

TÜRKİYE'DE UN VE UNLU MAMULLER SANAYİNİN MEVCUT YAPISI VE GIDA SANAYİ İÇERİSİNDEKİ YERİ

Gürhan ÖZAYDIN¹, Zuhâl KARAKAYACI²

^{1,2}Selçuk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, KONYA

*** Sorumlu Yazar**

Tel.: -

gurhan@selcuk.edu.tr

Yayın Bilgisi:

Geliş Tarihi: 07.03.2023

Kabul Tarihi: 07.06.2023

Anahtar kelimeler: Unlu Mamuller, öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı, fırın ve unlu mamuller imalatı, gıda sanayi

Keywords: Bakery Products, manufacture of milled grain products, manufacture of bakery and bakery products, food industry

Özet

Çalışma; Türkiye'de un ve unlu mamuller sanayinin mevcut durumunu, gelişimini ve sektörün karşılaştığı sorunları incelemeyi amaçlamaktadır. Geniş bir ürün grubu içerisinde yer alan un ve unlu mamuller sanayi; mevcut girişim sayısı, üretimi, tüketimi, istihdamı ve ekonomiye katkısı açısından Türkiye'de önemli bir konuma ayrıca gıda sanayi içerisinde önemli bir paya sahiptir. Çalışmada un ve unlu mamuller sanayi ile ilgili raporlardan, istatistiki bilgilerden yararlanılmıştır. Un ve unlu mamuller imalat sanayinde 2020 yılında yaklaşık 239 bin çalışanı ile 39 bin işletme faaliyet göstermekte olup, 106 milyar TL ciro ve 17 milyar TL katma değer elde edilmiştir. Bu sektörde hammaddenin aynı kalite, standartta ve talep edilen miktarda temin edilemediği, nitelikli işgücü bulunmadığı, küçük işletme yapıları ve kayıt dışı ekonominin etkisi altında haksız rekabete karşı mücadele etmek zorunda kalındığı, üretim için yapılan maliyetlerinin sürekli artması vb. sorunların olduğu belirtilmiştir.

CURRENT STRUCTURE OF THE FLOUR AND BAKERY PRODUCTS INDUSTRY IN TURKEY AND THEIR PLACE IN THE FOOD INDUSTRY

Abstract

In the study; It aims to examine the current situation and development of the flour and bakery products industry and the problems faced by the industry. Flour and bakery products industry, which is in a wide product group; It has an important position in Turkey in terms of the number of existing enterprises, production, consumption, employment and contribution to the economy, and also has an important share in the food industry. In the study, reports and statistical information about the flour and bakery products industry were used. In the flour and bakery products manufacturing industry, 39 thousand enterprises operate with approximately 239 thousand employees, with a turnover of 106 billion TL and an added value of 17 billion TL. It has been stated that there are problems in this sector such as the raw material cannot be supplied with the same quality and standard, qualified workforce cannot be found, small business structures and under the influence of the informal economy, it has to struggle against unfair competition, and the costs for production constantly increase.

1. GİRİŞ

Un ve unlu mamuller dünya genelinde insan beslenmesi açısından gerekli besinler olarak kabul edilmektedir. Un ve unlu mamuller önemli bir makro (esas olarak karbonhidrat ve protein) ve mikro (vitaminler ve mineraller) besin kaynaklarıdır (Boyacıoğlu ve D'Appolonia, 1994; Cappelli ve ark., 2020). Un ve unlu mamuller sanayi ise başlıca hububat olan tarım ürünlerini hammadde olarak kullanan, bu hammaddeleri işlenmiş ürün, muhafaza, ambalaj gibi işlemlerden sonra

tüketicieye ulaştıran imalat sanayi içerisindeki gıda sanayinin bir alt koludur.

Un sanayi, ülkelerin tarım toplumundan sanayi toplumuna geçmeye çalıştıkları ilk sektördür (Aktaş ve Yurdakul, 2001; Azabağaoğlu ve Demirarslan, 2012; Kızılaslan ve Kösal, 2013) ve Türkiye'de özel sektör tarafından geliştirilen un üretimi geçmişten günümüze büyük teknolojik değişimler göstererek bugünkü durumuna gelmiştir (Radavuş, 2001). 85 milyona yaklaşan nüfusuyla kişi başına en çok un ve unlu mamuller tüketen ülkelerden biri olan Türkiye, iç pazarının yanı sıra her yıl yüzden fazla ülkeye un ihraç etmektedir. Uzun yıllardır dış

pazarlara un tedarik etmede dünyanın ilk sıralarında yer alan un sektörü, yılda 3 milyon ton un ihraç etmektedir. Ayrıca 11-12 milyon ton civarında olan iç piyasa talebini de karşılamaktadır (TUSAF, 2023).

Son yıllarda gıda güvenliği, insan sağlığı gibi konular ön plana çıkınca unlu mamullerin ve hammaddesi olan buğdayın önemi daha da artmaktadır ve stratejik bir ürün olarak görülmektedir (Demiraslan, 2013; Ostojic ve ark., 2020). Türkiye'nin temel ihtiyacı ve stratejik ürünlerinden biri olan buğday önemli bir gıda kaynağı olmanın yanı sıra önemli bir ekonomik ürün olmaya devam etmektedir. Buğday, Türkiye'de hububat ürünleri arasında en çok ekilen alandır. Dünya genelinde protein ihtiyacının yaklaşık %20'sini karşılayan buğday (Shiferaw ve ark., 2013), Türkiye'de yetiştirilen tahıllar arasında birinci sırada yer almaktadır (TÜİK, 2022). Türkiye buğday üretim alanı, üretim miktarı ve kendine yeterlilik derecesi Çizelge XXX'de verilmiştir. Türkiye'de 2010 yılında 8 103 bin ha olan ekim alanı 2020 yılında toplam 6 922 bin ha olduğu tespit edilmiştir. Buğday ekim alanının 2010-2020 yılları arasında %17.06 oranında azaldığı

belirlenmiştir. Üretim miktarı değerlendirildiğinde 2010 yılında 19 674 bin ton iken 2020 yılında 20 500 bin ton olduğu belirlenmiştir. Ekim alanının azalmasına rağmen üretim miktarının artması verimde gerçekleşen artıştan kaynaklanmaktadır. 2020 yılı itibariyle Türkiye'nin buğdayda kendi kendine yeterlilik düzeyi %96,90 olarak tespit edilmiştir. Türkiye'nin 2010-2020 döneminde buğday için ortalama kendi kendine yeterlilik düzeyi ise %101,30 olarak belirlenmiştir. Türkiye'nin 2010-2020 yılları arasında buğdayda ithalata bağımlılık oranının ortalama %27,38 olduğu tespit edilmiştir. 2020 yılı itibariyle Türkiye'nin buğdayda ithalata bağımlılık oranı ise %38,94 olarak saptanmıştır. Türkiye en büyük buğday üreten ülkelerden biri olmasına rağmen, aynı zamanda en büyük buğday ithalatçısı ülkelerden biridir. Bu durum ihracat üretiminde hammadde olarak ithalatın kullanıldığını göstermektedir. Türkiye'nin buğdaya dayalı gıda sanayiindeki yüksek üretim potansiyeli ve elverişli konumu nedeniyle toplam buğday tüketimi düzeyi, buğday üretimi düzeyinden yüksektir. Bu nedenle buğdayın büyük bir kısmının makarna, bisküvi, bulgur ve diğer unlu mamullerin üretimine yönelik olduğu söylenebilir (Yılmaz ve Tomar, 2022).

