında küçük paketli bisküvilerin yaygınlaşması büyük rol oynamaktadır. Tüketim artışındaki diğer faktörler arasında bisküvinin sağlığa uygun olması, ayaküstü yenebilmesi, besleyici, lezzetli ve çocuklar için eğlenceli olması yer almaktadır. Bisküvi tüketici açısından çikolataya oranla daha sağlıklı bulunmaktadır.

Lüks tüketim maddesi olarak kabul edilen bisküvi, son yıllarda giderek temel gıda maddesi olarak tüketilmektedir. Sektörde standart çeşitlerin yanı sıra belirli tüketici gruplarına hitap eden ürünler de üretilmektedir. Aynı zamanda şeker hastaları için özel diyet bisküviler, çocuklar için mama bisküviler ve "snack" türü bisküvilerin üretimi de yapılmaktadır.

Avrupa ve Amerika'da sağlıklı ürünler üretme eğiliminde olan bisküvi sanayii, hem lezzetli ve tüketicilerin damak zevkine hitap eden, hem de sağlıklı ürünler üretme çabasıdır. Bu amaçla yağ oranı oldukça düşük çeşitler piyasaya sürülmektedir. Özellikle, ABD'de düşük yağ kullanımlı teknolojileri geliştirme çalışmaları sürdürülmektedir. Bisküvi sektörünün en hızlı büyüyen kısmını yağsız ve düşük yağlı ürünler oluşturmaktadır.

Irak ve Suudi Arabistan'ın tatlı bisküvi ithalatındaki artış genel olarak Ortadoğu ve aynı zamanda Afrika pazarlarında tatlı bisküvi tüketimindeki artış eğiliminin bir sonucudur. Söz konusu coğrafyalarda ekonominin toparlanma dönemine girmesi, orta sınıf tüketim alışkanlıklarını yeniden biçimlendirmekte olup, genelde unlu mamuller, özelde ise tatlı bisküvi tüketiminin artmasına neden olmaktadır.

3. TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ ÜRETİMİ

Ülkemizde ilk bisküvi üretimi 1924 yılında başlamıştır. 1932 yılında İstanbul'da iki adet fabrika kurulmuştur. 1941 yılında yaşanan un kıtlığı nedeniyle üretime bir süre ara verilmiştir. 1954 yılından sonra bantlı üretime geçilmiştir. 1960'dan sonra şehirleşme ve nüfus artışı bisküvi tüketimini büyük oranda artırmıştır. 1980'lerde Konya, Kayseri ve Eskişehir civarlarında birçok küçük tesis kurulmuştur.

Un ve unlu mamuller kapsamında bir ürün olan bisküvi sanayi gelişme ve modernleşme eğilimindedir. Sektör, Türkiye Kalkınma Bankası tarafından oluşturulan sektörlerin altı kriter bazında genel performans sıralaması uyarınca 110 sektör içerisinde 22. sırada yer almaktadır. Bisküvi üretimi yapan fabrikaların büyük bir bölümü Marmara ve Orta Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Sanayide faaliyet gösteren işletmelerin tümü özel sektöre aittir. Toplam bisküvi üretiminin %81'i büyük şirketler, %19'u ise KOBİ'ler tarafından yapılmaktadır.

Bisküvi fabrikaları, son yıllarda dışa açılma çabaları çerçevesinde çeşitlerini artırmakta, bilimsel yöntemleri uygulamakta ve teknolojilerini modernleştirmektedirler.

Piyasaya girişte kolaylık, yatırım teşvikleri ve hızla gelişen ihracat olanakları, son yıllarda çok sayıda girişimcinin bu pazarda faaliyete başlamasına neden olmuştur. Geline nokta itibarıyla, çoğunluğu modern teknolojiye sahip 40'ı aşkın fabrika sektörde faaliyet göstermektedir.

Tahıla dayalı ürünler içinde en fazla katma değer yarattığı kabul edilen bisküvi sektörü, özellikle ihracata yönelik yatırımların odağı haline gelmiştir. Bisküvi sanayinde 834 bin ton/yıl teorik kapasite mevcut olup, kurulu kapasitenin talepten fazla oluşu nedeniyle kapasite kullanım oranı %60 civarındadır.

