

Buğdayın insan gıdası olarak kullanımında makarna, ekmekten sonra ikinci sırada yer almaktadır. Yaklaşık 550 milyon ton olan dünya buğday üretiminin 28 milyon tonu durum buğdayıdır. Makarnalık buğdaylar, dünyada belli bölgelerde yetiştirilen ve ekmeklik buğdaya göre daha yüksek fiyatla alıcı bulan değerli buğdaylardır. Dünya durum buğdayı üretiminin % 20'si Türkiye'nin de içinde bulunduğu yakın doğu Asya ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir.

Durum buğdayı soğuk ve yarı kurak iklimlerde ve Ayrıca Akdeniz ülkelerinde yetiştirilmektedir. Türkiye Tr.durum buğdayının önemli gen merkezlerinden biridir. Durum buğdayı yetiştiren en önemli ülkeler sırasıyla A.B., Kanada, İtalya, A.B.D., Türkiye ve Suriye'dir.

Türkiye, makarna üretiminin temel hammaddesi olan durum buğdayı üretiminde de dünyanın en önemli üretici ülkeleri arasında yer almaktadır ve aynı zamanda durum buğdayının gen merkezlerinden birisidir. Üretim özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi ile Orta Anadolu Bölgelerinde ve bir miktar da Ege Bölgesinde (Denizli-Manisa) yapılmaktadır. Ancak Türkiye de üretilen durum buğdayı miktar olarak makarna fabrikalarının ihtiyaçlarını karşılamaya yeterli olmakla birlikte kalite açısından yetersizdir.

1970'li yıllarda durum buğdayı ekim alanlarının buğday ekim alanları içindeki payı Güneydoğu'da %70, Trakya'da %60, Orta Anadolu'da %50 ve Ege-Akdeniz'de %25 iken bugün bu oran Türkiye genelinde %8-10' lar seviyesine inmiştir. Üretimde karşılaşılan bu düşüşün en önemli nedeni uygulanan destekleme politikaları ile ekim alanlarının yüksek verimli ekmeklik buğday çeşitleri tarafından ele geçirilmesidir.

Halen 3 milyon ton olan durum buğdayı üretiminin %30-40'ı irmik ve makarna sektörü tarafından değerlendirilmektedir.

## **Makarna Üretimi**

Dünyada makarna ürünlerine olan genel talep istikrarlı bir artış içinde olmasına rağmen ülkemizdeki makarna tüketimi beklenen düzeye ulaşmamış olup, ayrıca, bölgesel farklılıklarda göstermektedir. Bu arada ülkemizde makarna kültüründe henüz gerçek anlamda gelişmemiş olması da tüketimde beklenen artışların yaşanmasını engellemektedir.

Dünya makarna üretimi 10,5 milyon ton'dur. Makarna üretimi birkaç ülkede yoğunlaşmıştır. İtalya 3.121.598 ton ve % 29 pay ile dünyanın en büyük üreticisidir. İtalya yı %11 ile A.B.D., %9 ile Brezilya ve % 8 ile Rusya Federasyonu izlemektedir. Türkiye, dünya makarna üretiminde 5.nci sırada olup, üretimdeki payı % 5,3 dür.

Üretimde ilk sıralarda yer alan ülkelere İtalya, A.B.D. ve Türkiye ihracata dönük üretim yaparken, diğer ülkeler genelde kendi piyasa taleplerini karşılamaktadırlar. A.B. ülkeleri, dünya üretiminin % 39,5 üne sahiptir.

Son yıllarda özellikle Çin, Japonya, G.Kore ve Hindistan gibi Asya Pasifik ülkeleri makarna üretimlerini, yoğun yurt içi ve bölgesel talepleri karşılamak üzere arttırma yönünde çalışmalar yapmaktadır. 2001 yılında 9.3 milyon ton olan makarna üretimi 2003 yılında görüldüğü üzere 10.446 bin tona ve 2005 yılında da 10.654 bin tona çıkmıştır. Dolayısıyla dünyada makarnaya olan talep artmaktadır.

Türkiye'de makarna üretimi Cumhuriyet Döneminde başlamıştır. Önceleri tamamı ev yapımı olarak " ERİŞTE " adı altında tüketilen makarnanın sanayi olarak Türkiye' ye giriş tarihi 1922 yılıdır.

