

**ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ERKAN AKTAŞ

TÜRKİYE'DE UN SANAYİ SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ADANA, 2000

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE UN SANAYİ SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

Erkan AKTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Bu Tez 02/02/2000 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oy Birliği / Oy Çokluğu İle Kabul Edilmiştir.

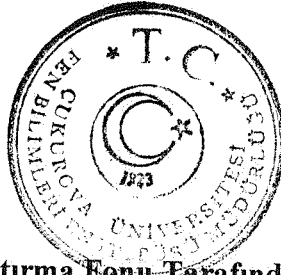
Prof.Dr. O. YURDAKUL
DANIŞMAN

Prof.Dr. F. EMEKSİZ
ÜYE

Doç.Dr. N. ÖREN
ÜYE

Bu Tez Enstitümüz Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Hazırlanmıştır.

Kod No: 1701



Prof. Dr. Melih BORAL
Enstitü Müdürü

Bu Çalışma Ç.Ü. Araştırma Fonu Tarafından Desteklenmiştir.
Proje No: FBE .98. YL . 38

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER	SAYFA
ÖZ.....	I
ABSTRACT.....	II
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....	III
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	V
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	VIII
1. GİRİŞ.....	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	3
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	7
3.1. Materyal.....	7
3.2. Yöntem.....	7
3.2.1. Örnek İşletmelerin Seçilmesinde Uygulanan Yöntem.....	7
3.2.2. Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesinde İzlenen Yöntem.....	9
3.2.3. Sektör Analizinde Kullanılan Yöntem.....	9
3.2.3.1. Sektör Yapısının Ölçülmesinde Kullanılan Yöntem.....	13
4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR.....	16
4.1. Un Sanayii Sektörünün Tanımı.....	16
4.1.1. Un Sanayiinde Üretim Teknolojisi ve Pazarlama.....	16
4.1.1.1. Un Üretim Teknolojisi.....	16
4.1.1.2. Un Sanayiinde Depolama.....	17
4.1.1.3. Un Sanayiinde Pazarlama.....	17
4.2. Dünyada ve Türkiye’de Un Sanayiinin Tarihçesi.....	19
4.3. Dünyada ve Türkiye’de Buğday.....	21
4.3.1. Dünya Buğday Arz ve Talebinde Meydana Gelen Değişmeler.....	21
4.3.2. Türkiye’de Buğday Üretimi ve Politikaları.....	24
4.3.2.1. Türkiye’de Buğday Üretimi.....	24
4.3.2.2. Türkiye’de Buğday Fiyatları ve Dış Ticareti.....	27
4.3.2.3. Türkiye’de Buğday Politikaları.....	28
4.3.2.3.1. Buğday Destekleme Alımları ve Taban Fiyat Politikası.....	32

4.3.2.3.2.	Buğdayın Borsa İşlemleri.....	34
4.4.	Dünyada ve Türkiye’de Un.....	36
4.4.1.	Dünya ve Türkiye’de Un Ticareti.....	36
4.4.1.1.	Dünya Un İhracatı.....	36
4.4.1.2.	Dünya Un İthalatı.....	37
4.4.1.3.	Türkiye’de Un Talebi, Arzı ve Dış Ticareti.....	38
4.5.	Un Sanayi Sektöründe Piyasa Yapısı.....	41
4.5.1.	Un Piyasasında Rekabet.....	41
4.5.1.1.	Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranı.....	42
4.5.2.	Un Sanayi Sektöründe Karlılık ve Rekabeti Etkiyen Faktörler....	44
4.5.3.	Un Sanayi Sektöründe Dikey Entegrasyon.....	45
4.5.4.	Un Sanayiinde Piyasa Yapısına İlişkin Ulusal Politikalar.....	46
4.6.	Un Sanayi Sektöründe Piyasanın Davranış Şekli.....	46
4.6.1.	Fiyat Hareketliliği.....	46
4.6.2.	Üretim Stratejisi ve Yatırım Planları.....	47
4.7.	Un Sanayi Sektöründe Performans.....	51
4.7.1.	Üretim ve Pazarlamada Etkinlik.....	51
5.	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	55
	KAYNAKLAR.....	59
	ÖZGEÇMİŞ.....	63
	EKLER.....	64

ÖZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE UN SANAYİ SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

Erkan AKTAŞ

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Danışman Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL

Yıl: 2000, Sayfa: 72

Jüri Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL

Prof. Dr. Faruk EMEKSİZ

Doç. Dr. Necat ÖREN

Araştırmada öncelikle Dünyada ve Türkiye’de buğday ve un üretimi ve un sanayiinin durumu incelenmiştir. Türkiye’de buğdaya uygulanan destekleme politikaları, un sanayiinde kapasite kullanımı, üretim, ithalat ve ihracat konuları üzerinde durulmuş ve sorunlar saptanmıştır.

Araştırmada Türkiye’deki un üretimi yapan işletmeler incelenmiş, 49 un fabrikası yöneticileriyle anket çalışması yapılmıştır. İşletmelerin kapasiteleri, teknolojik durumu, çalışma sistemleri, üretim miktarları, hammadde temini, pazarlama ile ilgili konular incelenmiş ve sorunlar tespit edilerek çözüm önerileri geliştirilmiştir. Bu veriler, endüstri organizasyon modeli içerisinde, “Yapı, Davranış ve Performans” şeklinde analiz edilmiştir.

Çalışma sonucunda; buğdayda kalite yetersizliği, atıl kapasite ve haksız rekabet hemen hemen bütün işletmelerde ortak sorunlar olarak belirlenmiştir. Mevcut sorunlarına çözüm bulabilen, gerek sermaye gerekse teknolojik açıdan gücünü koruyabilen ve sağlam bir yönetim yapısına sahip olan firmalar sektördeki paylarını korurken, diğerlerinin sektör içindeki payları azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Buğday unu, Un sanayii, Türkiye, Sektör Analizi

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

THE ANALYSIS OF FLOUR MILL INDUSTRY IN TURKEY

Erkan AKTAŞ

UNIVERSITY OF ÇUKUROVA

INSTITUTE OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

DEPARTMENT OF AGRICULTURAL ECONOMICS

Supervisor Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL

Year: 2000, Page: 72

Jury Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL

Prof. Dr. Faruk EMEKSİZ

Associate Prof. Necat ÖREN

In this reseach, firstly, the production of wheat, wheat flour, and, the situation of flour mill industry in the world and Turkey, were investigatited. The support policies which were applied to wheat in Turkey, the capacity for flour mill industry, production, import, export affair were discussed and the problem were determined.

The producer of flour mill in Turkey were analysed. Investigation data was collected by questionnaire from 49 active firms in Turkey. The capacities of the firms, technological levels, the production amount, the supply of row material, and marketing were examined and problems and solution were discussed. Industrial organisation model (Structure, conduct and performans) were used for analysis these data.

Determined problems are inactive capacity, low quality wheat and unfair competition. As a result, which can find solutions to their problems and keep their capital and technological power are claim a stable share in the field, otherwise they lost their shares in the market.

Key words: Flour mill, Flour mill industry, Turkey, Industry analysis

Aileme

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, değerli katkı ve eleştirileriyle beni yönlendiren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL'a teşekkür ederim.

Tez konumun seçilmesinde bana yardımcı olan Sayın Doç. Dr. Ali KOÇ'a, çalışmamda bana destek olan Sayın Prof. Dr. Faruk EMEKSİZ'e, Sayın Yrd. Doç. Dr. Haydar ŞENGÜL'e, Sayın Doç. Dr. Necat ÖREN'e, Sayın Prof. Dr. Şinasi AKDEMİR'e, Un Sanayiciler Derneği Başkanı Sayın İlker TANIK'a ve anket sırasında bana kolaylık gösteren tüm işletme yöneticilerine teşekkür ederim.

KISALTMALAR

BKK	: Bakanlar Kurulu Kararı
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
FAO	: Gıda ve Tarım Örgütü
GV	: Gümrük Vergisi
IGC	: Uluslararası Tahıl Konseyi
İKV	: İktisadi Kalkınma Vakfı
ISIC	: Uluslararası Standart Endüstriyel Sınıflandırma
KARBİR	: Karadeniz Birlik
MPM	: Milli Prodüktive Merkezi
NAFTA	: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi
OECD	: İktisadi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SCP	: Yapı Davranış ve Performans
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TKF	: Toplu Konut Fonu
TMO	: Toprak Mahsulleri Ofisi
TS	: Türk Standartları
TZOB	: Türkiye Ziraat Odaları Birliği
USDA	: Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı
USDA/FAS	: Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı Yabancı Tarım Servisi