Bisküvi fabrikalarının en yoğun olarak bulunduğu il Karaman'dır. Karaman'da bisküvi, gofret ve çikolatalı ürünlerde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne kayıtlı 20 firma faaliyet göstermekte olup, Türkiye'nin bisküvi üretiminin yaklaşık 1/3'ü söz konusu ilde gerçekleştirilmektedir.

Bisküvi üretiminde Karaman'ın özel bir konumu bulunmaktadır. 1994-1995 yıllarında ilde kurulan fabrikalarla birlikte bisküvi ihracatı artış göstermeye başlamıştır. Söz konusu yıllarda SSCB'nin dağılmasıyla birlikte kurulan ülkeler bisküvi için önemli bir pazar oluşturmuş ve ilde gerçekleştirilen üretim hızlı bir artış göstermiştir. Bisküvi fabrikalarındaki artışla birlikte başta bisküvi makineleri olmak üzere gıda makineleri üreten fabrikalar da kurulmaya başlamıştır.

Tablo 3 - Türkiye'nin Bisküvi Üretimi

Yıl	Miktar (Ton)
1996	473.000
1997	505.000
1998	463.000
1999	425.000
2000	420.000
2001	456.000
2002	475.000
2003	530.000
2004	550.000
2005*	439.985
2006*	438.507
2007*	485.511
2008*	620.849
2009*	575.755

Kaynak: DPT, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, 2005

* Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri

Temel gıda maddesi olmayan bisküvide ürün geliştirme çalışmaları oldukça önem taşımaktadır. Bisküvi üreticileri ürün geliştirme çalışmalarını bizzat kendileri yapmakta ve bu konuya bütçe ayırmaktadır.

Türkiye'de tatlı bisküvi tüketimi, açlık bastırmak, tatlı ihtiyacını gidermek, çay ve kahve yanında yemek amacıyla ve ikramlık olarak gerçekleştirilmektedir. Türkiye tatlı bisküvi sektörünün 2010 yılındaki pazar büyüklüğü 260 bin civarında iken 2011 yaklaşık %3,5 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir (Kasım 2011 itibariyle 246 bin tonluk bir pazar mevcuttur). Türkiye'nin kişi başına düşen tatlı bisküvi tüketimi yılda ortalama 4 kg. civarında olup, bu ortalama Avrupa değerlerinin epey altındadır. Ancak iç piyasaya yönelik yapılan araştırmalarda genç nüfusun farklı ve yeni tatlar denemeye açık olduğu yönünde değerlendirmeler bulunmaktadır. Sektör, ürün ve ambalaj çeşitlendirmesi yoluyla genç nüfusun eğilimini değerlendirmek suretiyle mevcut pazar büyüklüğünü daha genişletmeyi hedeflemektedir.

4. TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİ

4.1 TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İHRACATI

Türkiye tatlı bisküvi sektörü son 10 yıllık dönemde, anılan dönem öncesi sektöre ilişkin iç ve dış belirleyicilerin etkisinde ortaya çıkan ihracat düşüşlerini durdurmayı başarmış ve gözle görülür bir artış ivmesi yakalamış, yeni pazarlarda var olmaya başlamıştır. Sektörün üretim koşullarını modernleştirme yönündeki eğilimi, kalite sorununu çözme perspektifi ile birleşmiş ve Türkiye tatlı bisküvi ihracatı 2011 yılında 2002 yılı ihracatının miktar bazında iki katından ve değer bazında dört katından fazla ihracat gerçekleştirmiştir.