İlk makarna tesisi İzmir - Bayraklı' da kurulmuş olup, Türkiye' de üretim 1950'lere kadar küçük kapasiteli tesislerde yapılmıştır.

1960 yılından sonra memleketimizdeki makarna fabrikası sayısı ve üretim kapasitesinde artışlar olmuştur.

1962 yılında 33.000 ton/yıl ton olan kurulu kapasite, 1970'li yıllarda büyük fabrikaların açılmaya başlamasıyla 100 bin ton/yıla, 1980 yılında 250 bin ton/yıla ve yeni fabrikaların kurulmasıyla birlikte diğer fabrikaların da kurulu kapasitelerini arttırmaları sonucu 1993 yılında 530 bin ton/yıl, 1995 yılında 593 bin ton/yıl, 1997 yılında da 710 bin ton/yıla, 1998'de 818 bin ton/yıla yükselmiştir. 2005 yılı sonu itibariyle kurulu kapasite 1 milyon ton / yılı aşmış bulunmaktadır. (Tablo.4)

Sektördeki mevcut üretim tesisleri coğrafi olarak makarnalık (durum) buğdayının yetişme alanları olan Orta Anadolu, Güneydoğu Anadolu, ve Batı Anadolu' da yoğunlaşmaktadır.

Gaziantep ili önemli üretim bölgesidir. Türkiye' de mevcut üretim kapasitesinin % 39'u burada bulunmaktadır. Diğer önemli üretim bölgesi ise toplam üretim kapasitesinin % 43'ünü gerçekleştiren Orta Anadolu bölgesidir. Ege bölgesinin toplam üretimdeki payı da % 18 dir.

Sektörde dış pazarlarda pay sahibi olan entegre tesislerin yanı sıra, mahalli özellik arz eden tesislerle birlikte 25 fabrika bulunmaktadır. Halen 22 fabrika faal olarak çalışmaktadır. 1995 yılında sektörde 2500 kişi çalışırken, 1997 yılında kurulu kapasitenin artmasının yanı sıra ihracatın en yüksek olduğu ve dolayısıyla üretimin de en yüksek seviyeye çıkmasıyla çalışan sayısı 3200 e yükselmiş ancak 1999 ve 2000 yıllarında yaşanan ekonomik kriz sonucunda bu sayı 2000 lere kadar inmiş olup halen sektörde 3000 kişi istihdam edilmektedir. Bunun %10'u yüksek okul mezunudur.

Türk makarna fabrikaları teknolojik olarak İtalyan üreticilerle rekabet edebilecek düzeydedir. Özellikle dış pazarlarda pay sahibi olan üreticimiz oldukça modern 2000'li yılların teknolojisine sahip bilgisayar destekli entegre tesislere sahiptirler.

Türkiye'deki tüm makarna fabrikaları üretimleri için gerekli olan irmiği kendileri üretmektedir. Oysa bu durum Avrupa ve A.B.D. üreticilerinde fazlaca yaygın olmayan bir sistem olup, Türk üreticilerine öncelikle düşük maliyet, standardizasyon, araştırma-geliştirme ve yüksek kalite gibi avantajlar sağlamaktadır.

Ülkemizde makarna üretimi yıllar itibariyle artış göstermekle birlikte son yıllarda iç ve dış talep gelişmeleri sonucu dalgalı bir seyir izlemektedir. Üretimi belirleyen unsurların başında sert durum buğdayının rekoltesi gelmekte ve rekoltenin düşük olduğu yıllarda ise üretim artışı yavaşlamaktadır.

1990 lı yıllara kadar talep üretim artışına paralel bir seyir izlerken bu yıldan sonra ihracat artışına bağlı olarak üretim yurt içi talepten daha fazla artmıştır.

1985 yılında 217 bin ton olan makarna üretimi 1990 yılında %35,9 oranında artarak 295 bin tona, 1995 yılında ise %39,3 artışla 411 bin tona ulaşmıştır.

1997 yılında,iç pazarda süper marketlerdeki hızlı gelişim ve perakende gıda ticaretindeki payların artması, sektörel reklam ve tanıtım faaliyetlerinin başarılı geçmesi, yeni yatırımların devreye girmesi ve en önemlisi ihracatın 136 bin tona ulaşması sonucu üretim 455 bin tona ulaşmıştır.