ÇİZELGELER DİZİNİ	SAYFA
Çizelge 3.1. Kapasitelerine Göre İşletme ve Örnek Sayıları	8
Çizelge 3.2. İllere Göre İşletme ve Örnek Sayıları.....	9
Çizelge 3.3. Temel Piyasa Yapısı.....	12
Çizelge 3.4.Piyasa Yapısı ve Karlılık.....	13
Çizelge 3.5. Endüstri Yaşam Eğrisi ve Rekabet	13
Çizelge 4.1. Buğday Ununun İçerdiği Kül Miktarına Göre Sınıflandırılması.....	18
Çizelge 4.2. Osmanlı'da 1913-1915 Yıllarında Mevcut Değirmenlerin Sayısı...	20
Çizelge 4.3. Dünyada Buğday Arz ve Talebinde Meydana Gelen Değişmeler...	23
Çizelge 4.4. Başlıca Buğday Üreten Ülkeler.....	24
Çizelge 4.5. Türkiye'de Buğday Alanı, Verimi ve Üretimi.....	25
Çizelge 4.6. Başlıca Un İhracatı Yapan Ülkeler.....	37
Çizelge 4.7. Başlıca Un İthalatı Yapan Ülkeler.....	38
Çizelge 4.8. Türkiye'de Sanayii Unu Üretimi, Talebi ve Dış Ticareti.....	39
Çizelge 4.9. Türkiye'nin Un İhracatı Yaptığı Ülkelerin Dağılımı.....	40
Çizelge 4.10. İller İtibariyle Un Fabrikalarının Kurulu Kapasiteleri.....	41
Çizelge 4.11. Bölgelere Göre Un Fabrikalarının Sayı ve Kapasiteleri.....	42
Çizelge 4.12. Türkiye'de Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranları.....	43
Çizelge 4.13 Üretim Maliyetleri İçinde Maliyet Unsurlarının Payı.....	47
Çizelge 4.14. Fiyat Belirlemede En Önemli Faktörler.....	47
Çizelge 4.15. Un Üretimi ile Kalite Kontrolünün Yapıldığı Yer Arasındaki İlişki.....	49
Çizelge 4.16. Un Üretimi ve Laboratuvarında Bulunan Ekipmanların Durumu.....	49
Çizelge 4.17. Ürün Talebini Etkileyen Faktörlerin Ağırlıklı Olarak Derecelenmesi.....	50
Çizelge 4.18. Anket Yapılan İşletmelerde Atıl kapasiteye Yol Açan Faktörler...	51
Çizelge 4.19. Un Üretimi İle İşletmelerin Son Yıllardaki Pazar Payı Karşılaştırılması.....	52
Çizelge 4.20. Bölgeler İtibariyle Son yıllardaki Pazar Payındaki Gelişmeler	53
Çizelge 4.21. İşletme Büyüklüğü Pazarlama Etkinliğinde Yönetici.....	53

Çizelge 4.22. Rakiplere Göre İşletmenin Üstün ve Zayıf Özelliklerin Ağırlıklı Olarak Ölçeklendirilmesi.....	54
--	----

ŞEKİLLER DİZİNİ	SAYFA
Şekil 3.1. Yapı, Davranış ve Performans Paradigması.....	11
Şekil 3.2. 1959-1980 Yılları Arası ABD’de İmalat Sanayindeki Rekabet.....	15
Şekil 4.1. Türkiye’de Buğday Üretimi ve Verimi.....	26
Şekil 4.2. Türkiye’de Buğday İthalatı ve İhracatı.....	27
Şekil 4.3. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Çiftçi Eline Geçen Buğday Fiyatları.....	28
Şekil 4.4. Destekleme Fiyat Sisteminin İşleyişi.....	33
Şekil 4.5. Türkiye’de Un Üretimi ve Talebi.....	40
Şekil 4.6. Türkiye’de Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranları.....	43
Şekil 4.7. Un Sanayi Sektöründe Rekabeti Etkileyen Faktörler.....	44
Şekil 4.8. Un Sanayi Sektöründe Son Yıllardaki Karlılık	45
Şekil 4.9. İşletmelerin Un Satış Yerleri.....	50

1.GİRİŞ

Dünyamız, bilim ve teknolojinin gelişmesi ve bununla beraber yoğunlaşan toplumsal sorunları birlikte yaşamaktadır. Gündemin bir yanında, bilgi çağının yeni çözümlenmeleri, bir yanında giderek daralan doğal kaynaklara rağmen, hızla büyümeye devam eden toplumun insanca yaşama talep ve belirtileri yer almaktadır.

Teknolojik buluşlar, biyoteknoloji devrimi, yalnızca tarımı değil, sanayii de büyük ölçüde etkilemiştir. Sanayi ile tarım çok yönlü teknik ve fiziki girdi-çıkıtı ilişkisi ile iç içedir. Kaynak aktarım mekanizması yanında bu iki sektör birbiri için pazar oluşturmaktadır. Öz olarak bu iki sektör karşılıklı olarak birbirine muhtaçtır. Tarım-sanayi bütünlüğü anlayışının çok ilginç ve belirleyici bir örneği gıda sanayiidir. Türkiye tarımının, gıda ve diğer tarıma dayalı sanayilere hammadde üretme anlamında, çok önemli potansiyeli vardır. Tarım ürünlerinin katma değerinin yükselmesi, pazar maliyetinin azalması, arz esnekliğinin kazandırılması, pazarlama olanaklarının genişletilmesi ve benzeri bir çok somut gerekçe nedeniyle gıda sanayii Türkiye tarımı açısından da yaşamsal önem taşımaktadır. Dünyada bugün sektörleri birbirinden bağımsız düşünemeyeceğimizden, gıda sanayii yalnızca Türkiye tarımı değil, aynı zamanda Türkiye ekonomisi için de büyük önem taşımaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde, çoğunlukla, ilk kurulan sanayi tesisi un fabrikalarıdır. Son zamanlarda, özellikle gelişmiş ülkelerde proteince zengin gıda maddelerine doğru geçiş olmasına rağmen, undan yapılmış mamuller temel gıda maddeleri arasındaki önemli yerini korumaktadır. Ülkemizde de un üretimi geçmişten günümüze teknolojik olarak büyük değişiklikler göstererek bugünkü durumuna gelmiştir. Başta ekmek olmak üzere çeşitli gıda maddelerinin ana maddesi olan un, günümüz modern öğütme tekniğinin gelişmesi sonucu belirli tip ve randımanlarından değişik sanayi dallarında uygun nitelikte üretilmektedir

Düşük gelirli ülkelerde ve düşük gelirli gruplarında nüfusun önemli bir kısmı yetersiz beslenmektedir. Gıda talebi açısından bakılırsa, yüksek kalorili gıdalar ön plana çıkmaktadır. Undaki yüksek kalori miktarı ve düşük gelirli aileler tüketimi için yaşamsal önem taşıması, ülkemizde gıda sanayii içinde un sanayiinin önemini arttırmaktadır.

Ülkemizde un üretimi, valsli değirmenler yanında Karataş değirmenlerinde de yapılmaktadır. Günümüzde Karataş değirmenleriyle üretime ilişkin istatistikler bulunmamakla birlikte, DPT 1988 yılı programında, ülkemizdeki toplam un üretimi içerisinde, Karataş değirmenlerinin payı %20 tahmin edilmektedir. Karataş değirmencilik giderek yerini modern teknolojilerin yer aldığı un fabrikalarına bırakmaktadır.

Bugün ülkemizde resmi kayıtlara göre toplam 765 adet un fabrikası bulunmaktadır ve bu fabrikaların toplam üretim kapasitesi 18 milyon tondan fazladır (DPT, 1997). Resmi olmayan rakamlara göre ise, Türkiye'deki un fabrikaları sayısı 1000 dolayındadır ve toplam üretim kapasitesi de yaklaşık 30 milyon ton tahmin edilmektedir¹. Bu rakam, Türkiye'deki toplam un üretiminin 3 katına eşdeğerdir. Bu durum, un sanayimizde, dünya un dış ticaretini karşılayacak kadar bir kapasite fazlalığının mevcut olduğunu göstermektedir.

¹ Un Sanayicileri Derneği'nin kayıtlarından alınmıştır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Araştırma konusu ile ilgili olarak, Türkiye’de ve diğer ülkelerde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu bölümde öncelikle bu tür çalışmaların özeti verilmektedir. Sektörün hammaddesi buğday olduğundan, genelde konuyla ilgili kaynaklarda resmi kurum ve organizasyon raporları ön plana çıkmaktadır. Çünkü buğday stratejik bir üründür ve bundan dolayı devlet tarafından fiyatlarına müdahale edilmektedir.

Çalışmaların bir kısmı istatistik bilgi ve raporlara dayalı iken diğer bir kısmı ampirik çalışma sonuçlarına dayalı olarak sektörü analiz etmektedir. Yabancı kaynaklarda genelde matematiksel ve ekonometrik çalışmalar ön plana çıkmaktadır. Sektör yapısını ortaya koyarken bazı göstergelerden yararlanmaktadırlar. Bunların başında “yoğunlaşma oranı” ve “H. İndeks” gelmektedir. Un sanayii için hammadde olan buğdayın hem maliyet açısından hem de kalite olarak çok önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında taşımacılık, ulusal ve uluslararası politikalar ve mevzuatlar da ön plana çıkmaktadır.

BRUCE (1969), ABD’de un sanayii bölgeleri ve bunların taşımacılık maliyetlerini ve gelişimini incelemiş ve uygulamasının analitik yapısını ortaya koymuştur. Analitik yapı iki şekilde değerlendirilmiştir. Bunlar, Temel Gelişme Modeli ve Sınırlama Analizidir. Elde edilen ampirik sonuçlar; bölgesel analiz ve buğday unu sektörel analizi olarak sunulmuştur.

MİCHAEL ve ark. (1985), taşımacılık hızının un sanayii bölgelerinin üzerine etkilerini incelemişlerdir. Un endüstri bölgesinin son zamanlarındaki değişikliği iki bölgesel modelle açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlardan biri ABD’nin doğu bölgesine yönelik un sanayi sektörünün taşımacılık modeli, diğeri ise batı bölgesinde lineer programlamayla bölgesel olarak un sanayiinin analizidir. Bu deneysel çalışma, uzun demiryollarıyla taşımacılık hızı nedeniyle, endüstriyi kırsal alandan nüfusun yoğun olduğu alanlara doğru yönelttiğini göstermiştir. 1960-1982 yılları arasında yapılan bölgesel modellerin bu sonucu doğruladığı görülmüştür.