Tablo 4 - Türkiye'nin Bisküvi İhracatı

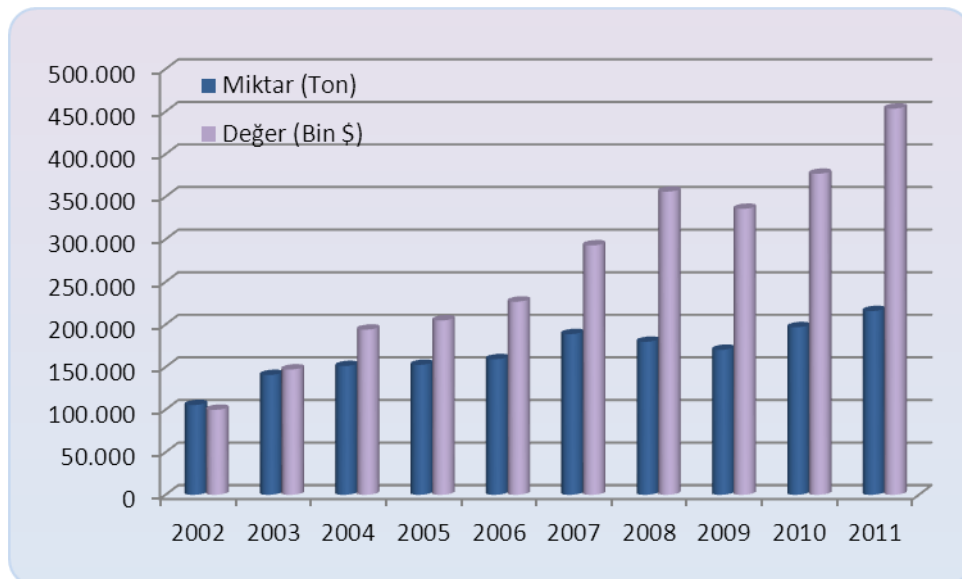
Yıl	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Değ.%-Miktar	Değ.%-Değer
2002	105.384	99.839	-	-
2003	140.709	147.164	33,5	47,4
2004	151.156	193.907	7,4	31,8
2005	152.565	204.761	0,9	5,6
2006	159.198	226.772	4,3	10,7
2007	188.723	292.911	18,5	29,2
2008	179.662	355.961	-4,8	21,5
2009	170.232	335.744	-5,2	-5,7
2010	196.743	376.926	15,6	12,3
2011	215.683	453.487	9,6	20,3

Kaynak: TÜİK

2002-2010 döneminde en yüksek dünya tatlı bisküvi ihracatının gerçekleştiği 2008 yılında Türkiye'de de -miktar bazında yaşanan düşüşe karşın- değer bazında artış gerçekleşmiştir. Dünya tatlı bisküvi ihracatının 2008'deki yükselişin ardından 2009 yılında yaşadığı düşüşe paralel bir durum, yine Türkiye için de geçerli olmasına karşın 2010 ve 2011 yıllarında Türkiye tatlı bisküvi ihracatı 2008 yılı değerlerinin de üzerine çıkmayı başarmıştır. 2010 yılında bir önceki yıla göre miktar bazında %15,6 ve değer bazında %12,3 oranında artış yaşanarak 197 bin ton ve 377 milyon \$ tatlı bisküvi ihracatı yapılmıştır. 2011 yılında ise sektör ihracatı miktar bazında %9,6 artış ile 216 bin tona yükselirken değer bazında %20,3'lük bir artışla 453 milyon \$'a ulaşmıştır.

Son 10 yıllık periyotta her yıl Türkiye tatlı bisküvi ihracatının değer bazındaki artış oranı, miktar bazındaki artış oranından daha fazla olmuştur (2009 yılındaki düşüş hariç olmak üzere). Bu değerlendirme, sektördeki ürünlerin dış piyasalarda daha yüksek fiyatlardan kabul ve talep görmeye başladığının bir göstergesidir. Söz konusu durumdan geçtiğimiz on yıllık dönem öncesinde Türkiye tatlı bisküvi sektörü ile "kalitesiz ürün"ü eşleştirme yönündeki algının da değişmeye başladığı sonucu da çıkarılabilir.

Grafik 3 – Türkiye'nin Bisküvi İhracatı



Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin tatlı bisküvi ihracatı son 10 yıllık dönemde ağırlıklı olarak Ortadoğu, Afrika ve bazı Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilmiştir. Tatlı bisküvi ihracatı yapılan ülkeler, genel olarak Türkiye'nin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü ihracatına paralel bir profil çizmektedir.