1998 ve 1999 yıllarında dünyada yaşanan global kriz ve Rusya krizine bağlı olarak sektörde faaliyet gösteren firmalar özellikle Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinde büyük pazar kaybına uğramış, ihracattaki azalışa bağlı olarak, üretim bir önceki yıla göre 31 bin ton azalırken, ihracattaki azalma 42 bin ton olmuştur. Dolayısıyla 1998 yılında da talepteki artış devam etmiştir.

1999 yılında iç talepteki artış devam etmiş ancak 2000 yılının Kasım ayından sonra Türkiye’de yaşanan ekonomik kriz ve bu krizin 2001 yılında da devam etmesi aşırı rekabet içinde ve zor durumda bulunan sektörü olumsuz yönde etkilemiş ve iç talep daralmıştır. 2000 krizi ile birlikte bazı firmalar üretime ara vermek durumunda kalmışlardır. Bir kısmında kapasite kullanım oranları %25'lere kadar düşmüştür.

Firmalar daralan talep karşısında yurt içi talebi canlandırmak için artan maliyetlerine rağmen fiyat seviyesini aynı tutmaya çalışmış, ayrıca TL'nin aşırı değer kaybı sonucu ihracat faaliyetlerine önem vererek ihracatlarını artırmışlardır.

Nitekim 2003 yılında üretimde bir önceki yıla nazaran %10.3, 2004 yılında %17 ve 2005 yılında % 11 ve 2006 yılında da % 18 artış olmuştur. Sektörün 2005 ve 2006 yılları ihracatı bu tarihlere kadar gerçekleşmiş en yüksek rekor seviyeleridir.

### **Sektörde Kapasite Kullanım Oranları**

Kapasite kullanım oranı düşük olan makarna sektörü iç ve dış talebi karşılayacak düzeyde bulunmaktadır. 2003 yılı itibariyle toplam kapasite yıllık 1 milyon tonu aşmıştır. Üretim kapasitesindeki artışla talepteki artış aynı paralelde gerçekleşmediğinden kapasite kullanım oranları sürekli düşmüştür. 1993 yılında %72 olan kapasite kullanım oranı 1995 yılında %69'a, 1997 yılında %65'e inmiş ve 2000 yılında %41 gibi en düşük seviyeye ulaşmıştır. Ancak 2002 ve 2003 yıllarında sektör kendini toparlamaya başlamış olup özellikle 2004 ve 2005 yıllarında ihracatta yakalanan başarılı çizginin 2006 yılında da devam etmesi ve iç piyasanın da canlanmasıyla kapasite kullanım oranı %60 lar seviyesine çıkmıştır.

### **Makarna Tüketimi**

Dünya da kişi başı makarna tüketiminde 28 kg. ile İtalya ilk sırada yer almaktadır. İtalya yı 13 kg. ile Venezuela ve 11.7 kg. ile Tunus izlemektedir (Tablo.9). Türkiye'nin kişi başına makarna tüketimi 1962 yılında 1.2 iken,1978 yılında 3.9 a, 90 lı yılların başında 4.3 kg. a yükselmiş olup sürekli artış göstererek 2006 yılında fert başına yıllık tüketim 5.8 kg. a yükselmiştir.Burada sektörün hedefi fert başına tüketimi başlangıçta yıllık 8 kg. a çıkarmaktır.

## Dünyada Fert başına Makarna Tüketimi (Kg/Kişi Yıl)

İtalya	26	Bolivya	4.8
Venezuela	12.9	Hollanda	4.4
Tunus	11.7	Litvanya	4.4
Yunanistan	10.4	Letonya	4.1
İsviçre	9.7	Dominik Cumh.	4.0
A.B.D.	9.0	Avusturalya	4.0
İsveç	9.0	İsrail	4.0
Fransa	8.3	Kostarika	3.8
Şili	8.2	Panama	3.8
Peru	7.5	Finlandiya	3.2
Almanya	7.4	Kolombiya	3.0
Arjantin	7.2	Polonya	3.0
Brezilya	6.7	Romanya	2.7
Portekiz	6.7	Meksika	2.7
Macaristan	6.5	Ekvator	2.6
Kanada	6.5	İngiltere	2.5
Çek Cumh.	6.0	Guatemala	2.0
Rusya	6.0	Danimarka	2.0
Türkiye	6.0	Libya	2.0
Avusturya	5.6	Japonya	1.7
Belçika-Lüksemburg	5.4	Mısır	1.2
Estonya	5.3	İrlanda	1.0
İspanya	5.0	El Salvador	1.0
Slovak Cum.	5.0		