DPT (1987), Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu, Un Sanayii Özel İhtisas Alt Komisyonu tarafından hazırlanan raporda; un sanayiinin yapısı, istatistik pozisyonları, sektörde bulunan kuruluşlar ve bunların

kapasite kullanımı, üretim, dış ticaret, yurtiçi talep, fiyat durumu, istihdam konuları ele alınmıştır. Aynı zamanda un sanayi sektörünün değerlendirilmesi ve bu sektörde alınması öngörülen tedbirler açıklanmıştır. Raporunda son olarak un sanayiinin dünyadaki durumu incelenmiştir.

T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI (1987), I. Sanayi Şurası Gıda Sanayii Raporunda, Un ve Unlu Mamuller ve Yem Sanayii başlıklı çalışmada; un sanayiinin mevcut yapısı ve dünyadaki durumu ile gıda sanayiinin sorunları ve çözüm önerileri ele alınmıştır.

ALTAN (1988), tahıl işleme teknolojisi kapsamında yer alan; un ve un ürünleri temel maddesi olan buğdayın yapı, bileşimi ve özellikleri ile tahılların saklanması, değirmencilik, ekmekçilik, ve makarna teknolojisi konularını incelemiştir.

MPM (1989), Un ve Unlu Mamulleri Sanayii konulu çalışmada, un işletmelerin genel yapısı ve karşılaşılan sorunlar, hammadde, finansman, pazarlama, ihracat, kalite, standart, eleman sağlama konularına değerlendirilmiştir. Araştırmanın kapsamında 53 işletme yer almıştır AT'da örgütlenme ve un ve unlu mamuller sanayiine ilişkin genel görüşlere yer verilmiştir.

FRANÇOİS ve Ark. (1991), Avrupa'da yaş un endüstrisinin (wheat wet industry) gelişimini ve ABD'nin uluslararası pazarda gluten ithalindeki önemini ortaya koymuşlardır. Uluslararası buğday gluteni pazarının, tahıl üretim sürecinde önemli bir yer aldığı belirtilmiştir. ABD'de ithal buğday gluteni talebi üzerine ekonometrik bir çalışmaya yer verilmiştir. Sonuç olarak, ABD'de buğday gluteni ithalinin belirlenmesinde, un fiyatları, gelir, buğdaydaki protein değerinin önemli olduğu bulunmuştur.

TARİKAHYA (1991), Un Fabrikalarında Verimlilik Karşılaştırılması konulu çalışmada, verimlilik ve firmalar arası karşılaştırmalar için 16, teknik bilgi için 18 fabrikadan veri toplamıştır. Firmaları karşılaştırmış, kuruluşların performansını ölçerken konuyu verimlilik açısından incelemiştir. Benzer konularda üretim yapan kuruluşları incelerken performansları karşılaştırılmıştır. Araştırmaya katılan kuruluşların temel mali ve teknik verilerinden meydana gelen oranlar hesaplanıp

karşılaştırılmıştır. Hesaplanan oranlara ilişkin tablolara ve yorumlara, ilgili bölümlerde yer verilmiştir.

WILLIAM ve TODD (1993), uluslararası piyasada oluşan rekabeti kalite ve fiyat düzeyinde ele almıştır. İngiltere'deki buğday ithalat piyasası örnek olarak verilmiştir. Girdi karakteristik modeli(ICM) ile uluslararası buğday pazardaki rekabette fiyat ve kalitenin etkisini analiz etmiştir. Bu model İngiltere'deki un üretimiyle birlikte buğday üretimini ve sert buğday ithalinde uygulanmıştır. Bu modelin sonuçları kalitede sınır parametrelerinin belirlenmesi ve ithalat talebine reel fiyatların etkisini görmek için kullanılmıştır.

WILLIAM (1995), Kuzey Amerika'daki un sanayiini incelemiştir. İlk olarak bu ülkelerin un sanayiinin karakteristik yapısı, politikası ve diğer rekabet faktörleri anlatılmıştır. İkinci olarak, Amerika ve Kanada arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (CUSTA) ile Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşmasındaki (NAFTA) önemli değişiklikler açıklanmıştır. Üçüncü olarak da, 1972-1990 yılları arası Amerika ve Kanada'daki un sanayi sektörünün panel verileri incelenmiştir.

TÜRKİYE İŞ BANKASI (1995)'nin, un sanayii ile ilgili raporunda, 1970'li yıllardan günümüze un piyasalarındaki sorunlar incelenmiştir. Ayrıca yıllık buğday ve un fiyatları, Türkiye'deki unun talep ve arz boyutuyla incelenmiştir.

BALTACI (1996), un sanayiinin ülkemiz ekonomisindeki yeri ve önemini ele almıştır. Çalışmada, Tekirdağ ilinde un sanayi tesislerinde mevcut olan idari, mali, teknik konular incelenerek, araştırma ve değerlendirme sonuçları ortaya konmuştur. Bu araştırma ile firmaların verimli çalışmalarını engelleyen sorunları saptamak, bunların çözümü için gerekli önlemleri belirlemek ve öneriler getirmek amaçlanmıştır. Bu nedenle fabrikaların idari, mali, teknik imkanlarının incelenmesi, maliyet ile kalite açısından girdi temini ve kullanımı durumlarına ilişkin veriler değerlendirilmiştir.

İKV (1996), Gümrük Birliği çerçevesinde Avrupa Birliği ve Türkiye'de işlenmiş tarım ürünleri ele alınmıştır. İşlenmiş tarım ürünlerinin geniş bir açıdan değerlendirilmesi amacıyla söz konusu ürün sektörleri, temel tarım ürünleri sektörleriyle birlikte ele alınarak incelenmiştir.

OAİB (1997), Buğday Unu Değerlendirme Notunda; buğday tarifesi istatistik pozisyonu, buğday unu üretimi, dünya buğday üretimi, Türkiye'nin buğday ve buğday unu ticareti ve sektör sorunları incelenmiştir. Ayrıca buğday unu üreticileri ve ihracatçıların listesini sunulmuştur.

GÜNGÖR (1997), Türkiye'de buğday üretimi ve pazarlamasında karşılaşılan sorunları ve uygulanan politikaları incelemiştir.

GÜNGÖR (1998), hammaddesi buğday olan çeşitli imalat sanayilerinde gelir, kurumlar ve katma değer vergisi miktarına ilişkin kayıpları incelemiştir. "Türkiye'deki tarımsal ürünlerin belgelendirilmesi vergi gelirini artırır" hipotezi test edilmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Sektörle ilgili iki tip veri vardır: Yayınlanmış (basılı) veriler ve sektör katılımcıları ve gözlemcileriyle yapılan görüşmelerden toplanan veriler (alan verileri) (PORTER,1980). Alan verilerinin toplanmasında önemli olan, tanımlanması mümkün olan kaynaklar için iyi bir yapıya sahip olmaktır. Bu kaynaklardan her biri farklı özelliklere sahiptir.

Araştırmada kullanılan veriler iki kısımdan oluşmaktadır. Birincisi; araştırma ağırlıklı bir şekilde literatür çalışmasına dayandırılmıştır. Literatür çalışmasında, sektör gözlemcileri olarak; Devlet İstatistik Enstitüsü, Devlet Planlama Teşkilatı, Milli Prodüktivite Merkezi, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, T.C. Ticaret ve Sanayi Odaları, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, İktisadi Kalkınma Vakfı , Karadeniz Birlik, Un Sanayicileri Derneği, hizmet organizasyonları olarak da, Türkiye İş Bankası'nın doküman ve yayınlarından yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan birincil veriler Türkiye'deki 49 un fabrikasından elde edilmiştir. Adana'dan 7, Ankara'dan 4, Balıkesir'den 6, Gaziantep'ten 11, Konya'dan 10, Samsun'dan 6 ve Tekirdağ'dan 5 un fabrika yetkilisi ile anket yapılmıştır. Anket yolu ile toplanan veriler 1997 yılı üretim dönemine ait yatay kesit verileridir. Türkiye'deki un fabrikalarının yerleri ve sayıları ile ilgili bilgiler Devlet Planlama Teşkilatı ve Un Sanayicileri Derneği'nden alınmıştır.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örnek İşletmelerin Seçilmesinde Uygulanan Yöntem

Araştırma için örnek sayısının belirlenmesinde tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla önce Türkiye'deki un fabrikaları, kapasiteleri esas alınarak, gruplandırılmış (Çizelge 3.1) ve daha sonra tabakalı örnekleme yöntemiyle 49 örnekle çalışılması gerektiği hesaplanmıştır. Hesaplama ortalama % 8 sapmaya

izin verilerek, % 90 güven sınırları içerisinde çalışılmıştır. 49 örnek işletmenin tabakalara dağılımında Neyman yöntemi kullanılmış, her tabakaya düşen işletme (örnek) sayısının belirlenmesinde tabakanın sapmasının ağırlığı dikkate alınmıştır. Hesaplamalarda kullanılan eşitlikler aşağıda verilmiştir (ÇİÇEK ve ERKAN, 1996).

