

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

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

Bisküvi üretiminde kullanılan hammaddeler oldukça fazladır: Bunlar; un, nişasta, yağ, şeker, dekstroz, invert şeker ve diğer şeker şurupları, bal, malt ekstraktı, melas, tuz, su, sodyum bikarbonat, amonyum bikarbonat, süt, yoğunlaştırılmış süt, 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 aromalardır.

Üretimde kullanılan un, buğday unu olup toplam hammaddenin %50-65’ini oluşturmaktadır. Unda bulunan protein oranının %9,5 olması tercih edilmektedir. Mayalandırma yapılacak ise protein değeri yüksek buğday unları da kullanılabilir. Unda bulunan ve öz olarak da kabul edilen gluten, bisküvinin kalitesinde önemli bir faktördür. Farklı cinsteki bisküvilerin üretimi için farklı kalitede una ihtiyaç duyulmaktadır. Buğday unundan başka yulaf, çavdar, pirinç, soya ve patates unu veya bu ürünlerin nişastaları da kullanılmaktadır.

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

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

DÜNYA TATLI BİSKÜVİ TİCARETİ

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

DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İTHALATI

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

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

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

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

DÜNYA TATLI BİSKÜVİ İHRACATI

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

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

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

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

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

TÜRKİYE'NİN BİSKÜVİ ÜRETİMİ

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

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

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

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

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

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

TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İHRACATI

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

Türkiye'nin Bisküvi İhracatı

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

Kaynak: TÜİK

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

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

Tablo 5-Türkiye'nin Bisküvi İhracatı (Bin \$)

	Ülke Adı	2008	2009	2010	2011
1	Irak	71.367	74.491	99.729	124.327
2	S.Arabistan	30.441	29.280	28.510	29.351
3	Yemen	6.056	6.202	10.352	28.710
4	İsrail	12.487	8.890	10.556	16.320
5	Almanya	19.427	17.669	17.714	15.350
6	Lübnan	7.756	8.793	7.769	13.819
7	Azerbaycan	7.752	8.528	9.327	12.589
8	Libya	11.534	11.167	11.834	11.870
9	Cezayir	5.371	7.940	9.802	11.067
10	Arnavutluk	9.128	5.688	9.087	11.014

Kaynak: TÜİK

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

TÜRKİYE'NİN TATLI BİSKÜVİ İTHALATI

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

Türkiye'nin Bisküvi İthalatı

Yıl	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Değ.-% Miktar	Değ.-% Değer
2002	1.196	3.608	-	-

2003	1.293	4.264	8,1	18,2
2004	1.583	6.047	22,4	41,8
2005	2.480	9.700	56,7	60,4
2006	3.132	11.828	26,3	21,9
2007	3.587	14.355	14,5	21,4
2008	4.673	18.786	30,3	30,9
2009	4.934	18.670	5,6	-0,6
2010	5.800	20.566	17,5	10,2
2011	5.918	21.685	2,0	5,4

Kaynak:TÜİK

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

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

Tablo 7-Türkiye'nin Bisküvi İthalatı (Bin \$)

	Ülke Adı	2008	2009	2010	2011
1	Polonya	11.177	10.765	9.810	8.452
2	İtalya	589	318	541	3.455
3	Hollanda	1.828	2.096	5.330	3.404
4	Bulgaristan	1.715	1.638	2.370	2.065
5	Almanya	626	845	783	1.103
6	İsveç	406	418	574	505

7	İsviçre	55	78	395	344
8	Yunanistan	0	1	7	334
9	İngiltere	478	530	409	107
10	A.B.D.	212	77	66	106

Kaynak: TÜİK

SONUÇ

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

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

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

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

Üretilen bisküvinin kalitesinin standartlara uyma zorunluluğu, özellikle ihracat yapan firmalar için önem kazanmaktadır. Standart bir üretim yapılabilmesi için yatırımlarda ve kullanılan hammaddelerde seçici olunması gerekmektedir. İstenilen kalite ve çeşitte ürün imal etmek, en önemli hammadde olan unun sürekli ve aynı kalitede temin edilebilmesine bağlıdır.

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

KAYNAKLAR

İGEME Bisküvi Raporu, 2011

TÜİK Verileri