Kaynak: U.N.I.P. 2008

## MAKARNA DIŞ TİCARETİ

Dış ticarete ürün tanımlarının ülkeden ülkeye farklılık göstermesinin önlenmesi amacıyla ortak bir ürün sistemi oluşturulmuştur. Türkiye de 01.01.1989 tarihinden itibaren yürürlüğe giren “Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi Uluslararası Sözleşmesi”nde yer alan Armonize Sistem Nomanklatürü’ne göre makarna Gümrük Giriş Tarife Cetvelinde 1902 pozisyonunda yer almaktadır (Uluslararası Standart Ticari Sınıflandırmasında ise SITC 0483’ te yer almaktadır).

### Makarna İhracatı :

Birleşmiş Milletler verilerine göre dünya makarna ihracatı 2005 yılında 3,7 milyar \$ değerinde gerçekleşmiştir. İtalya 1,6 milyar \$ ve %43 pay ile en büyük ihracatçı konumundadır. İtalya’yı Çin, Belçika, Güney Kore, ABD, Kanada, Fransa ve Almanya izlemiştir. 1995 yılında %3 pay ile dünyanın üçüncü makarna ihracatçısı olan Türkiye, 2004 yılında 14. sıraya gerileyerek pazar payı %1,3 olmuştur.

1996 – 1997 yıllarında ihracatta ikinci sırada yer alan Türkiye, 2000 yılında 22. sıraya gerilemiş, pazar payı ise %0,5 olmuştur. Türkiye 2003 yılında başlayan, 2004 yılında devam eden ve 2005 yılında gerçekleştirdiği ihracat artışı sonucu tekrar ikinci sıradaki yerine ulaşmıştır.

Dünyanın en büyük makarna ihracatçısı olan İtalya'da makarna tüketimi istikrarlı bir seyir izlemektedir. Birçok ürün makarna ile rekabet etmektedir. Bunlar arasında bulunan dondurulmuş gıdaların tüketimi giderek artmaktadır. Bir ailenin makarna tüketimi yılda 46 kg'ı aşmakta, tüketim miktarı ailenin gelir seviyesine göre değişmektedir. Düşük gelirli ailelerde tüketim 69 kg iken yüksek gelirli ailelerde 25,7 kg'dır. Gelecekte makarna tüketiminin ne olacağı konusunda tahmin yapmak oldukça güçtür. Buna karşın, ucuz makarna ürünlerinin payı artış göstermesine rağmen değer bazında makarna pazarının büyüyeceği tahmin edilmektedir. Promosyon, toplam pazar değerinin %23'ü kadardır.

İtalyan makarna piyasasında birçok firma faaliyet göstermektedir. Barilla, piyasanın 1/3'üne sahipken, De Cecco, Agnesi, Divella, Voiello, La Molisa gibi rakiplerinin her birinin pazar payı %6'nın altındadır. Ancak bazı bölgelerde yerel firmalar piyasanın büyük kısmına sahiptir. Perakendecilerin sahip olduğu kendilerine ait markaların payı %11'e ulaşmıştır.

ABD ve AB arasında AB'den ABD'ye makarna ihracatı konusunda 1987 yılında imzalanan bir anlaşma bulunmaktadır. Söz konusu anlaşmada AB'den ABD'ye yapılan ihracatlarda ihracat iadelerinin azaltılması maddesi konulmuş olup, ilk başta %27,5 oranında bir düşüş öngörülmüştür. Dahilde İşleme Desteği'ne (IPR) makarna ihracatında izin verilmektedir. IPR çerçevesinde, topluluk üreticilerine dünya fiyatlarından durum buğdayı temini garanti edilmektedir. IPR kapsamındaki makarna ihracatı, ihracat iadesine tabi değildir. İki taraf da AB'nin ABD'ye makarna ihracatını hem IPR hem de ihracat iadesi kapsamında takip etmekle yükümlüdür. AB, Ağustos-Ocak ve Şubat-Temmuz olmak üzere altı aylık periyodlarla her periyot bitiminden 45 gün içinde makarna ihracatına ait rapor sunmakla yükümlüdür. AB'nin IPR kapsamındaki makarna ihracatı her altı ay için belirlenen oranın altında kalırsa ihracat iadesindeki indirim oranı artırılacaktır. Eğer ihracat miktarı anlaşmanın üzerinde gerçekleşirse bu defa ihracat iadesi oranındaki düşüş azaltılacaktır.