Çizelge 1. Türkiye'de buğday ekim alanı, üretim miktarı, kendi kendine yeterlilik derecesi ve ithalat bağımlılığı

Yıllar	Ekim Alanı (bin ha)	Üretim Miktarı (bin ton)	Kendi Kendine Yeterlilik*	İthalata bağımlılık*(%)
2010	8 103	19 674	95,41	20.24
2011	8 096	21 800	103.57	15.32
2012	7 530	20 100	98.38	19.72
2013	7 773	22 050	102.28	19.41
2014	7 919	19 000	93.03	28.30
2015	7 867	22 600	108.70	19.76
2016	7 672	20 600	116.23	25.87
2017	7 669	21 500	106.85	30.36
2018	7 299	20 000	107.56	34.78
2019	6 846	19 000	85.34	48.48
2020	6 922	20 500	96.90	<u>38,94</u>

*FAO (2012) tarafından kullanılan formüle göre (Kendi kendine yeterlilik derecesi=(Üretim×100)/(üretim+ithalat-ıhracat), İthalata bağımlılık derecesi=(İthalat*100/(üretim+ithalat-ıhracat)) TÜİK (2022) verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Çizelge 2. Yıllara göre un ihracatı verileri

Yıllar	Miktar (ton)	Değer (TL)
2015	2 795 829 941	987 174 838
2016	3 540 325 412	1 077 835 151
2017	3 489 354 190	1 052 573 951
2018	3 317 967 000	1 009 217 838
2019	3 267 183 015	1 053 095 388
2020	2 993 805 816	952 060 693

(TUSAF, 2022)

Dünyada üretilen buğdayın üçte ikisinden fazlası gıda, %20'si hayvan yemi ve %3-5'i tohum, endüstriyel ve diğer amaçlar için kullanılmaktadır (Yılmaz ve Tomar, 2022). Türkiye'deki buğday kullanımının %78,1'ini gıda, %12,4'ünü yem ve %6,6'sını tohumluk amaçlı kullanım oluşturmaktadır. Buğdayda kullanılan tohum çeşitleri ve bu konudaki Türkiye'de yaşanan gelişmeler de önemlidir.

Dünya buğday üretiminin yaklaşık %2'sini oluşturan Türkiye, un ihracatında dünyada birinci sırada yer almaktadır (Akgün ve Hatırlı, 2022). Türkiye un ihracatı verileri Çizelge 2'de verilmiştir. Türkiye'nin un ihracatı yaptığı başlıca ülkeler arasında 2015-2020 yıllarını kapsayan dönemde en önemli payın Irak'a ait olduğu Yemen, Suriye, Angola, Madagaskar vb. ülkelerin takip ettiği belirlenmiştir.

Un ve unlu mamuller sektörü açlık gibi birincil insan ihtiyacına bağlı olması nedeniyle en önemli sanayi sektörlerinden biridir (Sterev, 2014).

Un ve unlu mamuller sanayi Türkiye'de geleneksel olarak öne çıkan sektörlerden birisidir. Bunun başlıca sebeplerinden biri fırın ve unlu mamullerin özellikle ekmeğin dünya tarihi boyunca insan beslenmesinde olan yeridir. Bu çalışmada Türkiye'de önemli bir yere sahip olan un ve unlu mamuller sanayinin işletme sayısı, bu işletmelerin oluşturduğu istihdam ve üretimi dikkate alınarak mevcut yapısını, gelişimini ve sektörün karşılaştığı sorunları incelemek amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini, Türkiye'de faaliyet gösteren un ve unlu mamuller sanayisine ait ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilen veriler oluşturmaktadır. Un ve unlu mamuller sanayi, BM tarafından oluşturulan "International Standart Industrial Classification (ISIC)" sınıflandırma yönteminde imalat sanayinin altında bulunan gıda sanayi başlığı altında bulunmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre un ve unlu mamuller sanayi; a: Öğütülmüş tahıl ürünleri ve nişastalı ürünler b: Fırın ve unlu mamulleri olarak iki ayrı grupta incelenmektedir.

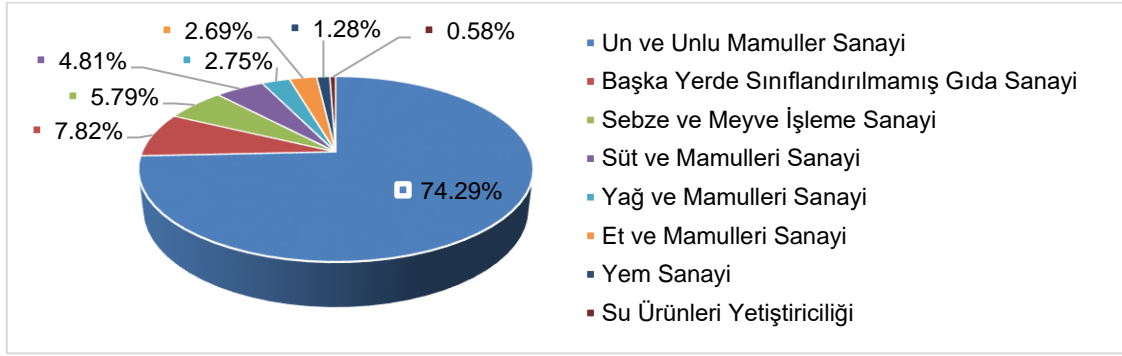
Bu çalışmada ele alınan hususlar un ve unlu mamuller sanayinin üretilen ürünlerin üretim miktarı ve değeri, personel maliyetleri, girişim sayıları ve satış miktarı-değeridir. Araştırmaya ait veriler frekans ve yüzde hesabı yapılarak analiz edilerek tablo halinde sunulmuştur. Çalışmada ikincil veriler kullanılarak un ve unlu mamuller sanayi sektörüne yönelik SWOT (güçlü yönler, zayıf yönler, tehditler ve fırsatlar) analizi yapılmıştır.

SWOT analiziyle incelenen bir konunun güçlü ve zayıf yönleri, dış çevreden kaynaklanan fırsatlar ve tehditler ortaya konularak mevcut durum analizi sağlanmakta ve gelecekteki durumla ilgili tespit ve tahmin yapılarak gelecek durum analizi sağlanmaktadır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Çalışma kapsamında incelenen öğütülmüş tahıl ürünleri ve fırın-unlu mamuller kategorilerini kapsayan un ve unlu mamuller sanayinin gıda sanayi içerisindeki üretim durumu, üretim miktarları, üretim değerleri, satış miktarları ve satış değerleri, mevcut işletme yapıları, istihdam yapıları ve personel maliyetleri incelenmiştir.

Gıda sanayi ürünlerinde un sanayinin ayrı bir önemi vardır. Türkiye'nin un üretimi geçmişten günümüze büyük teknolojik değişimler göstererek bugünkü durumuna gelmiştir. Değirmencilik yerini modern teknolojiye sahip değirmenlere bırakmıştır. Türkiye 100'den fazla ülkeye un ihraç etmekte ve dünyanın en büyük yedi buğday üreticisinden biri konumundadır (Demiraslan, 2013). Türkiye'de un ve unlu mamuller sanayi girişim sayılarının gıda sanayi içindeki payı Şekil 1'de verilmiştir. Girişim sayısı, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı tüm sektörlerde faaliyet gösteren ve ilgili dönemde aktif olarak çalışan birim sayısı olarak tanımlanmaktadır (TÜİK, 2023). Gıda sanayi sektörü günümüzde yaşanan sağlık, siyasi ve ekonomik zorluklara rağmen Türkiye'nin en büyük sektörlerinden biridir. Türkiye'de 2020 yılında 52 869 gıda sanayi işletmesi mevcuttur. Türkiye 2020 yılında gıda ve içecek sektöründe 725 adet yabancı yatırım gerçekleşmiştir. Bunların 111'i Almanya, 63'ü Suriye, 47'si Hollanda, 40'ı Fransa, 32'si ABD geri kalanı ise çeşitli ülkelere aittir (İkiz ve Erdoğan, 2021). Gıda sanayi işletmeleri toplam imalat sanayinin %12.91'ini oluşturmaktadır. Gıda sanayi işletmeleri içerisinde un ve unlu mamuller sanayinin %74.29 oranı ile en fazla işletmeye sahip olduğu belirlenmiştir. Akgün ve Hatırlı (2022) tarafından yapılmış bir çalışmada Türkiye'de 700 un fabrikasının 205'inin İç Anadolu Bölgesinde yer aldığı belirtilmiştir. Hammadde ve pazara yakınlık, tesisleşmeye elverişlilik bu bölgelerin öne çıkmasında önemli etkenlerdir. Un değirmenlerinin kuruluş ve yatırım planları incelendiğinde, ağırlıklı olarak hammadde, pazar ve altyapıya yakınlıklarının dikkate alınması dikkat çekicidir. Türkiye'nin buğday üretim ve ekim alanları da etkin bir şekilde un üretim tesislerinin yerini belirlemiştir.