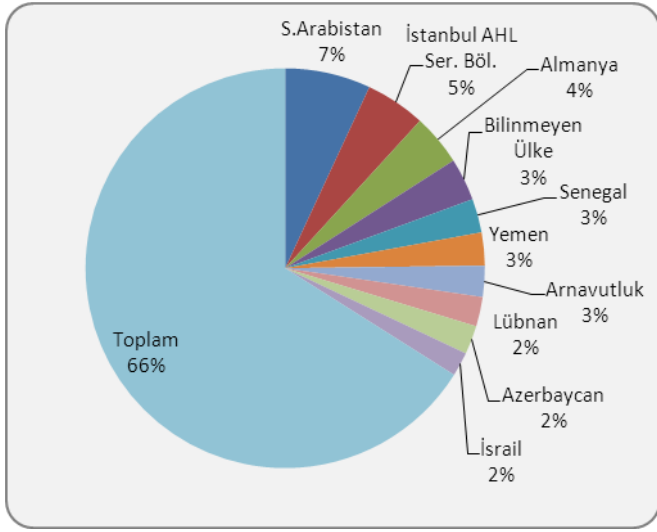
Tablo 5-Türkiye'nin Bisküvi İhracatı (Bin \$)											
	Ülke Adı	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	Irak	0	7.762	16.073	29.007	37.387	54.834	71.367	74.491	99.729	124.327
2	S.Arabistan	10.139	13.123	14.810	16.255	19.100	31.277	30.441	29.280	28.510	29.351
3	Yemen	4.037	3.512	5.353	3.004	5.125	5.316	6.056	6.202	10.352	28.710
4	İsrail	2.932	4.294	7.512	4.768	5.557	7.747	12.487	8.890	10.556	16.320
5	Almanya	6.276	9.916	11.983	11.939	12.809	15.661	19.427	17.669	17.714	15.350
6	Lübnan	3.595	4.822	4.641	4.874	7.506	7.042	7.756	8.793	7.769	13.819
7	Azerbaycan	3.509	3.216	4.035	3.916	4.549	6.389	7.752	8.528	9.327	12.589
8	Libya	1.019	1.285	2.438	9.327	8.713	8.967	11.534	11.167	11.834	11.870
9	Cezayir	1.471	3.182	5.092	3.990	5.434	5.189	5.371	7.940	9.802	11.067
10	Arnavutluk	3.810	5.990	9.174	3.504	7.896	11.728	9.128	5.688	9.087	11.014
11	Filistin	1.191	837	2.464	4.011	3.455	7.009	11.387	11.107	10.304	10.378
12	Romanya	861	1.427	1.280	2.526	2.355	3.650	4.774	2.822	5.138	9.553
13	Senegal	4.130	3.912	3.940	4.817	5.430	7.725	9.806	6.586	5.525	8.542
14	A.B.D.	2.844	3.080	3.824	6.132	6.220	7.784	10.081	7.364	7.439	7.788
15	Bulgaristan	629	3.222	7.185	2.906	2.838	4.179	5.723	7.237	7.235	7.109
16	B.A.E.	2.337	2.448	3.846	4.844	4.278	5.427	5.032	5.813	5.990	7.059
17	Ürdün	1.424	1.734	1.958	1.897	3.342	3.618	4.877	5.182	5.337	6.554
18	Angola	1.628	2.391	2.396	1.912	1.660	2.449	3.816	2.629	2.826	6.155
19	İngiltere	768	1.280	1.215	1.263	1.754	2.446	3.909	4.721	4.193	5.386
20	Polonya	0	11	532	5.117	5.167	6.427	4.832	4.284	5.703	4.856
	TOPLAM	99.839	147.164	193.907	204.761	226.772	292.911	355.961	335.744	376.926	453.487