$$n = \frac{(N_h \cdot S_h)^2}{N^2 \cdot D^2 + \sum N_h \cdot S_h^2} \quad \text{ve } n_i = \frac{N_h \cdot S_h}{\sum N_h \cdot S_h} \cdot n$$

Burada;

n = Örnek işletme sayısı

N= Anakitle işletme sayısı

D= (d/z)

d= Ortalamadan sapma

Z= Serbestlik derecesine göre tablo değeri

Sh= Tabaka içi standart sapma

Nh=Tabakadaki işletme sayısı

n_i =Tabakadaki örnek sayısı

Çizelge 3.1. Kapasitelere Göre İşletme ve Örnek Sayıları

Kapasite (ton/gün)	İşletme Sayısı	Örnek Sayısı
-49	161	7
50-99	275	11
100-149	154	13
150+	95	18
Toplam	685	49

Örnek işletmelerin tüm ülkeyi temsil edecek şekilde dağıtılması amaçlandığından, coğrafi dağılım da göz önünde bulundurularak, un fabrikalarının yoğunlaştığı iller belirlenmiştir. Bu şekilde, Akdeniz Bölgesini temsilen Adana, İç Anadolu Bölgesini temsilen Ankara ve Konya, Batı Anadolu ve Trakya Bölgesini temsilen Balıkesir ve Tekirdağ, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesini temsilen

Gaziantep ve Karadeniz Bölgesini temsilen Samsun illeri olmak üzere 7 il belirlenmiştir. 49 örnek sayısının dağıtımında, bu illerin sahip oldukları un fabrikalarının toplam içindeki yüzde ağırlıkları da dikkate alınmıştır. Buna göre, Adana'dan 7, Ankara'dan 4, Balıkesir'den 6, Gaziantep'ten 11, Konya'dan 10, Samsun'dan 6 ve Tekirdağ'dan 5 işletme olmak üzere 49 örnek çekilmiştir (Çizelge 3.2). Bu illerden örneklerin belirlenmesinde ildeki un fabrikalarının kapasiteleri de dikkate alınmış ve böylece Çizelge 3.1'de gösterilen tabakalara uyum sağlanmıştır. Örnek işletmeler tesadüfi olarak seçilmiştir.

Çizelge 3.2. İllere Göre İşletme ve Örnek Sayıları

İller	İşletme Sayısı	Kapasite (ton/gün)	Örnek Sayısı
Adana	13	1492	7
Ankara	17	3395	4
Balıkesir	25	3395	6
Gaziantep	50	3149	11
Konya	44	7275	10
Samsun	26	2031	6
Tekirdağ	14	2277	5
Toplam	189	23014	49

3.2.2. Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesinde İzlenen Yöntem

Yüz yüze görüşme sonucu doldurulan anket formlarındaki tüm analizler önce genel bir değerlendirmeye tabi tutulmuş ve sınıflandırılmıştır. Bu veriler SPSS 8.0 programına girilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen frekans miktarları ve ortalama değerleri çizelgeler halinde hazırlanarak ilgili bölümlerde yorumlarıyla birlikte verilmiştir.

3.2.3. Sektör Analizinde Kullanılan Yöntem

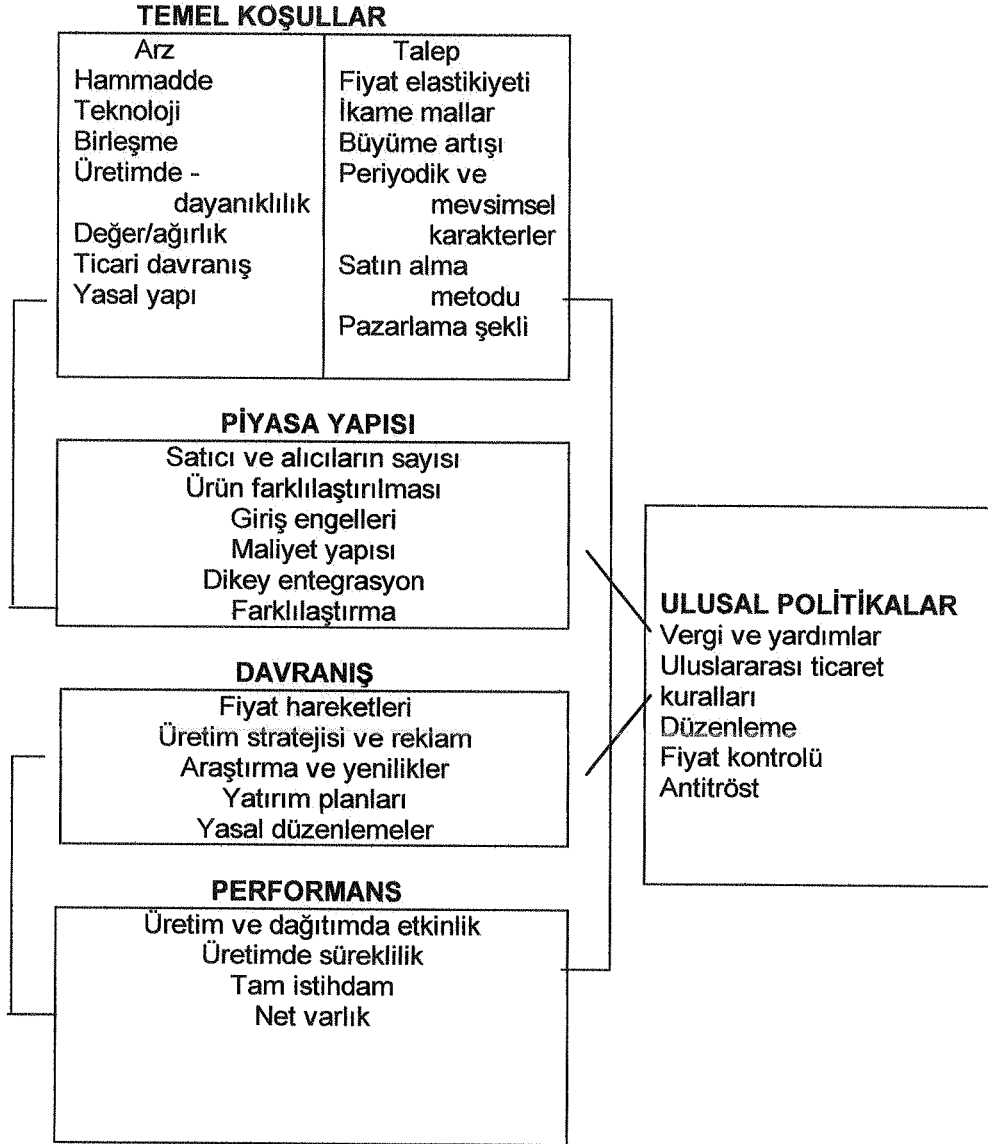
Endüstri ekonomisi çalışmaları, sektördeki piyasa yapısı ile performansı arasında nasıl bir ilişkide olduğunu incelemektedir. Burada anahtar; yapı, davranış ve performanstır (Structure, Conduct and Performance “SCP”). Bu yaklaşım, endüstri performansının tahmin edilmesinde yardımcı olur. Geniş tanımlı bir endüstri organizasyonu analiz modeli 1930 yıllarında Harvard’tan Edward ve S. Mason tarafından ortaya konmuştur. Günümüzde de çok yaygın bir şekilde sektör analizinde kullanılmaktadır (GREER, 1980).

SCP paradigmasında ilk olarak sektörle ilgili “Temel Koşullar” ortaya konmaktadır. “Temel Koşullar” arz ve talep olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Arz yapısı içerisinde; hammadde, teknoloji, birleşme, üretimde dayanıklılık, değer ve ağırlık ilişkisi, ticari davranış ve yasal yapıya ilişkin konular yer almaktadır. Talep yapısı içerisinde; fiyat elastikiyeti, ikame mallar, büyüme artışı, periyodik ve mevsimsel karakterler, satın alma metodu ve pazarlama şekli yer almaktadır.

Sektördeki piyasa yapısı, satıcı ve alıcıların sayısı, üretim farklılaştırılması, giriş engelleri, maliyet yapısı, dikey entegrasyon ve farklılaştırma olarak incelenmektedir. Sektör davranışı ise; fiyat hareketleri, üretim stratejisi ve reklam, araştırma ve yenilikler, yatırım planları ve yasal düzenlemeler olarak incelenmektedir.

Ulusal politikalar, sektör yapısı ve davranışını etkilemektedir. Ulusal politikalar; vergi ve yardımları, uluslararası ticaret kurallarını, fiyat kontrolünü, antitröst ve diğer uygulamaları içermektedir.

Sektör performansı, üretimde ve dağıtımda etkinlik, üretimde süreklilik, tam istihdam ve net varlık olarak ele alınmaktadır (Şekil 3.1).



Kaynak: F.M. Scherer ve David Ross, 1989, s5

Şekil 3.1. Yapı, Davranış ve Performans Paradigması

Şekil 3.1’de endüstri yapısı, davranışı ve performansı (SCP) veya diğer bir adıyla “Endüstri Organizasyon Analiz Modeli” verilmiştir. Bu model içerisinde temel şartlar, sektör yapısı, davranışı ve performansı ulusal politikaların etkisiyle değerlendirilmektedir.

Yapılan çalışmada, sektör analizi için bu model kullanılmıştır. Sektör performansını analiz etmek için gerekli olan verileri elde etmek zor olduğundan, sektör performansı modelde değinildiği kadar kapsamlı olarak incelenememiştir.