Şekil 1. Un ve unlu mamuller sanayi girişim sayılarının gıda sanayi içindeki payı (2020)

Kaynak: (TÜİK, 2023)

Not: Gıda sanayi sınıflandırması, Özaydın ve Direk (2022) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır

Un ve unlu mamuller sanayinin mevcut işletme durumları yıllar itibarıyla Çizelge 3'te görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %92,20'sinin fırın ve unlu mamuller imalatındaki işletmeler olduğu görülmektedir. Ayrıca Türkiye genelinde %1.47 oranında un ve unlu mamuller sanayi işletmesinin varlığı belirlenmiştir. Un ve unlu mamuller sanayi son 10 yılda %52.35 oranında artış göstermiştir. Kadakoğlu ve Karlı (2022) tarafından tarıma dayalı sanayi işletmeleri üzerine yapılan çalışmada da işyeri sayısında olduğu gibi istihdamda da sanayide gelişme yaşandığı belirtilmiştir. Un ve unlu mamuller sanayi üretimi için Türkiye'de buğdayın yetiştiriciliğinin yüksek olduğu Orta Anadolu'da, Karaman ve Konya civarında yoğunlaşma olduğu belirtilmiştir (İkiz ve Erdoğan, 2021). Özaydın (2022) tarafından tarımsal sanayiler üzerine yapılan çalışmada Türkiye gıda ve içecek ürünleri ihracatında 2010-2014 yılları arasında düzenli bir yükselişin kaydedildiği ancak 2015-2016 yıllarında ihracatın azalma eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Fransa, İtalya, İngiltere,

Almanya vb. Avrupa ülkeleri ve Rusya, ABD, Sudan, Suriye, Suudi Arabistan, Irak gıda ve içecek sanayi ihracatında önemli bir pazardır. Gıda ve içecek sektörünün yaklaşık üçte biri bu ülkelere yapılmaktadır. Gıda sanayi ürünleri ihracatının 2015-2016 yılında gerçekleşen azalmada Türkiye için önemli pazarlardan biri olan Rusya ile yaşanan kriz, Ortadoğu'da yaşanan sorunlar dolayısıyla Irak ve Suriye'de yaşanan istikrarsızlık önemli ölçüde ihracatı etkilediği ve Türkiye'de görülen 2015 yılında belirtilen sanayi girişim sayısının azalmasında da payı olduğu tespit edilmiştir. Popescu ve ark. (2021) tarafından yapılan çalışmada AB-28'de, fırın ve unlu mamuller sanayi işletme sayısının ülkelere göre değiştiği ve en çok sayıda işletmenin toplam işletme sayısının neredeyse %50'sine sahip olan Fransa ve İtalya olduğu belirtilmiştir. Bunları Almanya, İspanya, Yunanistan, Portekiz, Polonya, Romanya ve Belçika'nın takip ettiği ve hepsi birlikte fırıncılık sektöründe faaliyet gösteren tüm şirketlerin %85'ine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 3. Un ve unlu mamuller sanayi girişim sayılarının yıllar itibarıyla değişimi

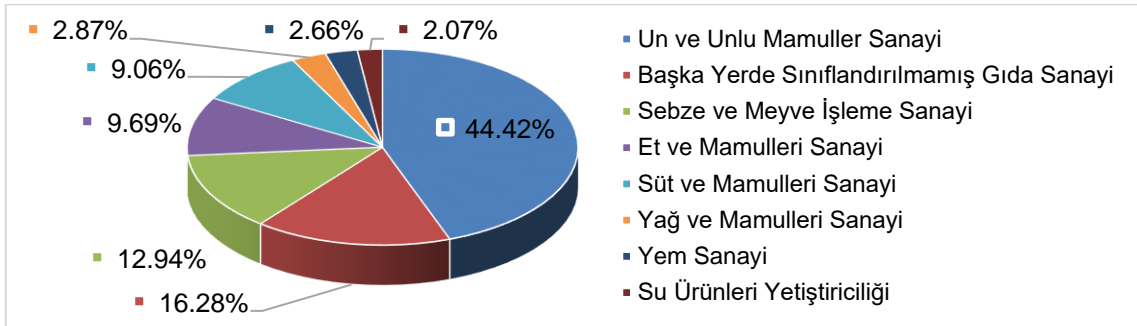
Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
2010	4 030	15.63	21.752	84.37	25 782	100.00
2011	3 852	14.41	22.873	85.59	26 725	100.00
2012	3 633	11.90	26.908	88.10	30 541	100.00
2013	3 535	10.98	28.654	89.02	32 189	100.00
2014	3 313	9.55	31.391	90.45	34 704	100.00
2015	3 469	10.40	29.899	89.60	33 368	100.00
2016	3 386	9.81	31.120	90.19	34 506	100.00
2017	3 319	9.20	32.740	90.80	36 059	100.00
2018	3 141	8.48	33.897	91.52	37 038	100.00
2019	3 132	8.10	35.511	91.90	38 643	100.00
2020	3 062	7.80	36.217	92.20	39 279	100.00

Kaynak: (TÜİK, 2023)

Türkiye'de un ve unlu mamuller sanayi istihdam yapılarının gıda sanayi içindeki payı Şekil 2'de görülmektedir. Çalışan sayısı, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı ücretle çalışanların yıllık ortalama sayısına işletme sahibi ve ortakları ile ücretsiz çalışan aile fertlerinin ve çırakların yıllık ortalama sayısının eklenmesi ile bulunur. Türkiye'de 2020 yılında gıda sanayinde çalışan sayısı 537 596 kişidir (TÜİK, 2023). Bu kişilerin %44.42 oranıyla büyük payı un ve unlu mamuller sanayi çalışanları oluşturmaktadır. Bu durumu sırasıyla başka yerde sınıflandırılmamış gıda sanayi (%16.28), sebze ve

meyve işleme sanayi (%12.94), et ve mamulleri sanayi (%9.69) takip etmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde işletmelerin gıda sanayinin payı içindeki oranın daha yüksek olması işletmelerde bulunan personel sayılarının 1-9 arasında çalışan firmalardan oluşmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu sanayi dalında üretilen mamullerin genel olarak ilk tüketim malları olmalarıdır. Et ve mamulleri sanayi ve sebze-meyve sanayi işletmelerinde vasıflı-vasıfsız daha fazla iş gücüne ihtiyaç bulunmaktadır.

Şekil 2. Un ve unlu mamuller sanayi çalışan sayılarının gıda sanayi içindeki payı



Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayinin istihdam yapıları yıllar itibariyle Çizelge 4'te görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %88.59'unun fırın ve unlu mamuller imalatındaki işletme çalışanları oluşturmaktadır. Son 10 yıl içerisinde un ve unlu mamuller sanayinde artan oranda ve 2010 yılından 2020 yılına gelene kadar

%56.42'lik bir artış yaşandığı görülmektedir. On yıllık süreçte yıllar içerisinde ortalama %4.66 oranında bir artış yaşanmakla birlikte sadece 2019 yılında çalışan sayısında bir düşüşün olduğu görülmektedir. Bunun sebeplerinden birinin bu dönemde sağlık alanında yaşanan pandemi etkisinin olduğu söylenebilmektedir.

Çizelge 4. Un ve unlu mamuller sanayi çalışan sayılarının yıllar itibariyle değişimi

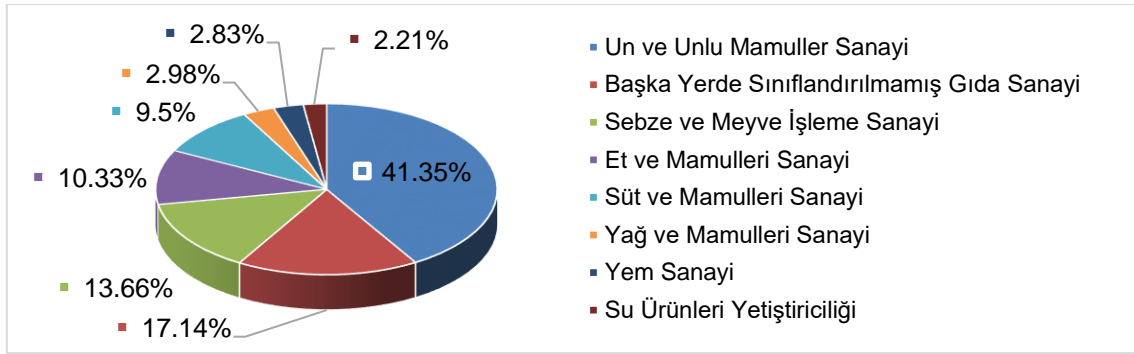
Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
2010	24 450	16.02	128 206	83.98	152 656	100.00
2011	25 474	15.51	138 808	84.49	164 282	100.00
2012	25 558	13.55	163 111	86.45	188 669	100.00
2013	25 420	12.68	175 023	87.32	200 443	100.00
2014	25 994	12.05	189 709	87.95	215 703	100.00
2015	26 872	12.31	191 368	87.69	218 240	100.00
2016	26 852	12.22	192 843	87.78	219 695	100.00
2017	27 034	12.01	198 086	87.99	225 120	100.00
2018	27 086	11.72	203 986	88.28	231 072	100.00
2019	26 371	11.44	204 167	88.56	230 538	100.00
2020	27 241	11.41	211 548	88.59	238 789	100.00