Kaynak: TÜİK

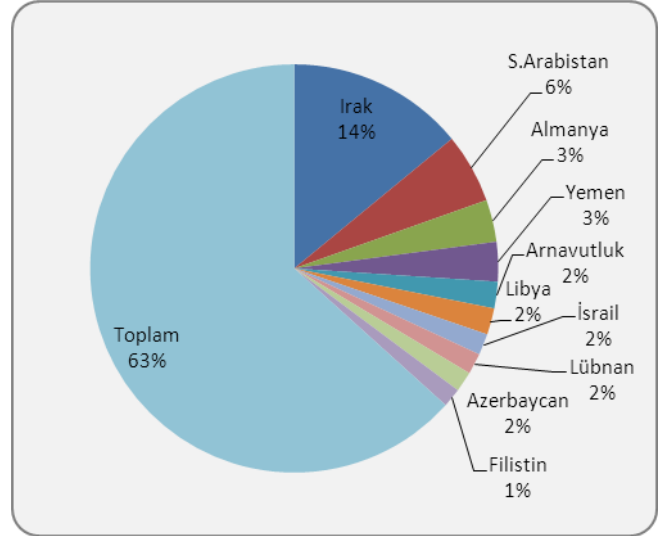
2002-2011 döneminde tatlı bisküvi ihracatı yapılan ülkeler dağılımında ciddi bir değişim yaşanmıştır. 2002 yılında tatlı bisküvi ihracatı yapılmayan Irak 2004 yılından itibaren sektörün en önemli pazarı haline gelmiş ve 2011 yılında Türkiye'nin tatlı bisküvi ihracatının %27,4'ü (125 milyon \$) anılan ülkeye gerçekleştirilmiştir. Söz konusu dönemde, 2002 yılında en fazla ihracat yapılan ülke olan Suudi Arabistan'a yapılan ihracat inişli çıkışlı bir seyir izlemekle birlikte genel olarak yükselmeye devam etmiş ve 2011 yılında Suudi Arabistan sektör ihracatının en fazla yapıldığı ikinci ülke (30 milyon \$) olmuştur. 2011 yılında Türkiye'nin tatlı bisküvi ihracatında üçüncü sırada yer alan Yemen'e yönelik ihracat da 2002 yılında göre yedi kat artarak 28,7 milyon \$ seviyesinde gerçekleşmiştir. Bahse konu periyotta tatlı bisküvi ihracatının ciddi şekilde artış gösterdiği diğer ülkeler ise Libya (12 kat), Romanya (11 kat), Bulgaristan (11 kat), Filistin (9 kat), Cezayir (7,5 kat) ve İngiltere (7 kat) olmuştur.

Grafik 4 – Türkiye'nin Ülkelere Göre Tatlı Bisküvi-Gofret İhracatının Yıllara Dağılımı

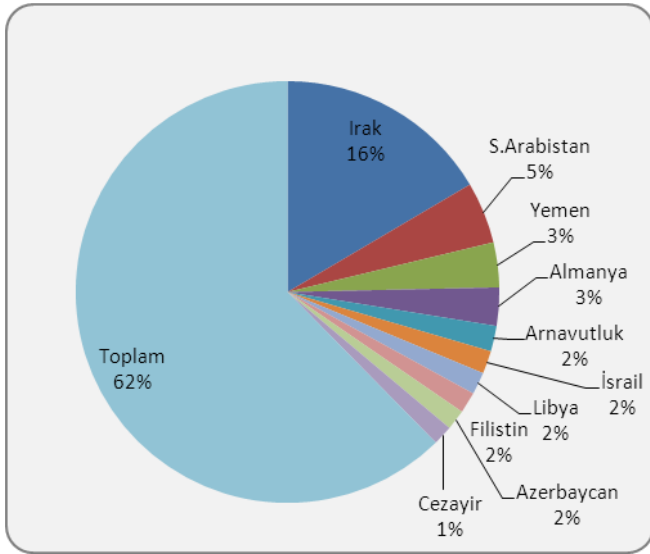
2002



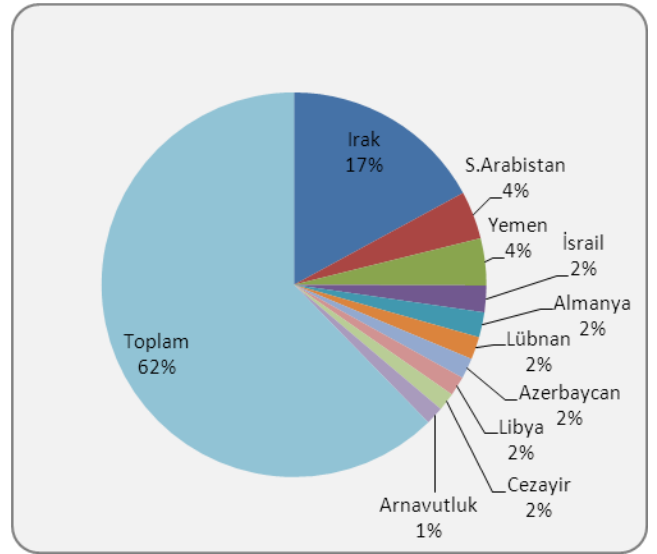
2009



2010



2011



Kaynak: TÜİK

4.2 TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İTHALATI

Türkiye, tatlı bisküvi sektöründe ihracatçı kabul edilecek bir ülke olmakla birlikte söz konusu sektör ithalatı 2002-2011 döneminde ciddi bir artış göstermiştir. 2002 yılında 3,6 milyon \$ olan ithalat yaklaşık altı kat artarak 2011 yılında 21,7 milyon \$'a ulaşmıştır. Ancak tatlı bisküvi ithalatındaki asıl artış 2005 yılında (miktar bazında %56,7 ve değer bazında %60,4) gerçekleşmiş olup, sonraki yıllar artış (2009 yılında değer bazındaki azalışa karşın) daha düşük oranlarda devam etmiştir.

