

# **Bisküvi**

# **Sektörü Raporu**

Tarihte Romalıların keşfettiği bisküvi, Latince’de “bi costus” ile Fransızca ‘da “bescoit” sözcüklerinden türetilmiş olup, “iki defa pişirilmiş” anlamına gelmektedir. En basit ifade ile “ tahıl ürünlerinin kimyasal yollardan fermente edilip kabartılarak pişirilmesiyle elde edilen” bisküvi, sınai anlamda “rutubet ortamı % 5’ten az olan ve temelde yumuşak buğdaydan elde edilen un, şeker, su ve yağdan müteşekkil gıda ürünü” olarak tanımlanmaktadır.

Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ise bisküviyi, TS 2383 No.lu standardında “tahıl unu veya unları içinde kabarmayı sağlayıcı maddeler, beyaz şeker, yemeklik tuz, nebati yağ ve gerektiğinde glikoz, invert şeker, süt tozu, yumurta, peynir altı suyu tuzu, nişasta gibi yenilebilen maddeler, katkı ve çeşni maddeleri katıldıktan sonra, içilebilir nitelikte su ile yoğrularak ve tekniğine uygun olarak işlenmesi, şekil vermesi ve pişirilmesi sonucunda elde edilen unlu mamul” şeklinde tanımlamıştır.

Anılan standarda göre tüketiciye sunulan bisküvinin ambalajı üzerinde şu bilgilerin bulunması gerekmektedir:

- Firmanın ticari unvanı, kısa adı ve adresi, varsa tescilli markası,
- Bu standardın işaret ve numarası (TS 2383 şeklinde),
- Malın adı (bisküvi),
- Tipi,
- Çeşidi,
- İmal tarihi (ay ve yıl olarak),
- Parti, seri veya kod numaralarından en az birisi,
- İmalinde kullanılan maddelerin adı,
- Net kütlesi, gr veya kg olarak (negatif tolerans % 3’tür),
- Tavsiye edilen son kullanma tarihi veya raf ömrü.

Bisküvi üretiminde kullanılan hammaddeler oldukça fazladır. Bunlar un, nişasta, yağ, şeker, dekstroz, invert şeker ve diğer şeker grupları, bal, malt ekstraktı, melas,tuz, su, sodyum bikarbonat, amonyum bikarbonat, süt, yoğunlaştırılmış süt, süttozu, peynir suyu tozu, yumurta, lesitin, sodyum asit pirofosfat, kükürt dioksit, enzimler, monogliseritler (emülgatör), meyve ve sebze, baharat, kepek, vitaminler, antioksidanlar, ağartıcılar, antimikrobial maddeler, maya ve laktik asit bakterileri ve aromalarıdır. Çeşni olarak kullanılan maddeler ise fındık, fıstık, susam, üzüm ve çeşitli baharatlar ile bisküvi üzerine veya iki bisküvi arasına konulan jöle, marmelat, bisküvi kreması, krema ve çikolatadır.

Bisküvi yapımında ilk pişirme işlemi 1-15 dakika arasında 30-150 metre uzunluğundaki sıcak fırınlarda, ikinci pişirme işlemi ise kuru hava ile soğutma fırınında yapılmaktadır. Pişirme işlemi sonucu kabul edilebilir azami nem oranı % 5 olup, bisküvi, nemden korunduğu sürece uzun zaman tazeliğini koruyabilen, lezzetli ve besleyici bir gıda maddesi olmaktadır.

Üretimde temel girdi olarak buğday unu ( toplam hammaddenin % 50-65’i), yulaf, çavdar, pirinç, soya ve patates unu veya bu ürünlerin nişastaları, yağ olarak % 10 su içeren, raf ömrü uzun ve tadı ürün tadına uygun lezzette veya nötr tatta yağlar kullanılmaktadır. Ürün cinsine bağlı olarak hayvansal, bitkisel veya katı yağlar tercih edilmektedir.

## DÜNYA ÜLKELERİNDE BİSKÜVİ

Uluslararası Şekerli Mamuller Derneği (International Confectionary Association) verilerine göre, kişi başına bisküvi tüketiminde İngiltere (15,7 kg), Hollanda (14,5 kg), İrlanda (12 kg) başta gelmektedir. Diğer ülkeler ise İtalya ve Fransa (9 kg), İsviçre ve Belçika (8 kg), Finlandiya ve Portekiz (7,9 kg), Almanya ve Danimarka (7,8 kg), Avusturya (7,7 kg), İspanya (6,6 kg), Yunanistan (5,8 kg), İsveç (3,5 kg) ve Japonya (1,9 kg).