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Türkiye’de un ve unlu mamuller sanayi ücretli çalışanların gıda sanayi içindeki payı Şekil 3’te verilmiştir. Ücretli çalışan sayısı, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı ücretli çalışanların sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişilerin sayısıdır (TÜİK, 2023). Türkiye’de 2020 yılında gıda sanayinde ücretli çalışan sayısı 497 249 kişidir. Toplam çalışan sayısının %92.49’u ücretli çalışan personelden oluşmaktadır. Geriye

kalan kısım ise işletme sahibi ve ortakları, ücretsiz çalışan aile fertleri ve çıraklar oluşturmaktadır. Bu kişilerin çoğunlukla (%41.35) un ve unlu mamuller sanayinde ücretli olarak çalıştıkları belirlenmiştir. Bu durumu sırasıyla başka yerde sınıflandırılmamış gıda sanayi (%17.14), sebze ve meyve işleme sanayi (%13.66), et ve mamulleri sanayi (%10.33) takip etmektedir. Buna benzer durum AB-28 ülkelerinde gıda sanayinde; un ve unlu mamuller sanayi payının %40 kişiye istihdam sağladığı belirtilmiştir (Popescu ve ark., 2021).

Şekil 3. Un ve unlu mamuller sanayi ücretli çalışan sayılarının gıda sanayi içindeki payı



Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayinin ücretli personel sayıları yıllar itibarıyla Çizelge 5’te görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %87.79’unun fırın ve unlu mamuller imalatındaki işletme çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye genelinde 2020 yılında sanayi, inşaat, ticaret ve hizmetler sektöründe toplam ücretli çalışan sayısı 12 248 247 kişi olurken bu sayının

%1.68’ini un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır (TÜİK, 2021a). On yıllık süreçte yıllar içerisinde ortalama %4.69 oranında bir artış yaşanmakla birlikte sadece 2019 yılında personel sayısında bir düşüşün olduğu görülmektedir. COVID-19 pandemi sürecinin ortaya çıkardığı belirsizlik 2019 yılındaki istihdam sayılarına da yansımıştır.

Çizelge 5. Un ve unlu mamuller sanayi ücretli çalışan sayılarının yıllar itibarıyla değişimi

Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
2010	21 375	16.30	109 724	83.70	131 099	100.00
2011	22 585	15.91	119 335	84.09	141 920	100.00
2012	22 895	14.07	139 783	85.93	162 678	100.00
2013	22 846	13.22	150 031	86.78	172 877	100.00
2014	23 602	12.71	162 024	87.29	185 626	100.00
2015	24 317	12.82	165 349	87.18	189 666	100.00
2016	24 385	12.82	165 784	87.18	190 169	100.00
2017	24 632	12.68	169 634	87.32	194 266	100.00
2018	24 882	12.47	174 667	87.53	199 549	100.00
2019	24 179	12.23	173 565	87.77	197 744	100.00
2020	25 111	12.21	180 500	87.79	205 611	100.00

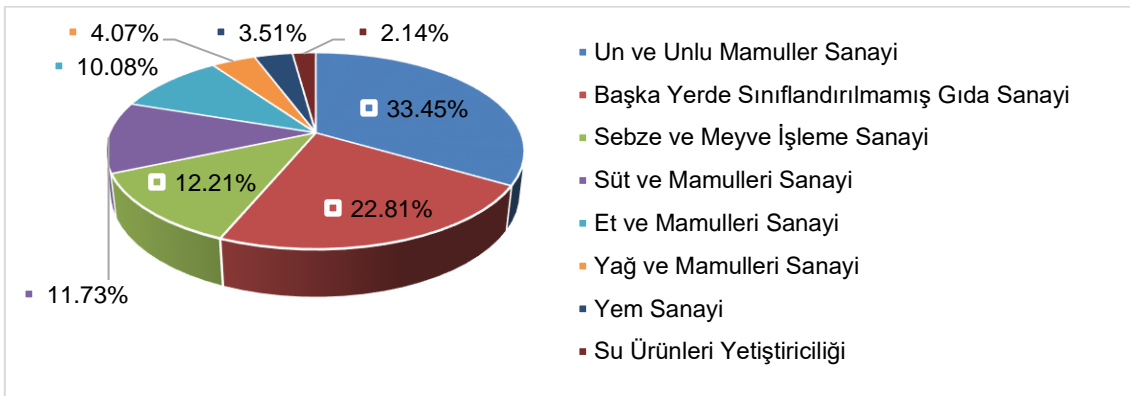
Kaynak : (TÜİK, 2023)

Türkiye’de un ve unlu mamuller sanayi personel maliyetlerinin gıda sanayi içindeki payı Şekil 4’te verilmiştir. Personel maliyeti, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı personellere yapılan brüt ödeme ve sosyal güvenlik masraflarının toplamını ifade etmektedir (TÜİK, 2023). Türkiye’de 2020 yılında gıda sanayinde ücretli personel maliyeti 28 684 705 TL’dir. Personel maliyetinin %33.45’ini un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır. Gıda sanayi içerisinde un ve unlu mamullerde ücretli çalışan personel sayısının oranının personel maliyetlerindeki orana göre düşük çıkmasının

nedeni diğer sektörlere göre nitelikli elemana ihtiyacın daha az olmasından kaynaklanmaktadır. Gıda sanayi içerisindeki personel maliyetlerinin payını sırasıyla başka yerde sınıflandırılmamış gıda sanayi (%22.81) ve sebze- meyve işleme sanayi (%12.21) takip etmektedir.

Un ve unlu mamuller sanayinin ücretli personel sayıları yıllar itibariyle Çizelge 6’da görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %81.41’inin fırın ve unlu mamuller imalatındaki personel maliyetleri oluşturmaktadır.

Şekil 4. Un ve unlu mamuller sanayi personel maliyetlerinin gıda sanayi içindeki payı



Kaynak : (TÜİK, 2023)

Çizelge 6. Un ve unlu mamuller sanayi personel maliyetlerinin yıllar itibariyle değişimi (bin TL)

Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Değer	%	Değer	%	Değer	%
2010	407 433	21.98	1 446 589	78.02	1 854 022	100.00
2011	466 667	21.16	1 738 634	78.84	2 205 302	100.00
2012	526 256	19.34	2 194 716	80.66	2 720 972	100.00
2013	620 287	18.92	2 658 220	81.08	3 278 507	100.00
2014	746 556	19.09	3 164 680	80.91	3 911 236	100.00
2015	826 574	18.51	3 637 871	81.49	4 464 446	100.00
2016	984 663	17.86	4 529 817	82.14	5 514 481	100.00
2017	1 106 324	18.04	5 027 152	81.96	6 133 477	100.00
2018	1 322 430	17.99	6 030 153	82.01	7 352 583	100.00
2019	1 552 182	17.50	7 318 774	82.50	8 870 956	100.00
2020	1 783 492	18.59	7 811 121	81.41	9 594 614	100.00

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayi üretim değerlerinin gıda sanayi içindeki payı Şekil 5’te verilmiştir. Üretim değeri, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı satışa dayalı, stok değişmelerini ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren, birim tarafından fiilen üretim miktarının parasal değeridir (TÜİK, 2023). Üretim değeri 2020 yılında imalatta 2 839 milyar TL, ticarete 713 milyar TL, inşaatta 584 milyar TL, ulaştırma ve depolamada 463 milyar TL ve elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımında 427 milyar TL

