



## İSMAİL UĞURAL

# Ekmek ekonomisini iyi tanıyalım (I)

**G**ünümüzde gıda maddelerinin çeşitliliğinin inanılmaz derecede çokluğuna rağmen 'ekmek' bütün dünyada önemini halen devam ettiriyor. Özellikle Türkiye'de gıda denildiğinde ekmeğin çok özel bir konumu var. O kadar ki 2007'de yılda 200 kilo kişi başı ekmeğin tüketimi ile dünyada en çok ekmeğin tüketen ülke olarak Guinness Rekorlar Kitabı'na bile girdik. Öyleyse halkımızın aynı zamanda bir 'nimet' olarak kabul ettiği bu değerli yiyeceğin ekonomik arka planını görmeye çalışalım. Okan Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölüm Başkanı ve Doruk Group Ar-Ge Koordinatörü Prof. Dr. M. Hikmet Boyacıoğlu ile "Ekmek Ekonomisi"ni konuştuk.

**AMBALAJLI GIDA BÜYÜYOR** - Prof. Dr. M. Hikmet Boyacıoğlu, "Özellikle ABD ve Avrupa'da olmak üzere devam edegelen küresel ekonomik belirsizliğe rağmen, ambalajlı gıda pazarı 2011 yılında, 2.1 trilyon doları geçen perakende satış değeri ile büyümeye devam ediyor. Unlu mamuller ve süt ürünleri (her ikisi de temel gıdalar olarak kabul edilmekte) ise iki en büyük ürün kategorisi konumunu sürdürüyor. Üstelik bu iki kategori küresel ambalajlı gıdalar perakende satış değerinin yüzde 40'ından fazlasına karşılık geliyor. Küresel ambalajlı gıdalar perakende satış hacmi 2011'de 560 milyon tonu aşmış durumda. Sonuç olarak küresel ölçekte ambalajlı gıda sektörü giderek daha da büyüyecek" diyor.

**KÜRESEL EKMEK PAZARI** - Boyacıoğlu, "Tabii bu çerçevede 'Küresel Ekmek Pazarı'nın da

boyutu genişliyor. Pazarın perakende satış hacminin 2011 yılı itibarıyla 125 milyon tonu geçtiğini söylersek işin büyüklüğü daha iyi anlaşılır. Söz konusu büyüklüğün parasal karşılığı ise 220,5 milyar dolar. Demek ki küresel ambalajlı gıda sektöründe ekmeğin çok ciddi ve büyüyen bir payı bulunuyor. Bu arada dikkat çekici bir husus da, dünya genelinde 'Tam Tahıl' beyanı ile piyasaya sürülen ürün sayısındaki önemli artıştır. Başka ifadeyle 'Tam Tahıl' ürünlere karşı artan bir talep var" diye konuşuyor.

**TÜRKİYE'DE DURUM** - Ülkemizde ekmeğin perakende satış hacminin 2007 yılında 10,7 milyon tondan 2012 yılında 11,6 milyon tona çıktığını ifade eden Boyacıoğlu, pazarın analizini şöyle yapıyor: "Türkiye'de paketli/endüstriyel ekmeğin 11,6 milyon tonluk toplam satış hacminin içinde sadece 43.300 ton olduğunu vurgulamak istiyorum. Ekmek ikamelerinin de 2.900 ton olduğunu göz önüne alırsak Türkiye'deki ekmeğin çok büyük bir oranda 'açıkta satış'tan oluştuğunu söyleyebiliriz. Ancak paketli ürün talebinin giderek artmakta olduğunu da göz ardı etmemek gerekir. Diğer yandan pazarın perakende satış değerlerine bakarsak, bu rakamın 2007'de 21,5 milyardan 2012'de 30,1 milyar liraya yükseldiğini görüyoruz. Tabii bu tutarın içinde paketlenmemiş ekmeğin son derece büyük, yani 29,9 milyar lira."

**BEYAZ EKMEK** - Bilindiği gibi beyaz ekmeğin geleneksel damak tadımızdaki ağırlığı çok fazla. Ama son yıllarda tam tahıl ve çavdara doğru artan bir talep

de yok değil. Boyacıoğlu şu değerlendirmeyi yapıyor: "Paketli ekmeğin pazarının ekmeğin tipine göre dağılımına baktığımızda beyaz ekmeğin payının yüzde 40, tam tahılın yüzde 20, çavdarın yüzde 10 ve diğerlerinin de yüzde 30 olduğunu gözlemliyoruz. Ekmek, hemen her öğünde tüketiliyor ve temel gıda olarak kabul edildiğinden, satışları enflasyon veya diğer ekonomik sorunlardan genel olarak etkilenmiyor. Gerçekte, satışlar kriz dönemlerinde artış gösterme eğiliminde oluyor. Çalışan çiftlerin sayısı arttıkça, tüketiciler tüketime hazır gıdalar ve kolay ürünler için süpermarketlere yöneliyorlar. Paketli/endüstriyel ekmeğin üreticilerinin reklamları ve piyasaya sunduğu yeni ürünlerin yanı sıra yeni 'Ekmek Tebliği' dolayısıyla, paketlenmemiş/butik ekmeğin pazar payının bir miktar azalmasını bekliyoruz. Sonuç olarak eğer ambalajlı ekmeğin tüketimi artarsa, ekmeğin israfını oldukça önemli oranda azaltma şansımız var. Ayrıca ambalajlı ekmeğin tüketici sağlığı ve hijyen açısından da çok önemli. Bu yüzden ambalajlı ekmeğin tüketimi konusunda kamuoyunun bilinçlenmesi gerekiyor."

**YÜKSEK HİJYEN** - Boyacıoğlu sözlerini şöyle tamamlıyor: "Dengeli bir diyet sağlıklı bir yaşamın temeli. Yalnızca tek bir çeşit ekmeğin tüketilmesi değil her öğünde farklı çeşitte ekmeğin tüketilerek besin öğelerini değişik kaynaklardan sağlayabildiğimiz gibi farklı lezzetleri de tatmalıyız. Sonuç olarak ekmeğin hammaddesinden üretimine, dağıtımından satışına her türlü şartı eksiksiz yerine getirerek yüksek hijyen standartlarında hazırlanmalı ve tüketiciye ulaştırılmalıdır."