Aşağıdaki çizelge 3.3'de 4 geleneksel piyasa yapısı özetlenmiştir. Piyasa yapısını belirlerken SCP modelinden yararlanılmaktadır. Bu model içerisinde piyasa yapısının, davranışının ve performansının hangi durumlarda tam rekabetçi, tekelci, tekelci rekabet veya oligopol olduğu çizelge 3.3'de görülebilmektedir. Bu çizelgeden yola çıkarak un sektörünün piyasa yapısı belirlenmiştir.

Çizelge 3.3. Temel Piyasa Yapısı

Piyasa Yapısı	Yapı			Davranış			Performans		
	Firma sayısı	Giriş şartları	Ürün tipi	Fiyat stratejisi	Ürün stratejisi	Promosyon stratejisi	Kar	Teknik etkinlik	İlerleme
Tam rekabet	Çok geniş sayıda	Kolay	Standart	Yok	Bağımsız	b	Normal	İyi	Zayıf olabilir
Tekelci rekabet	Çok sayıda	Kolay	Farklılaştırılmış	Fark edilmez Birbirine bağımlı	Fark edilmez Birbirine bağımlı	a	Normal	Az çok iyi	normal
Oligopol	Bir kaç	Engellenmiş	Standart ve Farklılaştırılmış	Fark edilir ve birbirine bağımlı	Fark edilir ve birbirine bağımlı	a,b,c	Bir dereceye kadar aşırı	Belki olabilir	İyi
Monopol	Tek	Bloke edilmiş	Tam farklılaştırılmış	Bağımsız	Bağımsız	a=b=c	Aşırı	Zayıf olabilir	Zayıf olabilir

a- Firmanın ürün markasına teşvik

b-Endüstri veya piyasanın geniş reklam ve teşviki

c- Kurumsal veya politik reklam

Kaynak: Greer, 1980

Bununla ilgili olarak diğer bir yaklaşım da piyasa yapısı ve görünümünün karlılıkla ilişkisidir (Çizelge 3.4). Buradaki piyasa görünümü; alıcı ve satıcı yoğunluğu, ürün farklılaştırılması, yüksek giriş engeli ve karlılık olarak açıklanmaktadır. Karlılık ilişkisi de piyasa yoğunluğuna ve görünümüne göre pozitif veya negatif olarak açıklanmaktadır. Örneğin; alıcıların yoğunluğu ile firmaların karları arasında pozitif bir ilişki vardır. Satıcıların yoğunluğu ile firmaların karları arasında ise negatif bir ilişki vardır. Karlılık tam rekabet koşullarına göre kıyaslandığında, tam rekabetin olduğu piyasalarda normal, tekelci rekabet, oligopol ve duopol piyasalarında ise normalden yukarı olmaktadır.

Çizelge 3.4. Piyasa Yapısı ve Karlılık

Piyasa yapısı ve Karlılıkla ilişkisi	Tam rekabet	Tekelci rekabet	Oligopol	Duopol	Karlılıkla ilişkisi
Piyasa görünümü	Düşük	Düşük	Yüksek	Yüksek	Pozitif
Alıcı yoğunluğu	Düşük	Düşük	Düşük veya yüksek	Düşük veya yüksek	Negatif
Satıcı yoğunluğu	Yok	Yüksek	Düşük veya yüksek	Düşük veya yüksek	Pozitif
Yüksek giriş engeli	Yok	Düşük	Yüksek	Yüksek	Pozitif
Karlılık	Normal	Normalden Yukarı*	Normalden Yukarı*	Normalden Yukarı*	-

Kaynak: Jones,1984. * Tam rekabetle kıyasladığında

Sektör içindeki rekabetin zaman içerisindeki değişimini veya rekabetin hangi safhada olduğunu bilmek piyasa yapısı için önemli olmaktadır. Aşağıdaki çizelge 3.5'te endüstri yaşam eğrisi ile rekabet arasında ilişkiyi daha net bir şekilde görebiliriz.

Çizelge 3.5. Endüstri Yaşam Eğrisi ve Rekabet

Safhalar	Giriş	Gelişme	Olgunluk	Gerileme
Piyasadaki büyüme	Yavaş	Hızlı	Düşük seviyede	Azalmakta
Piyasa büyüklüğü	Küçük	Orta genişlik	Büyük	Küçülmekte
Rekabet	Baskın olan yenilik yapan bir kaç firma	Yeni bir çok rakibin girişi ve pazarın genişlemesi	Payın netleşmesi üretimde denge	Çıktılar ve fiyat rekabeti
Kar	Değişken, riskli, yüksek, az veya negatif kar	Kar yüksek ve artış göstermekte	Gittikçe azalan ve az düzeyde kar	Düşük ve azalan kar

Kaynak : Greer, 1984

3.2.3.1. Sektör Yapısının Ölçülmesine Kullanılan Yöntem

Endüstriyel düzeyde piyasa yapısının ölçülmesi için geliştirilmiş birçok indeks bulunmaktadır. Bunlar; Lorenz Eğrisi ve Gini Katsayısı, Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl İndekstir. Bunlar içerisinde en fazla kullanılan H. İndeks ve Yoğunlaşma Oranıdır. Çünkü bu iki indeksin hesaplanması gayet kolaydır.

H. İndeks

Bu indeks Orris Herfindahl ve Albert Hirshman tarafından Eylül 1964 yılında geliştirilmiştir (GREER, 1980). Matematiksel olarak ele alınırsa;

$$H \text{ indeks} = \sum (X_i/T)$$

(I= 1,2,3,4,5.....n) ve n piyasadaki firma sayısını göstermektedir.

T= Toplam pazar hacmi ve büyüklüğü

X_i = Firma satışını göstermektedir.

Eğer H indeks sıfıra eşit ise piyasa yapısı tam rekabetçidir. Bu değer 1 olduğunda piyasa yapısı teknelci olmaktadır. Eğer bütün firmaların payı eşit ise H indeks $1/n$ 'e eşit olacaktır. Bu da toplam firma sayısının matematiksel olarak tersi olmaktadır. Eğer firma sayısı 1 olursa bu oran 1'e eşit olmakta ve firma sayısı arttıkça da eşitlik 0'a yaklaşmaktadır (GREER, 1980).

H. indeksteki temel sorun ise piyasa payı gibi kolay bulunamayan detaylı bir bilgiyi gerektirmesidir. Bundan dolayı çoğunlukla yoğunlaşma oranı kullanılmaktadır.

Yoğunlaşma Oranı

Satış hasılatına göre N sayıdaki işyerinin sektör içindeki payı, en büyük k sayıda işyerinin oranıdır. Yani;

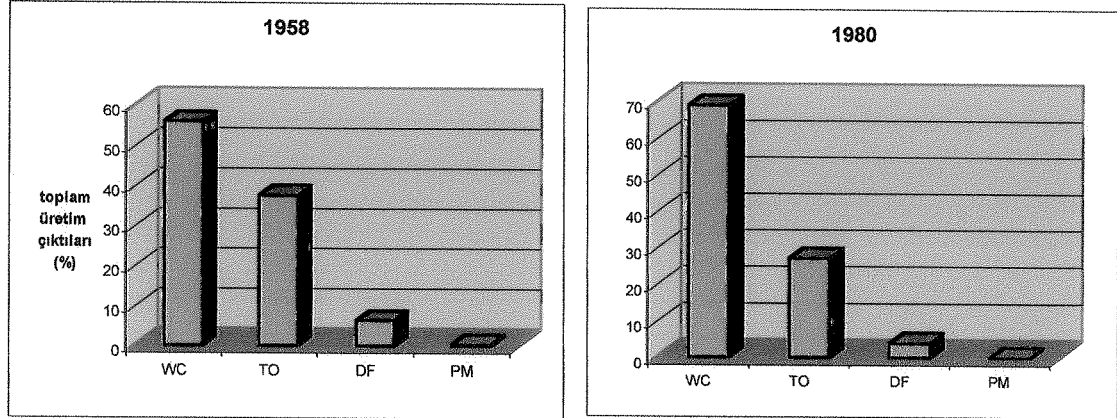
$$CR_k = \sum S_i, \quad i:1.... k$$

CR= Yoğunlaşma oranı (Consantrated rate)

S_i =(i. işyerinin satış hasılatı/sektör satış hasılatı),

$0 < S_i \leq 1$ olmak üzere (DİE, 1999a)

Bu oran, pazar payı en yüksek olan 4 veya 8 yada 20 firmanın yüzdelikli olarak gösterilmesidir. William G. Shepherd'in "1959 –1980 yılları arasında ABD'de rekabet artışının nedenleri" adlı eserinde, ABD'de imalat sanayiinde rekabet trendindeki artış için yaptığı bir çalışmanın sonucu aşağıda görülmektedir (GREER, 1980).



Kaynak: GREER, 1980.

Şekil 3.2. 1959-1980 Yılları Arası ABD'de İmalat Sanayiindeki Rekabet

Burada WC (workable competition): Çalışabilir rekabet, TO (Tight oligopoly): Sıkı Oligopol, DF (Dominant firm): Hakim firma ve PM (Pure Monopoly): Tam tekel anlamına gelmektedir. Burada, çalışabilir rekabetin 1958-1980 yılları arasında ABD'de arttığı yorumu yapılabilir. Bu tablodaki kriterler yine William G. Shepherd tarafından ortaya konmuştur.