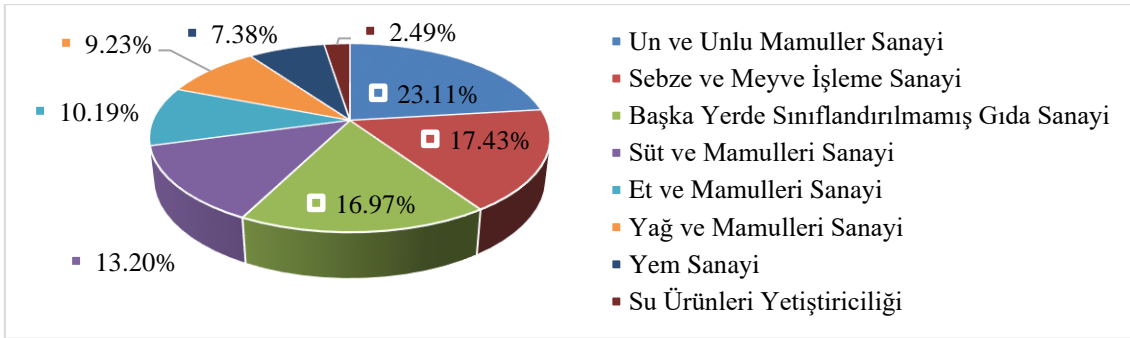
olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2021b). Türkiye’de 2020 yılında gıda sanayinin üretim değeri 410 milyar TL’dir. Üretim değerinin gıda sanayindeki payı değerlendirildiğinde %23.11’ini un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır. Gıda sanayi içerisindeki üretim değerlerinin payını sırasıyla sebze- meyve işleme sanayi (%17.43) ve başka yerde sınıflandırılmamış gıda sanayi (%16.97) takip etmektedir. Bunun yanında AB-28 ülkelerinde gıda sanayinin üretim değerinin %17.95’ini un ve unlu mamuller sanayinin oluşturduğu belirtilmiştir

(Popescu ve ark., 2021). Kadakoğlu ve Karlı (2022) tarafından yapılan çalışmada 2020 yılında gıda sanayi imalatının tarıma dayalı sanayi içerisindeki payının %40.19 olduğu tespit edilmiştir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği verilerine göre 69 ilde 600 un fabrikası yılda yaklaşık 30 milyon ton üretim kapasitesine sahip olduğu belirtilmiştir (TUSAF, 2023).

Un ve unlu mamuller sanayinin gıda sanayi içerisinde payının çok yüksek olması (%74.29),

çalışan sayısı ve personel maliyetleri açısından da daha yüksek oranlara sahip olduğu halde, üretim değeri payı açısından daha düşük bir orana sahip olması dikkat çekmektedir. Bunun nedeni, un ve unlu mamuller sanayindeki firmaların küçük ölçekli olması, işletmelerde teknolojinin zayıf olmasına bağlı olarak işgücü ihtiyacının fazlalığı dolayısıyla çalışan ve personel maliyetinin fazla olması gösterilebilir.

Şekil 5. Un ve unlu mamuller sanayi üretim değerinin gıda sanayi içindeki payı



Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayinin üretim değeri yıllar itibariyle Çizelge 7'de görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %53.14'ünün fırın ve unlu mamuller imalatındaki üretim değeri oluşturmaktadır. Türkiye genelinde 2020 yılında sanayi, inşaat, ticaret ve hizmetler sektöründe toplam üretim değeri 5 026 milyar TL olurken bu sayının %1.89'unu un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır. Taş ve Salan (2017)

tarafından yapılan un ve unlu mamuller sektör raporuna göre fırınların unlu mamul çeşidi içinde ekmek üretimi %90 ile en büyük paya sahip olduğu belirtilmiştir. Türkiye'de un üretim kapasitesinin bölgesel dağılımı genellikle işletme sayısının bölgesel dağılımına paraleldir. Üretim miktarı hakkında resmi bir bilgi bulunmamakla birlikte üretimin yılda 15 milyon ton olduğu tahmin edilmektedir (TUSAF, 2023).

Çizelge 7. Un ve unlu mamuller sanayi üretim değerinin yıllar itibariyle değişimi (bin TL)

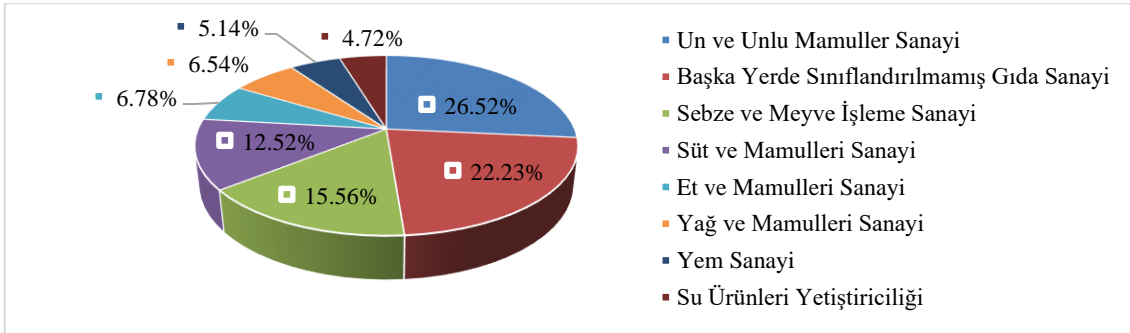
Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Değer	%	Değer	%	Değer	%
2010	9 696 162	48 82	10 164 103	51 18	19 860 265	100 00
2011	12 132 132	49 75	12 253 705	50 25	24 385 836	100 00
2012	12 420 796	47 44	13 760 176	52 56	26 180 972	100 00
2013	14 120 607	46 11	16 503 506	53 89	30 624 112	100 00
2014	16 673 872	46 09	19 506 357	53 91	36 180 229	100 00
2015	19 119 317	46 93	21 620 500	53 07	40 739 817	100 00
2016	20 789 794	46 54	23 879 307	53 46	44 669 101	100 00
2017	24 542 782	46 92	27 764 837	53 08	52 307 620	100 00
2018	28 935 076	45 57	34 554 485	54 43	63 489 561	100 00
2019	35 992 972	45 66	42 832 057	54 34	78 825 028	100 00
2020	44 417 312	46 86	50 361 550	53 14	94 778 861	100 00

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayi faktör maliyetiyle katma değerinin gıda sanayi içindeki payı Şekil 6'da verilmiştir. Faktör maliyetiyle katma değer, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı işletme sübvansiyonları ve dolaylı vergilerdeki düzeltmelerden sonra, işletme faaliyetlerinden elde edilen gayri safi gelirdir (TÜİK, 2023). Faktör maliyetiyle katma değer 2020 yılında 1 651 milyar TL olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2021b). Türkiye'de 2020 yılında gıda sanayinin

katma değeri (reel fiyatlarla) 64 milyar TL'dir. Katma değer gıda sanayindeki payı değerlendirildiğinde %26.52'sini un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır. Gıda sanayi içerisindeki katma değerlerinin payını sırasıyla başka yerde sınıflandırılmamış gıda sanayi (%22.23) ve sebze-meyve işleme sanayi (%15.56) takip etmektedir. Buna benzer durum AB-28 ülkelerinde gıda sanayi katma değerinin %27.46'sını un ve unlu mamuller sanayi karşılamaktadır (Popescu ve ark., 2021).

Şekil 6. Un ve unlu mamuller sanayi katma değerinin gıda sanayi içindeki payı



Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayinin katma değeri yıllar itibariyle Çizelge 8'de gösterilmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %69.84'ünün fırın ve unlu mamuller imalatında gerçekleşen katma değer olduğu tespit edilmiştir. Son on yıl içerisinde un ve unlu mamuller sanayinde

artan oranda ve 2010 yılından 2020 yılına gelene kadar beş kattan fazla bir artış yaşandığı görülmektedir. On yıllık süreçte yıllar içerisinde ortalama %18.60 oranında bir artış yaşandığı belirlenmiştir.