Anlaşma süresince AB'nin ABD'ye makarna ihracatına yeni bir teşvik uygulaması yasaklanmıştır. Bu kural ihlal edilirse ABD'nin yeni anlaşma yapma veya anlaşmayı feshetme hakkı bulunmaktadır.

Birçok makarna üreticisi pazarın durumundan memnun değildir. Bunun başlıca nedenleri; fiyatlardaki düşüş, rakiplerin giderek daha saldırgan hale gelmesi, üretim kapasitelerindeki artışın devam etmesi ve ihracatın önündeki engellerdir.

Latin Amerika ülkelerinde makarnanın önemi giderek artmaktadır. Söz konusu ülkelerdeki makarna fabrikaları durum buğdayından çok yumuşak buğdaylardan makarna üretimi yapmaktadır. Ancak Brezilya hariç bu ülkelerdeki tüketicilerin büyük kısmı %100 durum buğdayından üretilen makarnaları tercih etmektedir. Brezilya makarna üretiminin hemen hemen tamamı yumuşak buğdaylardan üretilmektedir. Ancak bu ülkede durum buğdayından üretilen makarnalara olan talep giderek artmaktadır. Ülke 170 milyon nüfusu ile potansiyel bir pazar konumundadır.

Türkiye'de makarna ihracatı ilk kez 1970 yılında 13 ton ile başlamış ve sonraki yıllarda sürekli artış kaydedilmiştir. 1990' lı yılların başında ihracat hız kazanmış, özellikle 1994 yılında itibaren süratle artarak 1997 yılında 136 bin tona ulaşmıştır. Türkiye bu yıllardaki ihracatıyla dünya ticaretinde ihracatta İtalya'dan sonra ikinci sırayı almıştır.

Bilindiği üzere uluslar arası pazarlarda rakip ülkelerin ekonomik ve siyasi güçlerini kullanarak avantajlı bir konumda ihracat yapabildikleri bir gerçektir. Bu çerçevede İtalya, Fransa, İspanya ve Yunanistan gibi AB üyesi makarna ihracatçıları bu pazarlarda kotasız ihracat yapabilirken maalesef ülkemiz değer kotasıyla sınırlandırılmıştır.

Avrupa Birliği ile Türkiye arasında imzalanan ve 1.1.1996 tarihinden itibaren uygulamaya giren Gümrük Birliği Anlaşmasıyla başlangıçta Türkiye'nin AB'ye yapacağı makarna ihracatında ton başına 74,6 ECU, buna karşılık AB'nin Türkiye'ye yapacağı makarna ihracatında da tonda 106,7 ECU'lük tarım payı adı altında bir vergi uygulaması öngörülmüşken, AB GATT'taki haklarını öne sürerek Türk makarna ürünlerine uygulanan vergi miktarlarını 360 ECU/ton'a çıkarmıştır. Bu karar üzerine Avrupa Birliği'ne yapılan makarna ihracatı durmuştur. Derneğimizin talebi üzerine Dış Ticaret Müsteşarlığı Topluluk nezdinde yaptığı çeşitli girişimler sonucunda, Topluluğun istediği bazı tavizleri de vererek 29 Nisan 1997 tarihinde Türkiye - Avrupa Birliği Ortaklık Konseyi 38. Dönem toplantısında tarım payı olarak alınan verginin ithalat ve ihracatta karşılıklı olarak ton başına 106,7 ECU olmasına ve makarna ticaretinin de yıllık 2.5 milyon ECU'lük bir değer kotası dahilinde yapılmasını 1.11.1996 tarihinden geçerli olacak şekilde karara bağlamıştır. Bu uygulama bugüne kadar her yıl tekrarlanmaktadır.

1992 yılında AB'ya yaptığımız makarna ihracatı 7.800 ton, 1993'te 7.978 ton, 1994 yılında 10.762 ton iken 1996 yılında 2.300 tona gerilemiştir.