Kişi başına ortalama tüketimin 15 kg olarak belirlendiği AB’de, üye ülkelerdeki gelişmeyi izlemek açısından İngiltere’de kek ve bisküvi piyasasının 2000 yılına göre % 17.3 oranında bir artışla 2004 yılında 2.97 milyar Sterlinlik bir değere ulaştığı görülmektedir. 2004’de ev kadınlarının % 92.7’sinin bisküvi ve kraker kullandığı belirlenmiştir. 2010 yılına kadar İngiltere bisküvi piyasasında % 2.1 oranında bir büyüme beklenmesi, ürüne gösterilen ilginin artmakta olduğu anlamına gelmektedir.

Fransa’da ise tatlı bisküvi piyasası, şekerli mamullerde 2004 yılı itibariyle satışların % 76’sini meydana getirmek üzere, 2.2 milyar dolarlık bir değere sahip olmuştur. Bu rakamın 2009 yılında piyasasının % 80’ini oluşturmak 2.6 milyar dolara çıkması beklenmektedir. Piyasada en büyük paya sahip olan Danone, 2004 yılında bisküvi sektöründe 463 milyon dolarlık reklam harcaması yapmıştır.

Öte yandan yaklaşık 15 milyon ton civarındaki dünya bisküvi pazarı yılda ortalama % 3-4 oranında bir büyüme göstermektedir. Bu veriler ışığında bisküvi sektörünün büyük, iyi organize olmuş ve giderek artan bir büyüme hızına sahip pazar özelliği taşıdığı ortaya çıkmaktadır.

Dünya bisküvi üretiminde ve ihracatında AB ülkeleri (özellikle İngiltere, Almanya, Belçika, İtalya, Fransa ve Hollanda) ve Kanada ön sırada yer almaktadır. Bisküvi ithalatçısı başlıca ülkeler ise ABD, Fransa, Almanya, İngiltere, Belçika, Kanada, İtalya, İspanya, Hollanda ve İrlanda’dır.

### Dünya Bisküvi İhracatında İlk On Ülke\*

Sıra	İhracatçı Ülke	2005 İhracat Değeri (1000\$)	2005 İhracat Miktarı (Ton)	2001-2005 Yıllık Değişim (Değer) %	2001-2005 Yıllık Değişim (Miktar) %	2001-2005 Yıllık Değişim (Değer) %	Dünya İhracatındaki Payı %
1	Almanya	831.740	229.241	22	9	6	14
2	Belçika	604.158	175.227	12	3	-3	10
3	İtalya	520.242	92.079	13	1	13	9
4	Kanada	362.621	146.965	12	6	7	6
5	İngiltere	358.221	95.065	5	-6	-2	6
6	Fransa	324.616	83.773	9	-1	0	6
7	Hollanda	261.199	96.009	11	0	-9	5
8	Polonya	235.636	85.167	40	26	29	4
9	İspanya	188.032	75.631	11	1	1	3
10	Danimarka	175.058	50.577	1	-6	-13	3
	Dünya Tahmini	5,770,251	2.214.272	14	7	6	100

Kaynak: ITC Trademap

\*Sıralama 2005 yılı ithalat değeri bazında yapılmıştır.

## Dünya Bisküvi İthalatında İlk On Ülke\*

Sıra	İhracatçı Ülke	2005 İhracat Değeri (1000\$)	2005 İhracat Miktarı (Ton)	2001-2005 Yıllık Değişim (Değer) %	2001-2005 Yıllık Değişim (Miktar) %	2001-2005 Yıllık Değişim (Değer) %	Dünya İthalatındaki Payı %
1	ABD	806.551	298.946	17	12	11	14
2	Fransa	616.848	201.024	14	4	2	11
3	Almanya	471.621	149.781	14	3	5	8
4	İngiltere	323.002	72.259	11	-7	2	6
5	Belçika	274.157	78.072	9	1	-3	5
6	İtalya	205.898	54.406	19	8	8	4
7	Hollanda	180.989	80.959	21	4	1	3
8	İspanya	174.708	48.722	19	6	6	3
9	Kanada	160.937	64.823	5	1	8	3
10	Avusturya	137.054	44.776	16	11	15	2
Dünya Tahmini		5.644.378	2.262.251	16	6	10	100

Kaynak: ITC Trademap

\*Sıralama 2005 yılı ithalat değeri bazında yapılmıştır.