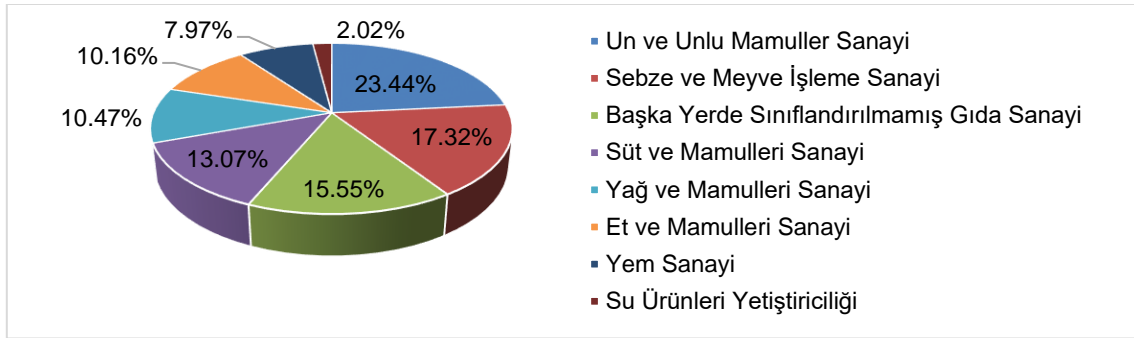
Çizelge 8. Un ve unlu mamuller sanayi katma değerinin yıllar itibariyle değişimi (bin TL)

Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Değer	%	Değer	%	Değer	%
2010	983 612	31.53	2 136 348	68.47	3 119 959	100.00
2011	1 304 094	33.74	2 561 570	66.26	3 865 664	100.00
2012	1 352 164	29.31	3 260 392	70.69	4 612 555	100.00
2013	1 519 228	27.69	3 967 969	72.31	5 487 197	100.00
2014	1 927 575	29.94	4 509 552	70.06	6 437 127	100.00
2015	2 148 764	28.28	5 450 478	71.72	7 599 242	100.00
2016	2 502 572	28.34	6 327 193	71.66	8 829 765	100.00
2017	2 889 690	29.32	6 967 399	70.68	9 857 089	100.00
2018	3 403 664	28.02	8 743 028	71.98	12 146 692	100.00
2019	4 261 362	28.54	10 670 305	71.46	14 931 667	100.00
2020	5 155 648	30.16	11 940 705	69.84	17 096 353	100.00

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayi toplam mal ve hizmet satın alımlarının gıda sanayi içindeki payı Şekil 7'de verilmiştir. Mal ve hizmetlerin toplam satın alımları, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı sabit sermaye tüketimi olarak kaydedilen sermaye mallarının tüketimi hariç, üretim sürecindeki tüketim veya yeniden satış için hesap dönemi boyunca satın alınan tüm mal ve hizmetlerin

değerini içermektedir (TÜİK, 2023). Mal ve hizmetlerin toplam satın alımları 2020 yılında 9 424 milyar TL olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2021b). Türkiye'de 2020 yılında gıda sanayinin mal ve hizmet satın alımları 410 milyar TL'dir. Gıda sanayi içerisinde en yüksek payı (%23.44) un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır.

Şekil 7. Un ve unlu mamuller sanayi mal ve hizmet satın alımlarının gıda sanayi içindeki payı

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayinin toplam mal ve hizmet satın alımları yıllar itibariyle Çizelge 9'da verilmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %51.73 öğütülmüş tahıl ürünleri ve nişastalı ürünler imalatında gerçekleşen satın alımların olduğu tespit edilmiştir. Son on yıl içerisinde un ve unlu mamuller sanayinde artan oranda ve 2010 yılından 2020 yılına gelene kadar dört kattan fazla bir artış yaşandığı görülmektedir. On yıllık süreçte

yıllar içerisinde ortalama %17.42 oranında bir artış yaşandığı belirlenmiştir. İkiz ve Erdoğan (2021) tarafından yapılmış çalışmada COVID-19 krizleri sırasındaki fiyat artışına rağmen, evde tüketilen ortalama yemek sayısının önemli ölçüde arttığı bunun nedeninin ise pandemi sırasında evden çalışan tüketicilerin ve çevrimiçi eğitim alan öğrencilerin sayısındaki artışın olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 9. Un ve unlu mamuller sanayi mal ve hizmet satın alımlarının yıllar itibariyle değişimi (bin TL)

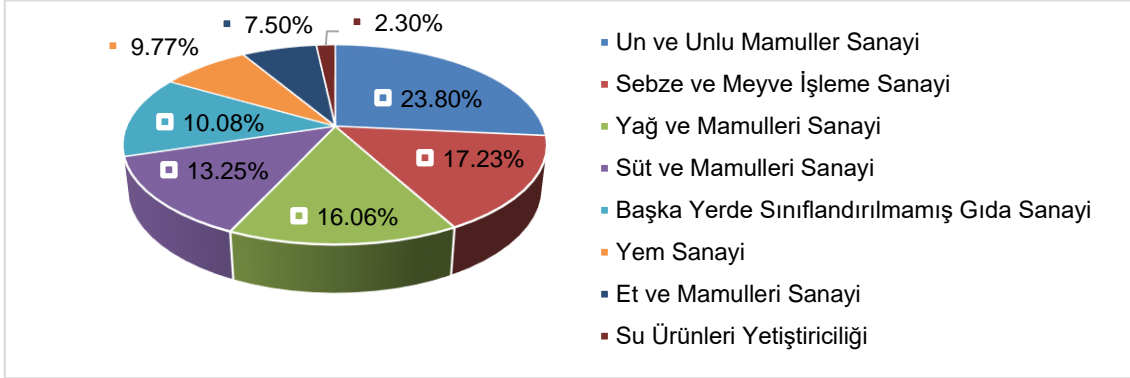
Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
2010	10 532 481	53 59	9 122 888	46 41	19 655 369	100 00
2011	13 254 753	54 69	10 980 034	45 31	24 234 787	100 00
2012	13 322 115	52 57	12 020 947	47 43	25 343 061	100 00
2013	15 302 791	51 22	14 576 095	48 78	29 878 885	100 00
2014	18 247 584	51 01	17 525 564	48 99	35 773 147	100 00
2015	20 290 041	52 44	18 402 996	47 56	38 693 037	100 00
2016	22 765 523	52 71	20 427 577	47 29	43 193 101	100 00
2017	26 311 560	51 54	24 736 171	48 46	51 047 730	100 00
2018	31 661 388	51 17	30 211 756	48 83	61 873 144	100 00
2019	40 176 892	50 77	38 959 181	49 23	79 136 073	100 00
2020	49 796 083	51 73	46 466 496	48 27	96 262 579	100 00

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Un ve unlu mamuller sanayi toplam yıllık gelirlerinin gıda sanayi içindeki payı Şekil 8'de verilmiştir. Ciro, yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinin kapsadığı referans dönemde gözlem birimi tarafından fatura edilmiş mal ve hizmet satışlarının toplamı olarak ifade edilmektedir (TÜİK, 2023). Toplam ciro 2020 yılında 10 576 milyar TL'dir (TÜİK, 2021b). Türkiye'de 2020 yılında gıda sanayinin toplam cirosu yaklaşık 447 milyar TL'dir. Gıda sanayi içerisinde en yüksek payı (%23.80) un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır. AB-28 ülkelerinde ise un ve gıda sanayi gelirinin

%17.52'sini un ve unlu mamuller sanayi oluşturmaktadır (Popescu ve ark., 2021).

Un ve unlu mamuller sanayi işletmelerinin toplam geliri yıllar itibariyle Çizelge 10'da verilmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinde 2020 yılında %51.37 fırın ve unlu mamuller sanayi imalatında gerçekleşen toplam ciro olduğu tespit edilmiştir. Son on yıl içerisinde un ve unlu mamuller sanayinde artan oranda ve 2010 yılından 2020 yılına gelene kadar yaklaşık beş kat artış yaşandığı ve yıllar içerisinde ortalama %17.42 oranında bir artış gerçekleştiği belirlenmiştir.

Şekil 8. Un ve unlu mamuller sanayi toplam cirosunun gıda sanayi içindeki payı

Kaynak : (TÜİK, 2023)

Çizelge 10. Un ve unlu mamuller sanayi gelirinin yıllar itibariyle değişimi (bin TL)

Yıllar	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri ve Nişastalı Ürünler		Fırın ve Unlu Mamuller İmalatı		Un ve Unlu Mamuller Sanayi	
	Değer	%	Değer	%	Adet	%
2010	10 901 457	50.31	10 767 764	49.69	21 669 221	24.74
2011	13 848 114	51.64	12 966 211	48.36	26 814 325	24.48
2012	14 181 605	49.00	14 763 267	51.00	28 944 872	23.66
2013	16 328 730	47.92	17 742 829	52.08	34 071 559	24.44
2014	19 432 533	48.26	20 834 678	51.74	40 267 211	24.15
2015	22 213 224	49.07	23 051 124	50.93	45 264 348	24.44
2016	24 032 924	48.27	25 756 676	51.73	49 789 600	24.35
2017	28 054 008	48.31	30 017 654	51.69	58 071 661	24.03
2018	33 269 870	47.20	37 223 728	52.80	70 493 598	23.82
2019	42 501 105	47.59	46 813 194	52.41	89 314 299	24.81
2020	51 680 329	48.63	54 589 169	51.37	106 269 498	23.80

Kaynak : (TÜİK, 2023)

3.1 Un ve Unlu Mamuller Sanayi SWOT Analizi

Türkiye'nin un ve unlu mamuller sanayi alanındaki SWOT analizi kapsamında literatür taraması yapılmış ve kurumsal veriler incelenmiştir. Yapılan tarama sonucunda elde edilen bilgiler derlenerek SWOT analizine son şekli verilmiştir. Türkiye'nin un ve unlu mamuller sanayi alanındaki SWOT analizi Çizelge 11'de gösterilmiştir.