1-Tekel : Piyasa payı %100 olan firmanın bulunduğu piyasalar. Piyasaya giriş tamamen bloke edilmiş ve fiyat kontrolü tam olarak ele alınmıştır.

2-Hakim firmalar: Piyasa payı % 50 ile %100 arasında olan firmaların bulunduğu piyasalar. Bu piyasada rekabet yaratacak firma yok ve piyasada giriş engelleri vardır. Bununla birlikte, yüksek derecede fiyat kontrolü ve aşırı kar vardır.

3-Sıkı oligopol: 4 firmanın yoğunlaşmasının %60'ın üstünde olduğu piyasalardır. Orta veya yüksek derecede giriş engeli bulunduğu ve bununla birlikte firmalar arasında birliktelik veya gizli anlaşmaların yapıldığı gözlenmektedir.

4-Çalışabilir rekabet: 4 firmanın yoğunlaşmasının %40'ın altında ve fiyatın değişken olduğu piyasalardır. Düşük giriş engeli bulunmakta ve çok az sayıda gizli anlaşmalar olmaktadır. Bunlarla birlikte karlılık çok düşüktür (Greer 1980).

4. BULGULAR VE TARTIŞMALAR

4.1. Un Sanayi Sektörünün Tanımı

Unun hammaddesi olan buğday, insan hayatı için geçmişten günümüze en önemli gıda maddesi olmuştur. Dünya buğday üretiminin %10'u tohumluk, %5-10'u hayvan yemi olarak kullanılmakta, geri kalan kısmı da tamamen insan gıdası olarak tüketilmektedir. Buğday genellikle, önce değirmenlerde irmik ve una öğütülür, buradan sonra değişik gıda maddelerine işlenir (ALTAN,1988).

Un ve irmik imalatı gıda sanayiinin alt kollarından birini oluşturmaktadır. Buğdayın önce öğütülerek kepek ve ruşeyminden belirli oranlarda ayrılan kısmına un, genel olarak sert (durum) buğdayın toz haline sokulmadan öğütülmüş ve çok ince un ve kepeklerinden ayrılmış şekline de irmik denilmektedir. Üretim sürecinde ortaya çıkan kepek, razmol, bonkalite ve irmik altı un ise sektörün yan ürünlerini oluşturmaktadır.

Temin edilen buğdayın, yabancı maddelerinden temizlenip, rutubetlendirilerek (tavlanarak), öğütülmeye uygun hale getirildikten sonra, valsler arasında öğütülüp, eleklerde elenerek belirli oranlar dahilinde buğday endospermını kepekten ayıran ve un haline getiren sanayi koluna “un sanayii” adı verilmektedir. Tanım içerisine yalnızca valsler arasında öğütme yapan fabrikalar girer, taşlar arasında öğütme yapan ve meslek grubunca karataş değirmen olarak adlandırılan taşlı değirmenler konu dışı tutulmaktadır (DPT, 1987).

4.1.1. Un Sanayiinde Üretim Teknolojisi ve Pazarlama

4.1.1.1. Un Üretim Teknolojisi

Valsli değirmenlerle üretim yapan işletmeleri taş değirmenlerden ayıran faktörler; kırma ve öğütme işleminin valsler tarafından yapılmasıdır. Bu işletmeler, günümüzde “Un Sanayii” olarak adlandırmaktadır. Un sanayiinde, un üretim aşamaları aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- 1- Buğdayın Temizlenmesi
- 2- Buğdayın Yıkanması
- 3- Buğdayın Kurutulması
- 4- Paçal
- 5-Tavlama
- 6- Kırma ve Öğütme

Bunların dışında unun kalitesini arttırmak için katkı maddeleri kullanıldığı gibi, olgunlaştırmak, beyazlatmak, hamurun reolojik yapısını ve ekmeğin kalitesini düzeltmek için de çeşitli kimyasal maddelerden yararlanır. Bu katkı maddelerine, süt tozu, katı yağlar, şekerler ve malt unu örnek verilebilir.

4.1.1.2. Un Sanayiinde Depolama

Elde edilen unlar, içerdikleri kül oranı, işleneceği mamulün kalite istekleri göz önünde tutularak, ambar veya silolarda ayrı ayrı depolanmaktadır. Ayrıca unun ağartılması ve nem oranının dengelenmesi için yeterince dinlendirmek gerekmektedir.

Ülkemizde un fabrikalarının çok azında un silosu bulunmakta, genellikle üretimden sonra un, torbalanıp kapalı mekanlarda istiflenmektedir.

Buğday ununun depolanmasında, taşınmasında, muhafaza deposundan numune alınmasında Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğinde belirlenen kurallara uyulması gerekmektedir.

4.1.1.3. Un Sanayiinde Pazarlama

Ülkemizde unun paketlenmesinde genellikle 50 kg'lık ambalajlar kullanılmaktadır. Bu durum hem kaynak israfına neden olmakta, hem de maliyeti arttırmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise, hammadde olarak kullanılan un dökme şeklinde, kamyon ve vagon tanklarla işletmelere sevk edilmektedir.

TS-4500 Buğday Unu standardı, 1985 yılında uygulamaya konmuştur. Bu standart, katkı ve karışık unlar için değil sadece buğday ununu kapsamaktadır. Tip olarak, buğday, ihtiva ettiği kuru maddedeki kül miktarına göre 6 tipe ayrılır.

Çizelge 4.1. Buğday Ununun İçerdiği Kül Miktarına Göre Sınıflandırılması

Tip	% Kül (Kuru maddede en çok)
Tip 1	0.50
Tip 2	0.60
Tip 3	0.65
Tip 4	0.88
Tip 5	1.25
Tip 6	2.00

Buğday unu, kullanma amacı ve teknik değerine göre: Ekmeklik, baklavalık, bisküvilik ve irmik olmak üzere 4 çeşide ayrılır.

Ancak 17/02/1999 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan tebliğde, 3/6/1985 tarihli ve 18773 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan TS 4500 Buğday Unu Standardı mecburi uygulamadan kaldırılmıştır. Bu tebliğ kapsamındaki ürünlerin tanımı aşağıdaki gibidir.

Buğday Unu: Yabancı maddelerden temizlenmiş ve tavllanmış buğdayların tekniğine uygun olarak öğütülmesiyle elde edilen üründür. Buğday unları “ekmeklik un” ve “özel amaçlı buğday unu” olarak iki gruba ayrılır.

1- Ekmeklik Un: Teknolojik özellikleri ekmek yapımına uygun buğdayların öğütülmesiyle elde edilen buğday unudur.

2- Özel Amaçlı Buğday Unu: Baklava, börek, bisküvi, kek, pasta, yufka, pizza, hamburger, tahıllı ekmek gibi direkt tüketilen ürünlerin ve katkı unların, özel işlem görmüş unlar ve irmik altı unu gibi amaca yönelik mamullerin yapımına uygun buğday unudur. Bu tebliğ kapsamındaki ürünlerin özellikleri 5. maddede yer almaktadır.

Buğday unlarının ambalajlanmasında, Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğinin 9. bölümünde açıklandığı gibi, bez torbalar kullanılabilir. Net ağırlık % 14.5 rutubet esasına göre hesaplanmaktadır. Etiketle, buğday unlarında unun hangi amaçla kullanılacağı ve maksimum kül ve minimum protein miktarları belirtilmelidir. Bu tebliğ hükümlerini Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı yürütür.

4.2. Dünyada ve Türkiye’de Un Sanayiinin Tarihçesi

Ekonomik gelişme teorisinde refaha giden yolun sanayi devriminden geçtiği bilinmektedir. Gelişmiş ülkelerin hayat standartları ile gelişmekte olan ülkelerin hayat standartları arasındaki çarpıcı farklılık, temel olarak birincilerin sanayileşmiş, ikincilerin ise sanayileşmemiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Tarihte geçimlik düzeyde yaşayan aileler, kendi bölgelerinin içine hapsedilmişti. Tarım, temel geçim kaynağı olarak kaldığı sürece, aileler sürekli olarak iklimin yol açacağı bir felaketin tehdidi altında bulunmaktaydı. İngiltere’de tarım devrimi gerçekleşip sanayi devrimine geçilmesiyle doğaya olan bağımlılık azalmıştır (PHYLLIS,1994).

Buğdayın, tarihin eski devirlerinden beri insan gıdası olarak önemli bir yeri vardır. Yapılan incelemelerde, neolitik dönemde buğday ve arpanın dövülerek ve savrulularak kapçıklarından ayrılması ve un haline getirilmesinin, dibek içinde yapıldığı bulunmuştur. Fakat yaygın uygulama tahılların fincan tabağı ya da eyer biçimli taş üzerinde yuvarlak çörek ya da sosis biçimli bir sürtme taşı ile ufalandığıdır. Bu tür el değirmenlerinin sert taştan yapılmaları gerektiği ve aksi durumda undan yapılan yiyeceğin içinde un kadar kum bulunacağı neolitik dönemde ortaya konmuştur (CHİLDE,1993).

