



FOKUS

# UNDA İNNOVASYON DÖNEMİ

Un sanayicilerinin gündemindeki temel konu yenilikçilik ve teknoloji geliştirme. Sektörde yeni ürünlere yönelim artarken konsolidasyon dikkat çekiyor.  
**TUĞBA İSKEFLİ**

## İŞ DÜNYASI

TÜRKİYE Un Sanayicileri Federasyonu'nun (TUSAF)

Antalya'da düzenlediği kongrenin bu yılki konusu, unlu mamullerde trendler ve yenilikçilikti. 18 milyar TL büyüklüğe sahip Türkiye un sanayisi, 11,6 milyon tonluk dünya un ticaretinin yüzde 30'unu gerçekleştiriyor. Başka bir deyişle dünyaya satılan her 3 kg unun 1 kg'sini Türkiye satıyor. Türkiye'den sonra gelen Kazakistan ise dünya un ticaretinin yüzde 20'sini gerçekleştiriyor. Uzun dönem ortalamasına göre yıllık 21 milyon ton civarındaki üretime karşılık, toplam tüketimimiz ise 19,5 milyon ton civarında.

TUSAF Başkanı **Eren Günhan Ulusoy**, geçtiğimiz yılki kongrede, sektörde daha hızlı bir konsolidasyon süreci yaşanacağına işaret etmiş ve tüketicilerin hijyen koşulları ve izlenilebilirlik konusundaki artan beklentilerine dikkat çekmişti. "2004 yılında bin 150 adet olan fabrika sayısı, 2015 yılında 730 civarına indi. Bu yıl itibariyle kapasite raporunu aktif tutan 677 adet tesis bulunuyor. Yani sadece son bir yılda 50'den fazla tesis sektörden elendi diyebiliriz. 10 yıl içinde ise

o **Buğday ithalatı 2015/16 sezonunda 1,5 milyon ton düşerek 3,6 milyon ton olarak gerçekleşti.**

tesis sayısının 400'lere ineceğini öngörüyoruz" diyen Ulusoy, tüketicilerin talepleri arttıkça firmaların rekabetçi kalabilmek için daha fazla yatırım yapmaları gerektiğine değinerek şöyle devam ediyor: "Bunu yapmak da belli bir ölçeğin üzerinde mümkün. Yeni oluşan pazarlara bazı oyuncular katılım sağlayamamış oluyor. Konsolidasyon da yaşanıyor ama daha çok orta ölçekli firmalarda azalma görüyoruz." Ulusoy artık sadece ekmek tüketimi olmadığını, gelişmiş ürünler ve gelişmiş unlar üretmek gerektiğinin altını çizerek, "Endüstriyel fırınlar ortaya çıktı. Normal bir fırının sorduklarını; yani fiyatı ve vadeyi sormuyor. Bazı sertifikalar, hijyen şartları, tüm fabrikanın kapalı devre olup olmadığıyla ilgileniyor. Bunları küçük ölçekli firmalar sağlayamıyor, orta ölçekliler de sağlamakta güçlük çekiyor. Dolayısıyla talep daha maliyetli yatırımları gerektiriyor" diyor. Burada ölçek önemli bir konu haline gelirken, sektördeki oyuncuların ölçeği büyüdükçe bu dönüşümün hızlanması bekleniyor.

Türkiye, dünya un ihracatı şampiyonluğunu birkaç yıldır başka ülkeye kaptırmamakta kararlı.





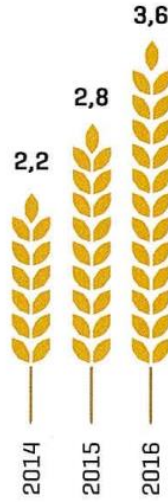
2002 yılında 253 bin ton olan un ihracatımız, 2016 yıl sonu itibariyle 3,5 milyon tona çıktı. Yaratılan gelir açısından ise, aynı yıllarla karşılaştırınca, 47 milyon dolardan 1 milyar 80 milyon dolara yükseliş var. Kapasite kullanım oranları da artıyor. 2016 yılı için toplam 32 milyon ton kapasite ve 15 milyon ton üretim tonajıyla kapasite kullanımı yüzde 47'ye çıktı. Buradaki yükselişte ihracattaki artış payı büyük.