Geçen süre içerisinde ihracatımız tekrar yavaş yavaş yükselmeye başlamış ve 2003 yılında 6.107 tonla değer kotası sınırına ulaşmıştır. Uygulanmakta olan değer kotası nedeniyle AB'den gelen büyük tonajlı taleplere olumlu yanıt verilememektedir. DTM nezdinde yaptığımız vergilerin karşılıklı sıfırlanması ve değer kotasının kaldırılması talebimiz yetkililer tarafından AB'ye iletilmiş olup bu konudaki cevap beklenmektedir. AB ülkeleri makarnada en büyük pazar konumundadır. Zira yıllık tüketim 2003 yılı itibariyle 3 milyon tonun üzerine çıkmış olup yıllık 800 bin ton ithalat yapmaktadır. Buradan da görüleceği üzere değer kotasının ve tarım payı adı altında alınan vergilerin karşılıklı sıfırlanması durumunda AB sektörümüz için çok büyük bir pazar olacaktır.

Türk makarna sektörü için oldukça önemli bir pazar olan A.B.D.'ye 50 bin ton seviyelerinde makarna ihracatı yapılırken A.B.D.'nin İtalya ve Türk makarnaları için başlattığı anti-damping soruşturması sonucu %48-63 oranlarında anti-damping ve %9-16 oranlarında telafi edici vergileri Türk makarnaları için uygulamaya başlamıştır. Bu yüksek vergiler karşısında A.B.D.'ye yapılan ihracat 1996 yılı sonrasında durma noktasına gelmiştir.

1998 ve 1999 yıllarında bazı üretici firmalar A.B.D. Ticaret Bakanlığı'na müracaat ederek bu vergilerin kaldırılması talebinde bulunmuşlar ve yapılan inceleme sonucunda dört firmanın talebi haklı görülerek anti-damping ve telafi edici vergiler indirilmiştir. Bu olumlu gelişmelere karşın kısa sürede kaybedilen A.B.D. pazarında yeniden yer edinip ihracatı eski seviyelere çıkarmak zor görünmektedir. Nitekim bu ülkeye 2000 yılında ihracatımız 1.1193 ton, 2001'de 2.093 ton, 2002'de 3.270 ton ve 2003 yılında da 3.847 tona 2005 yılında da 4.038 tona ulaşmıştır.

1998 yılında meydana gelen ekonomik krize kadar Rusya ve BDT sektörümüz ihracatında çok önemli bir paya sahipti. Özellikle AB 'de ve A.B.D.'de karşılaştığımız sorunlar sonucunda ihracatımız hemen tamamen bu ülkelere yönelmişti. Nitekim sektörümüz ihracatında rekor düzeye ulaştığımız 1997 yılında yapmış olduğumuz 136 bin tonluk makarna ihracatının 122 bin tonu (%90'ı) Rusya ve BDT' ye yapılmıştı. Krizle beraber 1998 yılında 76 bin tona, 1999 yılında 6.000 tona ve 2.000 yılında da 1.600 tona düşmüştür. Bu düşüş devam etmiş ve 2003 yılında 85 ton olarak gerçekleşmiştir. Bu düşüşün önemli nedenlerinden biri de Rusya Federasyonu'nun makarna sektörüne yeni yatırımlar yaparak üretim kapasitesini süratle artırması ve kendi kendine yeterli duruma gelmesidir.

Tek pazara yönelmenin sıkıntısını ve zararını gören makarna sektörü yaşadığı bu olumsuzluklar sonucunda yeni pazar arayışlarına yönelmiştir. 2001 yılından itibaren sektör yeni pazarlar aramaya başlamış, bu yoğun sonucu olarak 2001 yılı ihracatımız 36 bin ton olarak gerçekleşmiş ve Gürcistan, Lübnan, Japonya gibi yeni pazarlara ihracata yapmıştır.

Yakaladığı yükselme eğilimi ile ihracatına devam eden sektörümüz, Dubai, Azerbaycan, BEA gibi Asya ülkeleri yanısıra birçok Afrika ülkesine de ihracat yapmaya başlamış, 2002 yılında 49 bin ton, 2003 yılında da 68 bin ton makarna ihracatı yapmıştır.2004 yılında 126 bin ton u bulan makarna ihracatımızın 2005 yılında 164.413 ton ile en yüksek ihracat rakamına ulaşılmıştır. 2006 yılında da ihracatımızın 200 bin tonu aşması beklenmektedir.