Buğday, önceleri taş havanlar sayesinde dövülerek un haline getirilip, değişik mamullere çevrilerek tüketilmiştir. El ile çevrilen taşlar arasında ezilerek un haline getirilmesinin ardından insan, hayvan ve su gücünü kullanarak döndürülen büyük taşlar arasında ezilmesi yoluyla daha randımanlı bir un üretimine geçilmiştir. XIX. yüzyılın ortalarında Macarlar tarafından bugünkü modern değirmenlerin esasını teşkil eden valsler arasında öğütme tekniği geliştirilmiştir. Valslerin icadından sonra, un elde edilmesi sanayi şekline dönüşmüş ve hızla gelişerek 500 ton/gün üzerinde buğday öğütebilecek kapasitede modern fabrikalar kurulmuştur. Son olarak elektronik ve bilgisayar un sanayiine girmiş; üretim, kumanda odalarındaki monitörler yardımı ve elektronik kumandayla yapılmaya başlanmıştır (CHİLDE, 1993).

Eskiden beri büyük bir buğday üreticisi ve tüketicisi olan ülkemizde değirmenler en küçük kasabalara kadar yayılmış bulunmaktaydı. Un üretiminde değirmenden fabrikaya geçiş, sanayileşmeye nispeten erken tahakkuk etmiş, XIX. yüzyılın ortalarında ilki İstanbul'da olmak üzere, un fabrikalarının tesisine başlanmıştır (ELDEM,1994).

Osmanlı'da 1913-1915 yılları arasında mevcut değirmen sayıları aşağıda verilmiştir. Bu yıllar arası Osmanlı'daki toplam değirmen sayısı 23544'tür.

Çizelge 4.2. Osmanlı'da 1913-1915 Yılları Arasında Mevcut Değirmenlerin Sayısı

	Buharlı	Diğer Değirmenler	Çalışanlar Sayısı
Rumeli,Edirne,Adalar	34	9384	14310
İstanbul,Çatalca,İzmit	18	299	1125
Aydın,Hüdavendigar	37	1504	3856
Diğer Anadolu	20	8874	18876
Suriye ve Filistin	89	1895	4470
Musul,Bağdat,Basra	4	1386	2844
Toplam	202	23342	45571

Kaynak:Ticaret ve Nafia Nezareti (Vedat Eldem'in "Osmanlı İmparatorluğunun İktisadi Şartları Hakkında Bir Tetkik")

Değirmenlerin çalışma tarzı, kendilerine getirilen hububatın bir ücret karşılığında öğütülmesinden ibaretti. Yalnız İstanbul'da kendi hesabına çalışan bazı değirmenler mevcuttu. Tesis ve makine genellikle İngiltere ve Almanya'dan ithal edilmekteydi. Bazı fabrikalarda, özellikle İzmir'de yapılan yerli makineler mevcudun %75'ini teşkil etmekte idi. İşçi sayısında ise, fabrika mahiyetindeki değirmenlerde ortalama 47, diğerlerinde ortalama 2 idi (ELDEM, 1994).

1960'lı yıllarda sayıları 40.000'den fazla olan karataş değirmenlerinin gerek güç kaynağını teşkil eden suyun tarımda kullanılmaya başlanması, gerekse yılın her mevsiminde çalışabilme isteği ve tüketicinin beyaz una doğru eğilimi yüzünden sayıları süratle azalmaya başlamıştır. Buna karşılık un fabrikalarının sayısı hızla artmıştır. Fabrika sayısının artmasında 1950'li yıllardan sonra hızlanan şehirleşme ile nüfus artışının da önemi büyüktür. Un fabrikalarındaki asıl patlama 1974'den sonra görülmektedir. Bunun başta gelen nedeni, ekmeğe uygulanan sübvansiyondur. Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) tarafından üreticilerden satın alınan buğdayın daha düşük fiyatlarla şehir ihtiyacı için tahsis edilmekteydi. Söz konusu uygulama sonucunda işletmeler büyük karlar elde etmişler ve durumdan istifade etmek isteyen

sermayedarlar un fabrikası kurma yoluna gitmişlerdir. Bu tarihte değirmen makineleri imal eden irili ufaklı işletmelerin de faaliyete geçmesi, un fabrikalarının sayısının artmasında diğer bir etken oluşmuştur (DPT, 1987). Artan fabrika sayılarının atıl kapasite sorunu yaratmaya başlaması nedeniyle, DPT 1983'te un üretimine yönelik yatırımları –ihracat taahhütlü olsa dahi– teşvik etmeme kararı almıştır. Bu tarihten itibaren azalan yatırım eğilimleri, 1985'ten itibaren kalkınmada öncelikli yörelerde yatırımların tekrar teşvik edilmesiyle birlikte yeniden canlanmaya başlamıştır. Nitekim, 1977 yılında 5,9 milyon ton/yıl buğday kırma kapasitesine sahip 307 adet un fabrikası varken, 1986 yılında buğday kırma kapasitesi 13,8 milyon ton/yıl'a ve fabrika sayısı da 584'e yükselmiştir. 1994 yılı itibariyle de fabrika sayısının 700'e yaklaştığı ve buğday kırma kapasitesinin 22 milyon ton/yıl civarında olduğu tahmin edilmektedir (TÜRKİYE İŞ BANKASI, 1995).

Bugün ülkemizde resmi olarak değişik kapasitelere sahip 765 adet un fabrikası bulunmaktadır (DPT, 1997). Resmi olmayan rakamlarla birlikte, Un Sanayicileri Derneğinin yapmakta olduğu bir çalışmada, bu sayının 1000'nin üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakamlara göre Türkiye'deki toplam kapasite yaklaşık 30 milyon ton/yıl olarak tahmin edilmektedir. Bu rakam yaklaşık olarak, Türkiye'deki toplam un üretiminin 3 katı olmaktadır. Günümüzde un sanayimizin, dünya un dış ticaretini karşılayacak kadar bir kapasite fazlalığına sahip olduğu bilinmektedir.

4.3. Dünyada ve Türkiye'de Buğday

4.3.1. Dünya Buğday Arz ve Talebinde Meydana Gelen Değişmeler

Graminea familyasından unlu ve taneli bitkilere hububat denir. Hububat içerisinden en çok tarımı yapılan buğdaydır. Çünkü, buğdayın çeşitli iklim ve toprak koşullarına kolaylıkla adapte olabilmesi, verimi yüksek ve tarımının diğerlerine kıyasla daha kolay olması, depolamaya elverişli ve besin değerinin yüksekliğinden dolayı, dünyada çok geniş bir ekim alanı vardır.

Dünya nüfusunun hızlı artması nedeniyle buğday tüketimi de artmaya devam etmektedir. İleri teknolojiler ve uygulanan modern tarım teknikleri sayesinde verim ve üretim artırılabilmiştir. Çizelge 4.3'te yıllar itibariyle dünyada buğdayın arz ve talebinde meydana gelen değişimleri verilmiştir.

Çizelge 4.3'te görüldüğü gibi yıllar itibariyle dünyadaki buğday üretimi ve tüketiminde artış göstermektedir. Fakat üretimdeki bu artış hızı 1985 yılından sonra yavaşlamaktadır. 1971/72 döneminde 344 milyon ton olan dünya buğday üretimi, 1984/85 dönemine kadar düzenli olarak artarak 509 milyon ton olmuştur. Bu rakam 1997/98 döneminde ise 610 milyon tona ulaşmıştır. Bununla birlikte, Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı'nın (USDA) Yabancı Tarım Servisi'nin (FAS) yaptığı tahminler sonucu; 1997/98 döneminde 610 milyon ton olan buğday üretimi, 1998/99 dönemi için 588 milyon tona ve 1999/00 dönemi için de 577 milyon tona düşeceği öngörülmüştür. Yine Uluslararası Tahıl Konseyi'nin (IGC) 1998/99 dönemi için yapmış olduğu tahminde ise; dünyadaki buğday üretimi bir önceki yıla göre 27 milyon ton düşerek 583 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (AGRA EUROPE, 1999).

Yıllar itibariyle dünya buğday üretim alanı, 1971 yılından günümüze kadar 210 milyon hektar ile 239 milyon hektar arasında değişmektedir. 1971/72 döneminde 213 milyon hektar iken, 1981/82 döneminde 239 milyon hektar olmuştur. 1997/98 döneminde bu rakam 228 milyon hektara düşmüştür. USDA tarafından yapılan çalışmada; 1998/99 döneminde 225 ve 1999/00 döneminde 218 milyon hektara düşeceği tahmin edilmiştir.

Yıllar itibariyle dünya buğday veriminde düzenli bir artış gözlenmektedir. Buğdaydaki verim artışının, dünyadaki buğday üretiminin artmasında en önemli neden olduğu söylenebilir. Yıllar itibariyle üretimde meydana gelen dalgalanmaları ise genelde üretim alanı ve buğday veriminde meydana gelen değişikliklere bağlayabiliriz.

Yıllar itibariyle bakıldığında, stok miktarı toplam buğday tüketiminin genel olarak % 20 ile %30'nu karşılayabilmektedir. 1984/85 döneminden sonra buğday üretim hızının düşmesiyle birlikte bu oranda da düşüş görülmektedir. 1984/85 yılında %34 olan bu oran son yıllarda % 20'lere kadar gerilemiştir.