Un ihracatında en büyük pazar, toplam ihracatın yüzde 40'ını yaptığımız ve pazarın yüzde 90'ına hakim olduğumuz Irak. Irak'ı sırasıyla Sudan ve Suriye takip ediyor. Benin, Gana gibi ülkeler de un ihraç ettiğimiz ilk 10 ülke içinde. "Irak ve Suriye'deki siyasi istikrarsızlık bölgedeki un fabrikalarının çalışmasına da izin vermiyor. Bu ülkelerin bizim en önemli pazarlarımız haline gelmesindeki asıl neden bu" diyor Ulusoy, bölgedeki normalleşme sürecinin yansımalarını sorduğumuzda, "Normalleşme süreci bile tahminen 10-15 yıl alır. Türkiye bir yılda 100'e yakın ülkeye ihracat yapıyor. Yeni pazar arayışından ziyade, mevcut pazarlarda derinleşme çabasıdır. İhracatı her sene ortalama yüzde 30 artırarak büyütüyoruz" diyor. Fakat bu yıl için ihracatta yüksek büyüme beklenmiyor. Bunun gerisinde, Irak, Suriye ve Sudan'da artık pazarın neredeyse tamamına hakim olmamız ve büyük bir tonaj zıplaması gerçekleştirebileceğimiz bir pazar olmayışı yatıyor.

İç pazarda ise büyüme neredeyse nüfus artışıyla paralel gidiyor: Yılda yüzde 1,5-2 civarında. Ulusoy, "Kişi başına tüketimimiz değişmiyor. Bir daralmadan söz edemeyiz. Ekmekten diğer unlu mamullere doğru bir yer değiştirme var. Ekmek tüketimini bir miktar azaltıyoruz ama yerini atıştırmalıklar, donmuş ürünler, simit, pizza alıyor" diyor. Fakat Türkiye'de yine de toplam unlu mamullerin yüzde 83'ü ekme olarak tüketiliyor. Avrupa'da ise yüzde 51'i. Türkiye'de bir kişi yılda tükettiği 150 kg unlu mamulün 125 kg'si ekme cinsinden de diyebiliriz. Buğday ürünleri tüketimi dünyada ise kişi başına ortalama 85 kg.

Türkiye'de yaklaşık 40 bin fırın var. Fırınlardan alınan beyaz ekme pazarın çok büyük bir kısmını oluştursa da,

## TÜRKİYE BUĞDAY İHRACATI (MİLYON TON)



KAYNAK: TÜİK/TSİ

kepekli, çavdarlı, tam tahıllı gibi çeşitlerin de tüketimi artıyor. Fakat daha sağlıklı bulunan bu ürünlerin maliyet avantajı sunmalarına rağmen neredeyse iki katı fazla ödenerek satın alındıkları da bir gerçek. Sektör daha sağlıklı ürünlere yönelmek gerektiğinin farkındaysa da bu denge gözetilmiyor. "Çok tahıllılara ilgi artıyor. Çeşitli unlar daha başlangıç aşamasında ama bu gelirle ilgili. Kepekli ekmekteki kepeğin yem olarak satıldığında yarı fiyatına düştüğü doğru. Ama kepekli unla ekme yapıldığında iki katı fiyatına satılıyor. Bunun nedeni tüketicinin algısından kaynaklanıyor. Çünkü tüketici o ürünü daha sağlıklı algıladığı için daha fazla para ödemeye hazır. Tüketici o parayı ödemeye hazırsa kimse o fiyatı aşağı çekmez" diyor Ulusoy.

Buğdayda kendimize yeterli olmamıza rağmen bir yandan da buğday ithalatı konuşuluyor. "Buğday ithalatı, un ihracatı karşılığı. Yani ihracata yönelik gelen talebi karşılamak için içerideki arzın fazlalığı yeterli olmuyor. Dışardan bu sene gelen talep 3,5 milyon ton. Bu talebi karşılayabilmek için ithalat yaptık. O hammaddeyi işledik ve ihraç ettik. Yem, makarnalık, tohumluk vs. Una indirgediğimizde de 11 milyon tonluk bir tüketimiz var" diyor Ulusoy devam ediyor: "Bunun yanında 60 bin tonluk ithalat önemli bir büyüklük olmasa da ulaştığı bölgelerde yüzde 15 ucuz oluşu rahatsızlık yaratıyor. Dışardan gelsin ama üst sınıırı bilelim. Örneğin bir gün bu tonaj 1 milyona çıkarsa sektör için büyük bir sıkıntı doğar. Ucu açık olursa sektöre zarar verebilir."

Bir diğer konu, geçtiğimiz aylarda döviz kurunda yaşanan dalgalanmanın yarattığı etki. "Sektörün hammaddesi buğdayın yüzde 80'ini yerli kaynaklardan tedarik ediyoruz. Bu piyasa TL bazlı dönüyor. İthalattaki kısım da ihracata yönelik olduğu için orada da döviz kurlarında nette baktığımızda bir etki yok. Ama esas etki dalgalanmada" diyor Ulusoy şöyle devam ediyor: "Kurların birkaç gün içinde sert hareket etmesi ihracat ve ithalat arasındaki bağlantıyı koparıyor. Bu bağlantı arasında geçen sürede, kur yüzde 5-7 oynayınca zararlara ya da öngörülemezliklere neden oluyor. Yani kurun artmasından ziyade dalgalanması un ihracatçısı için daha tehlikeli." ■



## DÜNYADA BUĞDAY PAZARI (MİLYON TON)