## TÜRKİYE'DE BİSKÜVİ ÜRETİMİ

Kronolojik bir süreç izlenecek olursa, ülkemizde sanayi temelinde ilk kez bisküvi üretimine 1924 yılında başlanmıştır. 1932 yılında İstanbul'da iki fabrika kurulmuştur. 1941 yılında yaşanan un kıtlığı nedeniyle üretime bir süre ara verilmiştir. 1956 yılında sektörde ilk otomatik şekil verici ve dizici makine kullanılmıştır. 1960'dan sonra kentleşme ve nüfus artışı bisküvi tüketimini büyük oranda artırmıştır. 1980'lerde Konya, Kayseri ve Eskişehir civarlarında birçok küçük tesis kurulmuş, ülke ihracat yapmaya başlamıştır.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)'nin Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler konulu araştırmasına göre, ülkemizdeki bisküvi üretimi 2005 yılı tahmini verilerine göre 580 bin ton, talebi ise 420 bin olup, üretim ağırlıklı olarak Güney Doğu Anadolu, Marmara ve Orta Anadolu bölgelerinde yapılmaktadır. Bu durum, buğday un fabrikalarının bölgesel dağılımları ile büyük paralellik göstermektedir.

## Yıllara Göre Türkiye'nin Bisküvi Üretimi (Bin Ton)

YILLAR	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
ÜRETİM	473	505	463	425	420	456	475	530	550	580
TALEP	310	320	345	350	359	364	368	380	402	420

Kaynak : Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, DPT 2005

'Gerçekleşme tahmini

Bisküvi üreticisi firmalar, kapasite ve yapıları itibarıyla orta-büyük ölçekli modern kuruluşlar ile küçük ölçekli mahalli işletmeler olmak üzere genelde 2 gruba ayrılmaktadır. Modern üretim teknolojilerini kullanan birinci gruptaki firmaların imalat ağırlığını ambalajlı çeşitler oluşturmaktadır. Ülkemizin hemen her yerinde dağıtım kanalları oluşturan ve ihracatta etkili olmaya başlayan bu firmalarda 500 ila 1800 arasında personel çalışmaktadır.

İmalatta en çok kutu ile satılan dökme malların yer aldığı küçük ölçekli kuruluşlarda ise, ucuz fiyat ve düşük kalite ile çalışmakta olup, teknolojik yenileme henüz tam anlamıyla sağlanamamıştır. 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 içerisindedir.

İç piyasaya girişte kolaylık, yatırım teşvikleri ve yeni dış pazarlara ihracat yapma olanakları, son yıllarda çok sayıda girişimcinin bu sektörde faaliyete başlamasına neden olmuştur. Bugün sektörde çoğunluğu modern teknolojiye sahip ve tümü özel sektöre ait olmak üzere sayıları 50'yi aşkın fabrika faaliyet göstermektedir.

Günümüzde dışa açılma çabaları çerçevesinde ürün geliştirme çalışmalarına büyük önem veren ve bu yönde bütçelerinde pay ayıran bisküvi fabrikaları, çeşitlerini artırıp bilimsel yöntemler uygulamakta ve teknolojilerini modernleştirmektedirler.

Tahıla dayalı ürünler içerisinde en fazla katma değer yarattığı kabul edilen bisküvi sektörü, özellikle ihracata yönelik yatırımların odağı haline gelmiştir.

Bisküvi üretiminde Karaman ilinin özel bir konumu bulunmaktadır.

Yöre insanının unlu mamullerdeki geleneksel tecrübesi sayesinde önceleri imalathane bazında üretimin başlatıldığı il, bugün dünyanın çok sayıda ülkesine ihracat gerçekleştiren büyük bir sanayiye ev sahipliği yapmaktadır.

1989-90 yılları arasında Karaman'da bisküvi ve gofret üreten, toplam kapasiteleri 150-200 ton civarında sadece 3-4 tane bisküvi fabrikası varken, 6-7 yıllık bir sürede fabrika sayısı 14'e yükselmiş ve fabrikaların her biri tek başına günlük 200 ton üretim yapar duruma gelmiştir.

1994-1995 yıllarında faaliyete geçen fabrikalarla Karaman'dan bisküvi ihracatı artmaya başlamıştır. Söz konusu dönemde Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin dağılmasıyla kurulan ülkeler bisküvi için önemli bir pazar oluşturmuştur.