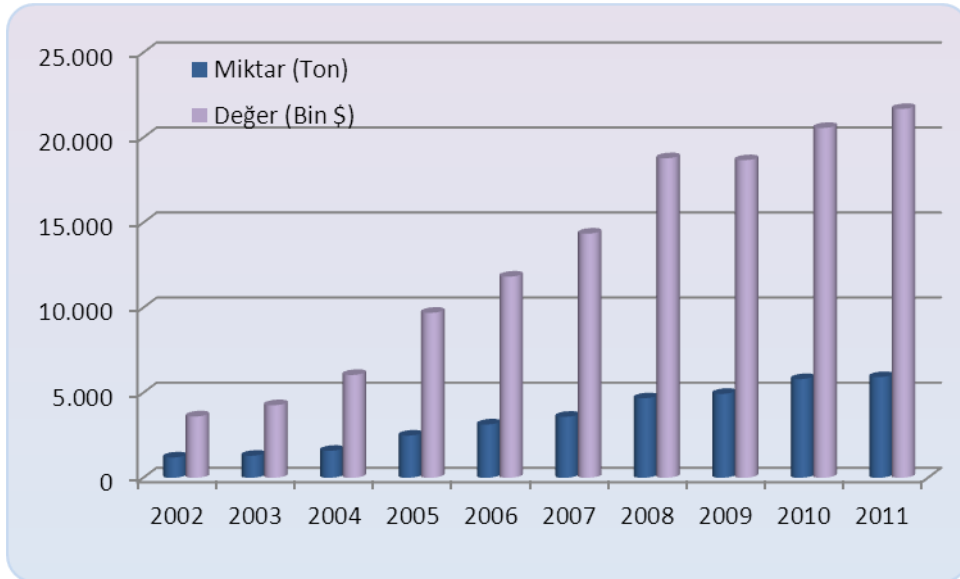
Tablo 6 - Türkiye'nin Bisküvi İthalatı

Yıl	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Değ.%-Miktar	Değ.%-Değer
2002	1.196	3.608	-	-
2003	1.293	4.264	8,1	18,2
2004	1.583	6.047	22,4	41,8
2005	2.480	9.700	56,7	60,4
2006	3.132	11.828	26,3	21,9
2007	3.587	14.355	14,5	21,4
2008	4.673	18.786	30,3	30,9
2009	4.934	18.670	5,6	-0,6
2010	5.800	20.566	17,5	10,2
2011	5.918	21.685	2,0	5,4

Kaynak:TÜİK

2002-2011 döneminde Türkiye tatlı bisküvi ithalatındaki artış hali, Türkiye'nin iç piyasasında bisküvi tüketim eğilimindeki artışın, genç nüfusun tercihlerinin ve kalorisi düşük ürünlerin tüketilmesine yönelik artan eğilimin tatlı bisküvi sektörü içinde yer alan ilgili ürünlere ilişkin ihtiyaç doğurmasının bir sonucu olarak değerlendirilmektedir.

Grafik 5 – Türkiye'nin Bisküvi İthalatı



Kaynak:TÜİK

Türkiye tatlı bisküvi ithalatı yapılan ülkeler ağırlıklı olarak AB ülkelerinden oluşmakta olup, en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke Polonya, İtalya, Hollanda, Bulgaristan ve Almanya'nın toplam tatlı bisküvi ithalatındaki payı %91,4'tür. Ülke ithalatında birinci sırada yer alan Polonya'dan yapılan ithalatta son 10 yıllık dönemde ciddi bir artış yaşanmış olup, 2002 yılında 3 bin \$ olan ithalat 8,4 milyon \$'a yükselmiş olup Polonya'dan yapılan tatlı bisküvi ithalatının toplam ithalat içindeki payı %41,8'dir. Ayrıca 2002 yılına göre 2011 yılında Hollanda ve Almanya'dan yapılan tatlı bisküvi ithalatında da sırasıyla 12 kat ve 6 kat artış yaşanmış, 2002 yılında ithalat yapılmayan Bulgaristan'dan yapılan ithalat 2011 yılında 2 milyon \$'a ulaşmıştır.