### İhracat yaptığımız başlıca ülkeler

<b>Son 7 yılda en fazla ihracat yaptığımız ilk 5 ülke</b>				
<b>Yıllar</b>	<b>Sıra</b>	<b>Ülke</b>	<b>Miktar(ton)</b>	<b>Değer(\$)</b>
<b>2008</b>	<b>1</b>	BAE	16.267	15.552.094
	<b>2</b>	Irak	13.182	12.632.750
	<b>3</b>	Benin	11.282	11.725.818
	<b>4</b>	Japonya	9.546	11.642.532
	<b>5</b>	Togo	10.561	10.147.354
<b>2007</b>	<b>1</b>	BAE	20.070	11.387.544
	<b>2</b>	Irak	19.270	10.657.522
	<b>3</b>	Cibuti	10.320	6.268.394
	<b>4</b>	Togo	9.280	5.592.618
	<b>5</b>	İsrail	9.013	5.485.868
<b>2006</b>	<b>1</b>	BAE	33.437	13.608.576
	<b>2</b>	Irak	18.236	7.546.607
	<b>3</b>	Cibuti	12.250	5.243.844
	<b>4</b>	İsrail	9.721	4.034.913
	<b>5</b>	Togo	9.714	4.125.254
<b>2005</b>	<b>1</b>	BAE	22.537	8.385.635
	<b>2</b>	Irak	14.256	5.458.080
	<b>3</b>	Cibuti	9.320	3.678.134
	<b>4</b>	İsrail	8.295	3.361.258
	<b>5</b>	Azerbaycan	6.688	2.814.162

## **Makarna İthalatı:**

Birleşmiş Milletler'in verilerine göre; 3,3 milyar \$ olan 2005 yılı dünya makarna ithalatının %50'si AB ülkelerine aittir. Ülkeler bazında ise 553 milyon \$ ve %16,7 pay ile ABD ilk sırada yer almıştır. ABD'yi %13,5 ile Almanya, %10,6 Fransa, %10 ile İngiltere, %8,6 ile Japonya ve %5,8 ile Kanada izlemiştir.

### **A.B.D. :**

A.B.D. makarna sanayi ticari üretime 1800'lü yılların ortalarında başlamıştır.1950 yıllarında yaklaşık 450 küçük ölçekli fabrika üretim yapmaktaydı. Ancak 1970'li yıllarda büyük firmalar bölgesel çapta üretim yapmaya başlamıştır. Şu anda 30 adet büyük ölçekli firma üretim yapmaktadır. Birkaç büyük firma piyasanın %80'ine sahiptir.

### **Kanada :**

Kanada makarna ticaretinde net ithalatçı konumundadır. 1990-1995 yılları arasında ithalatı %90 oranında artış göstermiştir. A.B.D., Kanada'nın makarna ithalatında en önemli ülkedir. Toplam makarna ithalatının ortalama %40'ı A.B.D.'den gerçekleştirilmektedir. İthalatında ikinci büyük ülke İtalya'dır. İtalya'nın ithalatı içindeki payı 1980'li yıllarda artmaya başlamıştır. 1990-1995 yılları arasında İtalya'dan yapılan ithalat %83 artış göstermiştir.

### **Japonya :**

Dünyanın en büyük beşinci makarna ithalatçısı olan Japonya'nın en büyük tedarikçisi İtalya iken, 2005 yılında Çin ilk sıraya yükselmiştir. 2005 yılı verilerine göre toplam makarna ithalatının %39'u Çin'den, %30'u ise İtalya'dan yapılmıştır. Diğer ithalat yaptığı ülkeler Tayland, ABD ve Güney Kore'dir. Japonya'da en çok tanınan İtalyan markaları Buitoni, Barilla, Spigadoro, Ponte, De Ceccho'dur. 1998 yılından sonra ABD'den yapılan ithalat büyük oranda artmıştır. Böylece İtalya'nın payı düşüş göstermiştir. Bunun nedenlerinin en önemlisi, iki büyük Japon makarna üreticisinin ABD'de üretime başlamalarıdır.

2005 yılında Japonya'nın makarna ithalatı 171.373 ton olmuştur. Bunun büyük kısmı spagettiye ait olup, makarna ve yumurta içeren erişte ithalatı çok düşüktür.