Karaman'da bisküvi, gofret ve çikolatalı ürünlerde yaklaşık 180 bin ton/ yıl üretim gerçekleştirilmektedir. Yıllık 1 milyon 100 bin ton bisküvi üretim kapasitesine sahip olan Karaman, Türkiye'deki bisküvi üretiminin yaklaşık 1/3'ini gerçekleştirmektedir. 80 ülkeye ihracat gerçekleştiren ilin 2005 yılı tahmini üretim rakamı 300 milyon dolardır. Yüksek kalitenin temini yönündeki titiz çalışmaları sonucunda ildeki çok sayıda üretim tesisi, uluslararası kalite standartlarını yakalamış ve ISO 9002 kalite belgesini alarak ürünlerinin kalitesini tescil ettirmişlerdir.

Bisküvi sektöründe hammadde fiyatlarında istikrarsızlık yaşanması ürünün fiyatını da etkilemektedir. 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 durdurulmaktadır.

Dünyada olduğu gibi, Türkiye'de de değişen yaşam şekline bağlı olarak insanların çalışma hayatına ve seyahate giderek daha fazla zaman ayırmaları sonucu, yemek pişirmeye ayrılan za-

manın azalması ve gelir seviyesinin artmasına bağlı olarak “ atıştırılan yiyecekler” arasında bisküvinin tüketimi, dolayısıyla üretiminde artışlar izlenmektedir.

Bisküvi, önceleri lüks bir tüketim maddesi olarak kabul edilirken, bugün artık herkesin tüketebileceği bir gıda haline gelmiştir. Ancak, ülkemizde 3-5 kg olan kişi başına bisküvi tüketiminin, Avrupa’da 13-15 kg olduğu dikkate alındığında, iç piyasada tüketicinin taleplerine ulaşmanın ya da bisküviye bir ihtiyaç yaratmanın da önemi ortaya çıkmaktadır.

Nitekim, hedef tüketicilerin taleplerinin karşılanmasına yönelik olarak, şeker hastaları için diyet bisküvileri, çocuklar için mama bisküvileri, özel kahvaltılık bisküviler, besleyici ve zayıflatıcı özellikte kepekli, yulafli veya çavdarlı bisküviler gibi, üretimde çok değişik çeşitlemeye gidilmektedir.

## **TÜRKİYE’NİN BİSKÜVİ DIŞ TİCARETİ**

1974 yılında Kıbrıs’a yapılan çok sembolik düzeydeki ihracat dikkate alınmadığında, ilk önemli bisküvi ihracatının 1980 yılında yapıldığı, ancak miktarın sadece 2.700 ton olduğu ortaya çıkmaktadır. Özellikle Rusya ve Orta Asya Cumhuriyetleri’nin hedef pazar olarak seçildiği 1997 yılında ihracat 182 bin tona çıkmıştır. 1998 yılında yaşanan global ekonomik kriz Türkiye’de üretilen bisküviye yurt dışı talebi düşürmüş, sonuçta yurt içi üretim ve ihracat da gerilemiştir. Ayrıca Türk Mahsulleri Ofisi (TMO)’nin, sektörün en önemli hammaddesi olan buğdayda dünya fiyatlarının üzerinde bir fiyat belirlemesi, bunun da maliyetleri artırması, üretimde düşüslere neden olmuştur.

Yeni pazar arayışlarına giren bisküvi ihracatçıları, Afrika ülkelerine yönelmişlerdir. Bulgaristan ve diğer Balkan ülkeleri de bisküvi sektöründeki krizi aşmada yeni bir pazar olarak öne çıkmışlardır.

Özellikle Bulgaristan, bisküvi ihracatımızda bölgenin dağıtım kanalı durumuna gelmiştir. Bu sonuca ulaşmada, Türk bisküvi sektörünün bu piyasa için uyguladığı cazip fiyat, kaliteli ürün ve istikrarlı bir pazarlama stratejisi etkili olmuştur. Sektör, içinde bulunduğu sıkıntıyı aşmak amacıyla düşük kar marjlarıyla ihracata başladığı Senegal’e yönelik ihracatını da artırmıştır. Türklerin yoğun olarak yaşadığı ve bisküvi ihracatımızda geleneksel pazar konumunda bulunan Almanya’ya yapılan ihracat da 1998-2002 yılları arasında 3 kat artış göstermiştir.