Tablo 7-Türkiye'nin Bisküvi İthalatı (Bin \$)											
	Ülke Adı	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	Polonya	3	60	670	4.031	4.866	6.604	11.177	10.765	9.810	8.452
2	İtalya	1.674	1.820	2.358	1.171	998	731	589	318	541	3.455
3	Hollanda	289	587	1.115	2.375	3.043	3.361	1.828	2.096	5.330	3.404
4	Bulgaristan	0	34	205	188	799	1.033	1.715	1.638	2.370	2.065
5	Almanya	181	236	378	411	306	803	626	845	783	1.103
6	İsveç	0	6	0	10	348	286	406	418	574	505
7	İsviçre	12	6	7	13	50	44	55	78	395	344
8	Yunanistan	0	22	3	0	0	0	0	1	7	334
9	İngiltere	124	123	217	240	251	172	478	530	409	107
10	A.B.D.	32	40	111	135	167	158	212	77	66	106
11	Belçika	7	11	92	47	15	0	10	242	28	58
12	Fransa	36	1	36	66	104	54	63	93	110	54
13	Katar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	43
14	Danimarka	54	9	173	267	55	6	17	0	0	42
15	Macaristan	0	0	0	3	0	0	0	0	0	33
16	Mauritius	0	0	0	0	0	0	0	0	24	29
17	Avusturya	0	0	11	24	0	0	96	95	20	23
18	Sudan	0	0	0	0	0	0	0	1	0	19
19	Romanya	0	0	0	0	0	0	1	1	0	15
20	İspanya	21	152	65	101	17	8	0	0	0	7
	TOPLAM	3.608	4.264	6.047	9.700	11.828	14.355	18.786	18.670	20.566	20.202

Kaynak: TÜİK

5. TATLI BİSKÜVİ SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR

Bisküvi sektöründe karşılaşılan işletme içi sorunların tamamı bütün işletmeler için geçerlidir. Bu sorunların boyutu işletmelere göre değişiklik göstermektedir. İşletme sorunlarının başında üretim sorunları, pazarlama ile ilgili sorunlar, finansman, personel ve yönetim sorunları, planlama ve karar verme süreçlerindeki katılım eksikliği gelmektedir.

Üretim maliyetleri içerisinde yer alan enerji giderleri (elektrik, LPG, fueloil) ile taşımacılık maliyetlerinin yüksek olması rekabet şansını olumsuz yönde etkilemektedir.

Bisküvi ürünlerinin raf ömürleri kısa, hacimleri ise büyük olduğu için büyük kapasiteli depolara ihtiyaç duyulması nedeniyle önemli oranda stoklama yapılamamaktadır. Üretim, talep ve satış durumlarına göre düşürülmekte veya tamamen durdurulmaktadır.

Pazarın insan sağlığını yakından ilgilendirmesi nedeniyle hijyen, kalite kontrol ve sağlıklı üretimin denetimi bakımlarından ilgili Bakanlık ve resmi kuruluşlardan alınması gereken ruhsat ve izinler, pazara girişı etkileyen koşullardır. Buna karşılık, bisküvi üretim tesislerinin kurulma maliyeti üretimde kullanılan fırının kapasitesine bağlı olarak değişmekte, üretim sürecinde kullanılan makinelerin büyük bölümünün yurt içinde üretilmesi, yatırım açısından maliyet avantajı yaratmaktadır.

Bisküvi sanayiinde katkı maddelerin ithalatı nedeniyle dışa bağımlılık söz konusudur. Katkı maddeleri ithalatı aşamasında malların gümrükten hızlı olarak çıkarılmaması, bir yandan finans maliyetini artırırken, diğer yandan raf ömrü hassas olan bu maddelerde bozulmalara neden olabilmektedir.