Un ve unlu mamuller en eski ve temel gıda maddeleri olmasına rağmen sektörün birçoğu kronik olmak üzere çözüm bekleyen zayıf yönleri bulunmaktadır (Taş ve Salan, 2017). Bu sektöre yapılan yatırımların büyük bir kısmının kullanılmadığı ve birçok kaynağın israf edildiği bilinmektedir (TUSAF, 2023). Un ve unlu mamuller sanayinde en önemli sorun atıl kapasitedir. Atıl kapasitenin değerlendirilmesi, istihdam ve döviz girdisini arttırmak açısından önem kazanmaktadır (Günalp ve ark., 2002).

Endüstriyel buğday tercihi kullanım amacına göre değişmektedir. Örneğin ekmeklik

buğdayın protein içeriği, kalitesi ve un verimi yüksek olması gerekirken, bisküvilik buğday için düşük protein oranı tercih edilmektedir (Taş ve Salan, 2017). Bununla birlikte hammaddenin aynı kalite ve standartlarda olması istenmektedir. Hammaddenin aynı kalite ve standartta ve talep edilen miktarda temin edilememesi Türkiye açısından önemli bir zayıf yöndür (Radavuş, 2001). Buna yönelik olarak ürün kalitesini artırmayı amaçlayan politika stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Üretimde kullanılan hammaddeler kadar üretim sürecinde yer alan personeller de önemlidir. Sürekli üretimden dolayı izinlerin kullanılmaması, gece saatlerinde çalışmanın daha yoğun olması vb. nedenler bu sektörün çalışmak için cazip bir yer olarak görülmemesine yol açmaktadır. Bu nedenlerle nitelikli eleman sorunlarıyla karşı karşıya kalınabilmektedir. Nitelikli işgücü temininde yaşanan sorunlar firmaların hijyen kurallarına ve kalite standartlarına yeterince uyum sağlayamamalarına neden olabilmektedir (Taş ve Salan, 2017). Bu konuda hijyen ve kalite standartları ile ilgili denetimler yürütülmekle

birlikte, bu konuda bilinç düzeyinin artırılması gerekmektedir.

Un ve unlu mamuller sanayi bir taraftan kalite düşüklüğü ve çeşit bolluğu sorunları ile karşı karşıya iken; öte yandan sektörde çok sayıda un ve unlu mamuller firmasının kurulması ve bu firmaların küçük ölçekli olmasına rağmen kurulu kapasitenin oldukça yüksek tutulması nedeniyle yaşanan yoğun rekabet; kayıt dışı ekonominin etkisi altında haksız rekabete karşı mücadele etmek zorundadırlar. Ayrıca firmaların küçük ölçekli olması kaynak yetersizliğine ve bundan dolayı kalite ve standartların altında üretim yapılmasına ve yeterli kalifiye eleman çalıştırılmamasına neden olmaktadır (Günalp ve ark., 2002). Dolayısıyla sektörün hem piyasa düzenlemesine hem de rekabet gücünü artırmak için kurumsal bir yapıda yönetimine ihtiyacı bulunmaktadır.

Üretim için yapılan maliyetlerinin sürekli artması, çeşitli yasal işlemlerin ve zorunlu yasal belgelerin alınmasının mali yükü, vergilerdeki artış, nakit akışlarının yavaş ve düşük olması, işletmeleri ekonomik koşullardan olumsuz etkileyen faktörler arasında görülmektedir (Azabağaoğlu ve Demirarslan, 2012). Diğer sektörlerde olduğu gibi, Türkiye’de un ve unlu mamuller sanayinde de hammadde, işçilik, enerji ve pazarlama maliyetleri son dönemde iyice artan bir tehdit olarak görülmektedir. Ayrıca un ve unlu mamuller sanayinde son on yılda %54,35 oranında işletme sayılarında bir artış görülmekte olup, artan rekabetten dolayı üretici kar marjları giderek düşmektedir.

Gelişmiş ülkelerdeki benzer sektörlerde olduğu gibi un ve unlu mamuller sektöründe de çalışanların kendi alanları ile ilgili eğitim almaları gerekmektedir. Ekmek ve hamur işleri sektörü Türkiye’de sanayinin gelişmesinde yerini alamadığı için özellikle küçük işletmelerde eğitilmiş eleman yetiştirilmesi ve istihdamı amacına

ulaşamamıştır (Taş ve Salan, 2017). Bu mesleğe yönelik eğitim veren eğitim kurumlarında yetiştirilen bireylerin farklı sektörlere yönelmesi önlenmeli ve kendi sektörlerinde çalışmalarını teşvik edilmelidir.

Üretim tekniklerinin gelişmesi, un ve unlu mamul çeşitlerine olan talebin artması, yurt dışında üretilen çeşitlerin Türkiye’de de üretilecek olması, ürün seçimi ve kalitesi açısından rekabetin arttığına işaret etmektedir. Bu nedenle giderek artan rekabet ortamında ayakta kalabilmek için teknolojinin gelişimini takip etmek ve ürün kalitesi ile rekabet edebilmek için uyulması gereken hijyen kurallarına dikkat çok önemlidir.

Ticaret ağının geniş olması yönü değerlendirilerek, mevcut pazarlarda daha etkin hale gelmeyi ve yeni pazarlar açmayı hedeflemek fırsatları değerlendirmeye yönelik stratejiler olacaktır. Nitekim, Rusya-Ukrayna savaşında tüm dünyada gıda arzı güvenliğinde meydana gelen sorunlara Türkiye arabuluculuk yaparak Tahıl Koridoru gibi önemli bir gelişme sağlamıştır.

Un ve unlu mamullerin insan beslenmesinde önemli olması ve sürekli talebin olması, üretilen hammaddenin kalite sorunları olabilesine rağmen yeterli olması, firmaların sürdürülebilirliği açısından güçlü yön olarak ifade edilmektedir. Artan nüfusla birlikte tüketicilerin farklı beslenme trendleri talep ettiği görülmektedir. Bu bağlamda yeni beslenme trendlerini karşılamak için katma değeri yüksek ürünler üretilmesinin hedeflenmesi ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır. Bunun için ise günümüzde hızla ilerleyen teknolojik gelişmelerin sektöre uyarlanmasını sağlayacak çalışmalar yürütülmelidir. Katma değeri yüksek ürünlerle geniş ticaret ağının kullanılmasıyla, yeni pazarlama yöntemlerini kullanarak piyasalara dahil olmak küresel boyutta Türkiye’ye güç edinimi sağlayacaktır.

Çizelge 11. Türkiye’nin un ve unlu mamuller sanayine yönelik SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER (STRENGTHS)	ZAYIF YÖNLER (WEAKNESS)
Ticaret ağının geniş olması Sürekli talep Yeni beslenme trendleri	<ul style="list-style-type: none"> • Hammaddede kalite sorunu • Nitelikli eleman eksikliği • Âtıl kapasite • Pazarlama yöntemlerinin yetersizliği • Çoğunluğun küçük işletmeden oluşması • Kar marjı düşük
FIRSATLAR (OPPORTUNITIES)	TEHDİTLER (THREATS)
Mevcut pazarlarda derinleşmek Yeni pazarları ticaret ağına katmak Değişen tüketim trendlerine uymak Geliştirilebilir üretim teknikleri Teknolojik olarak gelişime açık olması Küresel ve politik imkanların değerlendirilebilmesi	<ul style="list-style-type: none"> • Artan girdi maliyetleri • Personel eğitim seviyesinin düşük olması • Küresel ve politik sorunlar • Finansal sorunlar • Gıda güvencesi • Tarımsal haksız rekabet koşulları • Üretici kar marjları düşmesi

4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Un ve unlu mamuller sanayi Türkiye'de istihdam, üretim değeri, katma değeri açısından gıda sanayi içerisinde önemli bir konumdadır. Un ve unlu mamuller sanayi son on yıllık süreç içerisinde işletme sayılarında %52,35, istihdam edilenlerin sayılarında ise %56,42'lik bir artış yaşandığı görülmüştür. Bu açıdan un ve unlu mamuller sanayisinin yıllar içerisinde geliştiği söylenebilmektedir. Ülke ve bölgelerin gelişimi için önemli bir sektör olan un ve mamulleri sanayinin artan gelişimine, çağın teknolojik gelişmelerine uyum sağlayarak devam edilmesi gerekmektedir.