Özellikle Bağımsız Devletler Topluluğu ve Doğu Avrupa ülkelerine olmak üzere, 1990 yılından itibaren bisküvi ihracatımızda hızlı bir artış izlenmiştir.

Bisküvi, unlu mamuller sektörü içinde 2005 yılı itibariyle en çok ihracat yapılan 3.alt sektör konumunda olmuştur. Bu yılda bisküvi ihracatımızdaki en önemli grubu % 59,2’lik payı ile “tatlı bisküviler” meydana getirmiştir.

2005 yılında % 15,1’lik payı ile Irak, tatlı bisküviler grubunda en fazla ihracat yaptığımız ülke olmuştur. Aynı yıl Suudi Arabistan, Almanya, Arnavutluk ve KKTC’nin ihracatımızdan aldıkları payların toplamı ise % 34,5’e ulaşmıştır.

Türkiye’nin bisküvi ihraç pazarlari aşağıda yer almaktadır:

Fransa, Hollanda, Almanya, İtalya, İngiltere, Danimarka, Yunanistan, İspanya, Belçika, Norveç, İsveç, Finlandiya, Avusturya, İsviçre, Malta, Estonya, Letonya, Litvanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovak Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya, Bulgaristan, Arnavutluk, Ukrayna, Moldova,

**Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Bisküvi ihracatı  
(Miktar: Kg, Değer: ABD Doları)**

MADDE	2005		2006	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (ABD\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (ABD \$)
TATLI BİSKÜVİLER (GTIP N0:190531)	75.750.610	85.688.602	76.403.748	90.526.544
BİSKÜVİLER (GTIP N0:19059045)	42.454.128	58.045.590	43.577.670	63.734.011
TOPLAM	118.204.738	143.734.192	119.981.418	154.260.5551

Kaynak: DTM Ebim Kayıtları

**Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Bisküviler (GTIP N0:19059045)  
İhracatında ilk On Ülke\* (Miktar. Kg, Değer: ABD Doları)**

ÜLKE	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
	2005	2005	2006	2006
1 IRAK	3.564.874	4.705.627	5.473.429	6.682.394
2 ALMANYA	5.068.053	5.914.408	4.682.663	6.658.597
3 SUUDİ ARABİSTAN	3.699.520	4.552.997	3.334.862	5.319.905
4 ARNAVUTLUK	2.394.720	3.609.536	2.911.108	4.428.062
5 YEMEN	1.862.454	2.833.440	2.638.332	4.346.291
6 SENEGAL	2.298.721	3.692.448	2.370.211	4.127.815
7 LÜBNAN	1.875.313	1.835.454	2.190.026	3.026.075
8 BULGARİSTAN	2.197.502	3.126.778	1.892.817	2.707.061
9 MAKEDONYA	2.747.431	2.945.114	2.104.440	2.281.116
10 FİLİSTİN (GAZZE)	1.313.216	2.500.710	1.094.751	1.916.268
DİĞER	15.432.324	22.329.078	14.885.031	22.240.427
TOPLAM	42.454.128	58.045.590	43.577.670	63.734.011

Kaynak: DTM Ebim Kayıtları

\* Sıralama 2006 yılı itibariyle ve değer bazında yapılmıştır

Rusya, Gürcistan, Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan, Tacikistan, Kirgizistan, Slovenya, Hırvatistan, Bosna-Hersek, Yugoslavya, Makedonya, Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Sudan, Moritanya, Mali, Burkina Faso, Kape Verde, Senegal, Gambia, Sierra Leone, Liberya, Fildişi, Gana, Togo, Benin, Kamerun, Ekvator Ginesi, Kongo, Angola, Eritre, Kenya, Tanzanya, Mozambik, Madagaskar, Mauritius, Mayotte, Güney Afrika, ABD, Kanada, Meksika, Honduras, Kosta Rika, Panama, Haiti, Dominik Cumhuriyeti, Jamaika, Barbados, Trinidad ve Toba, Kolombiya, Guyana, Surinam, Ekvator, K.K.Türk Cumhuriyeti, Lübnan, Irak, İran, İsrail, Filistin, Ürdün, S.Arabistan, Kuveyt, Bahreyn, Katar, B.A.E, Umman, Yemen, Afganistan, Pakistan,

Hindistan, Maldiv, Nepal, Tayland, Malezya, Mogolistan, Çin, G.Kore, Tayvan, Avustralya, Yeni Zelanda, Fr.Polinezya.