Sektörde hem üretim hem de pazarlama açısından strateji belirlemeye yönelik eksiklik veya tanımlanmayan ya da eksik tanımlanan iş stratejileri, bisküvi sanayinde atıl kapasite oranını yüksek hale getirmektedir. Atıl kapasite verimliliği, kârlılığı ve rekabet edebilirliği olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle fizibilite çalışmaları yapılmadan, işletme deneyimi olmadan, uygun alt yapı kurulmadan faaliyete başlayan işletmeler, sektörde bir yandan kurulu tesis sayısını artırırken, diğer yandan kapasite kullanımını azaltmaktadır. Modern üretim ve işleme tekniğine sahip olmayan işletmeler, üretimde kalite ve standardın düşmesine neden olmaktadır. Diğer yandan çok sayıda fabrikanın kurulması, işletmeler arasında sigortalı düşük işçi çalıştırma, kalite ve standarttan ödün verilerek düşük fiyatlı ürünlerle piyasada yer alma gibi haksız rekabet yaratma eğilimi olabilmektedir. Emek yoğun bir sektör olan bisküvi sektöründeki yüksek atıl kapasite, hem üretim hem de istihdam kaybına yol açmaktadır. Yeni yatırımların teşvik edilmesi yerine ihracatın artırılması amacıyla atıl kapasitelerin değerlendirilerek üretim ve istihdam artışının sağlanması daha uygun olacaktır.

Sektörde yer alan firmaların ar-ge çalışmalarına ayırdıkları zaman ve kaynak kısıtı, sanayi ve eğitim kuruluşlarıyla ortak çalışmalar yürütmeye yönelik faaliyetler yürütülmemesi ile birleştiiğinde bisküvi sanayinin dünya ölçeğinde rekabet edebilirliği azalmaktadır.

6 . S O N U Ç

Bisküvi sanayii son yıllarda önemli gelişmeler göstermiştir. Bisküvi üretimi, iç ve dış pazarlarda talep oluşması, insan beslenmesinde ve özellikle çocukların beslenme alışkanlıkları içinde önemli bir yer edinmesiyle birlikte hızla artmıştır. Bunun yanında, yeni çeşit ve teknolojilerin isteklere uygun olarak geliştirilmesiyle bisküviye olan talep gittikçe artmaktadır.

Bisküvinin, tüketici açısından fiyatının göreceli olarak düşük olması, kolay bulunabilen ve herkesin rahatlıkla tüketebileceği temel bir gıda maddesi özelliği ve besin değerinin yüksekliği, diğer şekerli-unlu ürünlerle ikame edilebilme imkânını azaltmaktadır.

Üreticilerin ürün kalitesini artırarak verimliliği ve pazar payını genişletmesi, ürün çeşitliliği konusunda gerekli çalışmalara ağırlık vermesi, marka tanıtıcı ve yaygınlaştırıcı yönde yeterli ve istikrarlı çalışmalar yapması sektörün gelişimi için oldukça kritiktir.

Sektördeki ürünler zorunlu tüketim maddesi olmadığı için, ancak kalite özellikleri ve albenileri ile tüketimi artırılabilir. Ambalajın dış görünümü onun bir kere satılmasını sağlarken, kalitesi ve lezzeti sürekli bir pazar yaratmaktadır. İhraç edilen bisküvinin ambalajının kaliteli ve ürünün ihraç edilen ülke insanının damak zevkine uygun olması ihracat şansımızı artıracaktır.

Üretilen bisküvinin kalitesinin standartlara uyma zorunluluğu, özellikle ihracat yapan firmalar için önem kazanmaktadır. Standart bir üretim yapılabilmesi için yatırımlarda ve kullanılan hammaddelerde

seçici olunması gerekmektedir. İstenilen kalite ve çeşitte ürün imal etmek, en önemli hammadde olan unun sürekli ve aynı kalitede temin edilebilmesine bağlıdır.

İhracat yapan firmalar arasındaki rekabet, ürün kalitesi ve çeşitlilik yerine düşük fiyat politikası ile yürütülmektedir. Fiyatı düşürerek düşük kar marjları ile ihracat yapan firmalar, sektöre oldukça zarar vermektedir. Bisküvi üreticilerinin bir örgüt altında birleşmeleri, sektörde sağlıklı politikalar üretilmesi ve sorunların çözülmesinde yararlı olacaktır.

KAYNAKLAR

- İGEME Bisküvi Raporu, 2011
- TÜİK Verileri
- ITC'nin Verileri
- www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=2857
- marketresearchworld.net/index.php?option=com_content&task=view&id=3579&Itemid=77