Un ve unlu mamuller sektörüne yapılan yatırımlar talep doğrultusunda oluşturulmayıp işletmeler âtıl kapasite ile çalışabilmektedir. Bu durum hem ülke ekonomisi hem de girişimciler için büyük bir kayıptır. Bu nedenle bu sektördeki yeni yatırımların fizibilitelerinin iyi değerlendirilmesi fiili kapasitelerinin kuruluş kapasitelerine yakın olması gerekmektedir.

Türkiye'nin ekim alanları kullanılabilir son sınırına ulaşmıştır ve üreticiler, gider/gelirlerine bağlı olarak tek yıllık bitkilerden dönemlik vazgeçebilmektedir. Bu durumda hem iç tüketim hem de un ve makarna ihracatı için ihtiyaç duyulan buğdayın ithal edilmesi gerekmektedir. Ayrıca Türkiye buğday vb. ürünlerin üretiminde önemli bir ülke olmasına rağmen sanayinin hammadde kalitesi konusunda sorunları vardır. Bu sorunlar, buğdayda kendine yeterli olabilecek sayılı ülkelerden biri olmasına rağmen un ve unlu mamuller sanayi sektöründe ithal buğday kullanmasına sebep olan faktörlerden birisidir. İthalat, Türkiye gibi önde gelen buğday üreticisi bir ülke için büyük bir döviz kaybı anlamına gelmektedir. Bu nedenle çiftçiler hammadde kalitesinin önemi hakkında bilinçlendirilmelidir. Özellikle kımıl, süne ve diğer zararlılara karşı ciddi bir mücadele verilmelidir. Hammaddede yeterli kaliteyi sağlamak için ciddi bir üretim politikası gerekmektedir. Üretim politikası, ürünlerin belirli kalite özelliklerini sağlamak için yetiştirme teknikleri (çeşit, gübreleme, sulama) ile kalite arasındaki ilişkiyi gösteren yöresel çalışmaları içermelidir.

Un sektöründeki işletmelerin büyük çoğunluğunun küçük işletme olması da başka bir sorundur. Küçük işletmeler kaynak yetersizliği nedeniyle hammadde satın almada nitelikli personel çalıştırmada önemli zorlukla karşılaşmakta, daha düşük kalite ve standartlarda üretim yapmaktadır. Yine bu firmalar kaynak yetersizliğinden dolayı hammadde depolayamadıkları için hammadde fiyatlarının artması da maliyetleri artırmaktadır. Bu firmalar için banka kredisi almanın maliyeti oldukça yüksektir. Bu durum bu firmaların büyümesini ve gelişmesini olumsuz etkilemektedir.

Gıda sanayi içerisinde önemli bir paya sahip olan un ve unlu mamuller sanayinin gelişimi amacıyla teşvik politikaları geliştirilmelidir. Özellikle bu sektörün katma değeri yüksek ürünler üretmeye yönelik Ar-Ge çalışmaları geliştirilmesi sağlanmalıdır. Buna bağlı olarak yeni pazarlama yöntemleri değerlendirilerek pazar ağının genişletilmesi yoluna gidilmelidir.

5. KAYNAKLAR

- Akgün, E. ve Hatırlı, S. A., 2022, Un Ve Unlu Mamuller Alt Gıda Sektöründeki Firmaların Ar-Ge Ve Yenilikçilik Düzeylerinin Belirlenmesi: Tr52 Bölgesi, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24 (42), 435-447.
- Aktaş, E. ve Yurdakul, O., 2001, The analysis of flour mill industry in Turkey, *Munich Personal RePec Archive*, 1, 15.
- Azabağaoğlu, Ö. ve Demirarslan, V., 2012, Türkiye'deki un ve unlu mamul İşletmelerinin pazarlama yönetimleri açısından incelenmesi: Edirne İli örneği, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 1-14.
- Boyacıoğlu, M. ve D'apponia, B., 1994, Durum wheat and bread products, *Cereal Foods World*, 39 (3), 168-174.
- Cappelli, A., Oliva, N. ve Cini, E., 2020, A systematic review of gluten-free dough and bread: Dough rheology, bread characteristics, and improvement strategies, *Applied Sciences*, 10 (18), 6559.
- Demirarslan, V., 2013, Türkiye'deki un ve unlu mamul işletmelerinin pazarlama yöntemleri açısından incelenmesi: Edirne ili örneği *Akademik Bakış Dergisi*, 34, 1-18.
- FAO, 2012, FAO Statistical Yearbook 2012, web (Food and Agriculture Organization of the United Nations), <https://www.fao.org/3/i2490e/i2490e00.htm>: [20.05.2023].
- Günalp, V., Tipi, T. ve Özsayın, D., 2002, Türkiye'de un ve unlu mamüller sanayinin yeri ve önemi, Türkiye V, *Tarım Ekonomisi Kongresi*, 18-20.
- İkiz, D. ve Erdoğan, Ç., 2021, Food Processing Ingredients, Turkey, *Global Agricultural Information Network, USDA (United States Department of Agriculture)*.
- Kadakoğlu, B. ve Karlı, B., 2022, Türkiye Ekonomisinde Tarıma Dayalı Sanayinin Önemi ve Gelişim Süreci, *Türk Bilim ve Mühendislik Dergisi*, 4 (1), 50-59.
- Kızılaslan, H. ve Kösal, Ö. F., 2013, Kocaeli merkez ilçede un ve unlu ürünler sanayisinin yapısal özellikleri, üretim ve pazarlama sorunları, *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 2, 41-59.
- Ostojčić, A., Vaško, Ž. ve Brković, D., 2020, Assessment of wheat self-sufficiency in Bosnia and Herzegovina, *IX International Symposium on Agricultural Sciences*, 171.
- Özaydın, G., 2022, Konya ili tarımsal sanayi işletmelerinde yenilik yönetimi uygulamalarının analizi, *Selçuk Üniversitesi*, Konya.

- Özaydın, G. ve Direk, M., 2022, Classification of Agricultural Industrial Enterprises in Turkey. 1st International Conference on Sustainable Ecological Agriculture. Konya.
- Popescu, A., Dinu, T. A., Stoian, E. ve Serban, V., 2021, Trends in the milling and baking industry in the EU-28 and Romania in the period 2015-2019, *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 21 (1), 601-612.
- Radavuş, E., 2001, Adana'daki un sanayi işletmelerinin temel işletme ve yönetim işlevlerinin araştırılması, *Çukurova Üniversitesi*, Adana, 90.
- Shiferaw, B., Smale, M., Braun, H.-J., Duveiller, E., Reynolds, M. ve Muricho, G., 2013, Crops that feed the world 10. Past successes and future challenges to the role played by wheat in global food security, *Food Security*, 5, 291-317.
- Stereov, N., 2014, Competitive changes of food production in Bulgaria, *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 13 (1), 109-122.
- Taş, A. ve Salan, A., 2017, Un ve Unlu Mamuller Sektör Raporu, Tekirdağ,
- TUSAF, 2022, Un ihracatı verileri, web (Türkiye un sanayicileri federasyonu), <https://www.tusaf.org/TR.70/istatistikler.html>: [01.06.2023].
- Türkiye Un Sanayicileri Federasyonu, 2023. Çukurova Un Sanayicileri Derneği (ÇUSD) Ev Sahipliğinde TUSAF Genişletilmiş Yönetim Kurulu Toplantısı. TUSAF Dergisi p. 1-112.
- TÜİK, 2021a, Ücretli Çalışan İstatistikleri, web (Türkiye İstatistik Kurumu), <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ucretli-Calisan-Istatistikleri-Ocak-2021-37498&dil=1>: [15.02.2023].
- TÜİK, 2021b, Girişim sayısı, istihdam ve üretim değerleri, web (Türkiye İstatistik Kurumu), <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Sanayi-ve-Hizmet-Istatistikleri-2020-37190>: [16.02.2023].
- TÜİK, 2022, Tarımsal istatistikler, web (Türkiye İstatistik Kurumu), <https://www.tuik.gov.tr>: [02.10.2022].
- TÜİK, 2023, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, web (Türkiye İstatistik Kurumu), <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=sanayi-114&dil=2>: [08.02.2023].
- Yılmaz, A. M. ve Tomar, O., 2022, Türkiye'de Buğdayın Kendi Kendine Yeterlilik ve İthalata Bağımlılık Açısından Değerlendirilmesi, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* (41), 449-456.