“Tatlı bisküviler” grubunda 2004-2005 yılları itibariyle ihracat artışında en fazla dikkati çeken ülkeler G.Kore, Jamaika, Pakistan, Mogolistan, Haiti, Togo ve Kenya olmuştur.

Türkiye'nin 2005 yılında ihracatı bir önceki yıla göre değer bazında % 14,2 artarak 57,8 milyon dolar olmuştur. Bu yılda en çok ihracat ise Almanya, Irak ve Suudi Arabistan'a yapılmıştır.

Türkiye, 2005 yılında tatlı bisküvi olarak 811.848 kg ve 1.282.231 dolarlık, ithalat yapmıştır.

## **BİSKÜVİ SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR**

■ Türkiye'de bisküvi üretimi yapan büyük ve modern işletmeler karşısında orta ve özellikle küçük kapasiteli işletmelerin önemli teknolojik sorunları bulunmaktadır.

■ Sektör, ambalaj sanayindeki sorunlardan ve üründeki fiyat artışlarından etkilenmektedir.

■ Bisküvi üretiminde temel girdiler olan un, yağ ve şeker fiyatları dünya fiyatlarının üzerindedir. Hammadde ithali sırasında yapılan analizlerde gecikmelerle karşılaşmaktadır. Gümrüklerde depolama ve demoraj ücretleri maliyetlerin artmasına neden olmaktadır. Ayrıca, her ne kadar ülkemizde bisküvi sanayi için uygun bugday yetiştirilmekte ise de, kalitede istikrarın sağlanmasında ve standart yönünden de sıkıntılar yaşanmaktadır.

■ Katkı maddelerinin temininde dışa bağımlılık söz konusudur. İthalat esnasında malların gümrükten hızlı bir şekilde çekilememesi, hem finansman maliyetini artırmakta, hem de raf ömrü hassas olan bu maddelerin bozulmasına yol açmaktadır.

■ Bisküvi üretiminde kullanılan makinelerin çoğu ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Her ne kadar dünya örneklerinde rastlanan tam otomatik, elektronik, robotlu ve uzaktan kumandalı fabrikalar henüz sektörde yoksa da, modern kuruluşlar kullandıkları dünya ölçeğindeki teknoloji için yatırım, dolayısıyla finansmana ihtiyaç duymaktadırlar.

■ Bisküvi üretim tesislerinin kurulma maliyeti, üretimde kullanılan fırının kapasitesine bağlı olarak değişmektedir. Emek yoğun bir sektör olan bisküvi sektöründe atıl kapasite, hem üretim hem de istihdam kaybına yol açmaktadır. Bu durumun önüne geçmek üzere ihracatın artırılması yolunda karşılaşılan sorunlar asgariye indirilmelidir.

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

■ Birçok sanayi dalında olduğu gibi bisküvi sektörü için de yetişmiş eleman temininde güçlük çekilmektedir. Üniversite - sanayi işbirliği yeterli değildir.

■ Şirketler, gerek kuruluş gerekse gelişme ve yenilik aşamasında önemli finansal zorluklarla karşılaşmaktadırlar.

■ Bisküvi sanayimiz, ülkedeki siyasi ve ekonomik gelişmelerden de etkilenmektedir.

■ Ülkemizde kredi maliyetlerinin yüksekliği, enflasyon ve döviz kurlarındaki hareketlilik bu sanayi dalında darboğaz oluşturmaktadır.

■ İhracatta, özellikle bisküvinin asil tüketicisi konumundaki, rekabetin yoğun ve tüketici bilincinin fazla olduğu Batı ülkeleri başta olmak üzere, tüketicinin farklı damak zevkine ulaşmak amacıyla dış pazarlardaki beslenme kültürünün ve alışkanlıklarının ortaya konması, ürün amba-



lajının kaliteli olması, üründe çeşitlilik sağlanması, ayrıca marka ve tutundurma faaliyetleri için AR-GE çalışmalarına ve pazarlama stratejilerine bütçe ayrılması gerekmektedir. İç piyasada da, yeniliğe açık, farklı tatları denemeye hazır genç nesil yanında, farklı tüketici grupları için yeni ürünlerin araştırılması da ihmal edilmemelidir.

\* Düşük kar marjı ile çalışmayı tercih ederek düşük fiyattan ihracat yapan firmalar, sektörün geleceğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, üreticilerin bir örgüt altında birleşmeleri, sektör için rasyonel politika ve stratejiler belirlenmesi mevcut sorunların çözümü için gerekli olmaktadır.