## **Türkiye'nin ithalatı**

Genel olarak ihracatçı ülke konumunda olan Türkiye'de yapılan makarna ithalatı daha ziyade lüks tüketime giren mallara yönelik olarak yapılmakta, bu tür ürünler lüks otel ve lokantalarda tüketilmektedir.

Makarna ithalatında İtalya'nın dünyada olduğu gibi Türkiye'de de üstünlüğü belirgin olarak görülmektedir. İtalya, Çin ve Tayland dışında hiçbir ülkeden düzenli ithalat yapılmamakta olup yıldan yıla değişmekle beraber, bir belirgin özellik de uzakdoğu mallarının ithalatta ön sıralarda yer almasıdır.

Çin, Güney Kore, Tayland ve Japonya'nın ilk on ülke arasında yer alması, Uzakdoğu yiyecek kültürünün merak edilmesi ve özellikle lüks lokantalarda bu yörelerin yiyeceklerine olan talepten kaynaklanmaktadır.



## **Sonuç:**

1991 yılında 11 fabrikayla faaliyetini sürdüren makarna sektöründe 1995 yılı sonunda fabrika sayısı 16, kurulu kapasite de 593 bin ton/yıl iken 2003 yılı sonunda fabrika sayısı 27'ye ve kurulu kapasite de 1 milyon ton/yıl'ı aşmıştır.

Köyden kentlere hızlı bir göç olacağı düşünülerek, insanların kendi makarnalarını yapma alışkanlıklarını bırakacakları, giderek fabrika ürünü makarna kullanacakları, aynı makarnaların köylere kadar ulaşmasından dolayı benzer sonuçların köylerde de görüleceği beklentileri, makarna tüketiminin artmasına yol açacağı tahminlerini de beraberinde getirmiştir. Verilen yatırım teşvikleri ile makarna sektöründe hızlı bir yatırım süreci yaşanmıştır. Buna rağmen tüketim artışı beklentilerin çok altında kalmıştır.

Ülkemizde üretilen makarnalık buğday hem yetersiz hem de kalite yönünden istenilen seviyede değildir. Kalitenin düşük olmasının temel nedenleri, yüksek verimli, soğuğa ve hastalıklara dayanıklı çeşitlerin ıslahının yeterince yapılmaması, kalitesiz çeşitlerin üretimden kaldırılmaması, buğday tohumluk üretimine gereken önemin verilmemesi ve dolayısıyla üreticilerin tohumluklarını periyodik olarak değiştirmemeleridir.

Kalitede yaşanan bu olumsuzluklar nedeniyle sektör ihtiyacı olan yüksek vasıflı makarnalık buğdayı ithalat yoluyla temin yoluna gitmektedir.

Ülkemizde makarnalık buğday üretimi yetersiz olmasına karşın üreticiler ihtiyacı olan buğdayı dünya fiyatlarının üzerinde temin etmektedir. Ayrıca ithalata da vergi uygulanmaktadır.

Dünya ticaretinde rakip ülkelerde makarna sektörü büyük teşvikler alırken yeterli teşvik alamayan Türk üreticisi düşen dünya fiyatlarına ayak uyduramamakta ve bunun sonucunda ihracat yapamamaktadır.

2005 yılı itibariyle 1 milyon bin ton üretim kapasitesi, 382 bin ton talep ve 164 bin ton ihracat rakamları göz önüne alındığında 454 bin tonluk atıl kapasite bulunduğu ortaya çıkmaktadır.

Dış piyasalara verilen bazı kalitesiz ürünler Türk malı imajını bozmaktadır. Türk makarnasının dış pazarlarda daha iyi yer edinebilmesi ve ihracat imkanlarının artırılabilmesi için firmaların kendi logo ve markalarıyla ürünlerini ihraç etmelerinin sağlanması için bu konuda destek mekanizmaları iyi çalıştırılmalıdır.

Makarna üretimi yapan firmaların ürün çeşitlemesi, yeni ürün geliştirilmesi ve ürün adaptasyonu üzerinde yaptıkları çalışmalar istenilen düzeyde değildir. Dış piyasada İtalyan makarnasına oranla daha az tanınan Türk makarnasının rekabet gücünü artırması açısından AR-GE ve tanıtım çalışmalarına önem verilmesi gerekmektedir.

# **Türkiye’de ve Dünya’da makarna sektörü**