Çizelge 4.3. Dünya Buğday Arz ve Talebinde Meydana Gelen Değişmeler

Yıllar	Ekim Alanları (mil. ha)	Verim (kg/da)	Üretim (mil. ton)	Toplam Ticaret (mil. ton)	Yem için Ayrılan (mil. ton)	A Toplam Tüketim (mil. ton)	B Yıl Sonu Stokları (mil. ton)	B/A Karşılama Oranı (%)
1971/72	212.7	162	344.1	52.0	80.4	335.4	89.2	26.6
1972/73	210.9	160	337.5	69.7	83.8	351.8	74.9	21.3
1973/74	217.0	169	366.1	63.0	70.2	358.3	82.7	23.1
1974/75	220.0	161	355.2	64.3	72.0	356.5	81.4	22.8
1975/76	225.3	156	352.6	66.7	63.6	347.3	86.7	25.0
1976/77	233.1	178	414.3	63.3	67.2	373.7	127.4	34.1
1977/78	227.2	166	377.8	72.8	85.1	396.0	109.2	27.6
1978/79	228.9	192	438.9	72.0	89.6	413.3	134.8	32.6
1979/80	228.5	183	418.3	86.0	93.1	431.9	121.3	28.1
1980/81	237.1	184	436.3	94.1	91.0	444.1	113.8	25.6
1981/82	239.0	186	445.1	101.3	90.9	445.1	113.7	25.5
1982/83	237.7	199	472.8	98.9	92.4	455.6	131.1	28.8
1983/84	229.3	211	484.4	103.8	95.0	469.0	146.4	31.2
1984/85	231.7	220	509.0	106.2	98.9	489.4	166.0	33.9
1985/86	229.9	215	494.9	84.7	96.8	490.3	170.6	34.8
1986/87	227.9	230	524.1	90.7	112.3	515.7	179.1	34.7
1987/88	219.7	226	496.0	115.6	111.9	527.2	147.8	28.0
1988/89	217.4	228	495.0	104.3	104.2	524.5	118.4	22.6
1989/90	225.8	236	533.2	103.8	103.8	532.7	118.9	22.3
1990/91	231.4	254	588.0	101.1	130.6	561.9	145.0	25.8
1991/92	222.5	244	542.9	111.2	115.0	555.5	132.5	23.8
1992/93	222.9	252	562.4	113.0	110.6	550.3	144.5	26.3
1993/94	222.0	252	558.8	101.5	109.1	561.7	141.6	25.2
1994/95	214.5	244	524.0	100.8	100.1	547.3	118.3	21.6
1995/96	219.2	246	538.5	98.8	91.9	550.1	106.7	19.4
1996/97	230.6	253	583.6	101.5	96.9	576.4	113.8	19.8
1997/98	228.3	267	609.9	100.9	103.6	584.5	139.2	23.8
1998/99*	224.9	261	588.2	100.2	107.8	591.5	135.8	23.0
1999/00*	218.4	264	576.9	100.7	102.2	588.3	124.4	21.1

*Tahmini rakamlar.

Kaynak:FAS, 1999.

Çizelge 4.4'de başlıca buğday üretici ülkeler ve üretim miktarları verilmiştir. Dünyanın en büyük buğday üretici ülkesi olan Çin, dünya üretiminin % 18.7'sini gerçekleştirmektedir. Başlıca buğday üreticileri arasında Türkiye dünya üretiminin %3.6'sını gerçekleştirmektedir. Bu çizelgeden anlaşılacağı gibi, Türkiye dünyanın en fazla üretim yapan ülkeleri arasında yer almaktadır.

Çizelge 4.4. Başlıca Buğday Üreten Ülkeler (1000 Ton)

Ülkeler	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Çin	101591	106395	99301	102211	110569	123290	110000	114400
AT-15	87796	84051	85608	87712	99725	94656	103777	97425
ABD	67136	65222	63168	59400	62000	67523	69410	62777
Hindistan	55690	57210	59840	65767	62097	69275	65907	71007
Rusya	46167	43547	32129	30119	34917	44258	27012	32000
Kanada	29879	27226	22920	24989	29802	24280	24393	25007
Avustralya	14739	16479	9025	16566	22924	19224	21122	21850
Türkiye	19318	21016	17514	18015	18515	18650	21000	18000
Pakistan	15684	16157	15213	17002	16907	16651	17868	17970
Kazakistan	18285	11585	9052	6490	7678	8955	4746	6609
Dünya	565197	564455	527560	542758	582709	612624	589269	578337

Kaynak:FAO,1999.

4.3.2.Türkiye’de Buğday Üretimi ve Politikaları

4.3.2.1.Türkiye’de Buğday Üretimi

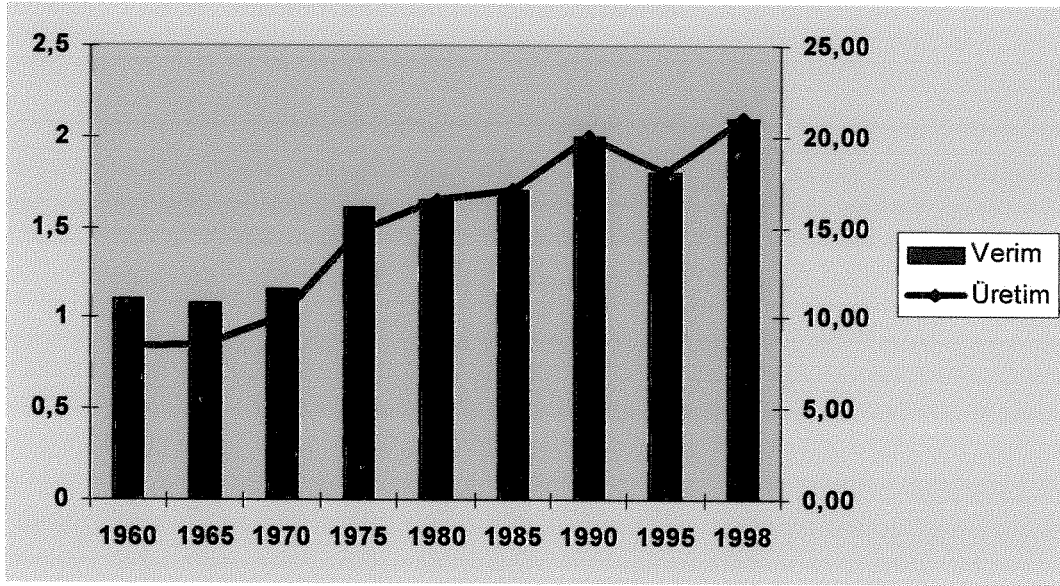
Türkiye’de 1998 yılındaki işlenen tarla alanı DİE geçici rakamlarına göre 18.748 milyon hektardır. Çizelge 8’de görüldüğü gibi, buğday ekim alanı 9.40 milyon ha ile işlenen tarla alanının % 50’sine karşılık gelmektedir. Buradan da anlaşılacağı gibi, Türkiye’de tarım ürünleri arasında en fazla buğday üretimi yapılmaktadır

Çizelge 4.5. Türkiye’de Buğday Ekim Alanı, Verimi ve Üretimi

Yıllar	Ekim Alanı (milyon hektar)	Verim (Kg/da)	Üretim (milyon ton)
1960	7.70	110	8.45
1961	7.72	91	7.00
1962	7.80	108	8.45
1963	7.85	127	10.00
1964	7.87	105	8.30
1965	7.90	108	8.50
1966	7.95	121	9.60
1967	8.00	125	10.00
1968	8.25	115	9.52
1969	8.66	121	10.50
1970	8.60	116	10.00
1971	8.70	155	13.50
1972	8.73	140	12.20
1973	8.85	113	10.00
1974	8.75	126	11.00
1975	9.25	160	14.75
1976	9.25	179	16.50
1977	9.33	179	16.65
1978	9.30	180	16.70
1979	9.40	175	17.50
1980	9.02	165	16.50
1981	9.25	170	17.00
1982	9.00	175	17.50
1983	9.23	164	16.40
1984	9.00	172	17.20
1985	9.35	170	17.00
1986	9.35	190	19.00
1987	9.42	189	18.90
1988	9.44	205	20.50
1989	9.35	162	16.20
1990	9.45	200	20.00
1991	9.63	204	20.40
1992	9.60	193	19.30
1993	9.80	210	21.00
1994	9.80	175	17.50
1995	9.40	180	18.00
1996	9.35	185	18.50
1997	9.34	187	18.65
1998	9.40	210	21.00
1999*	8.65	208	18.00

* FAO, 1999 gerçekleşme tahmini.

Kaynak: DİE Çeşitli Yıllar (a).



Kaynak: DİE, Çeşitli Yıllar (a).

Şekil 4.1. Türkiye'de Buğday Üretimi (milyon ton) ve Verimi (1000kg/ha)

Türkiye buğday üretiminde genel olarak bir artış gözlenmekle birlikte yıllar itibariyle üretimde dalgalanmalar vardır (Şekil 4.1). Bu dalgalanmalar fiyatlara da yansımaktadır. 1960 –1998 yılları arasında verim yaklaşık iki kat artış göstermiştir. Bu yıllar arası buğday üretimi 2.5 kat artarak 21 milyon ton olmuştur. Buğday ekim alanları ise 1.2 kat artarak 9.4 milyon hektar olmuştur. Buradan da açıkça görüldüğü gibi buğday üretimindeki artışın en önemli nedeni verimdeki artış olmaktadır (Şekil 4.1).

Türkiye'de son yıllardaki buğday verimi artışında, verim bakımından yüksek ve hastalıklara dayanıklı çeşitler kullanılması, mekanizasyon, gübrelenebilen arazilerde buğday üretiminin yapılması, ekim tekniklerinin değiştirilmesi gibi faktörler rol oynamıştır.

En fazla ekimi yapılan buğday çeşitleri (Yerli);

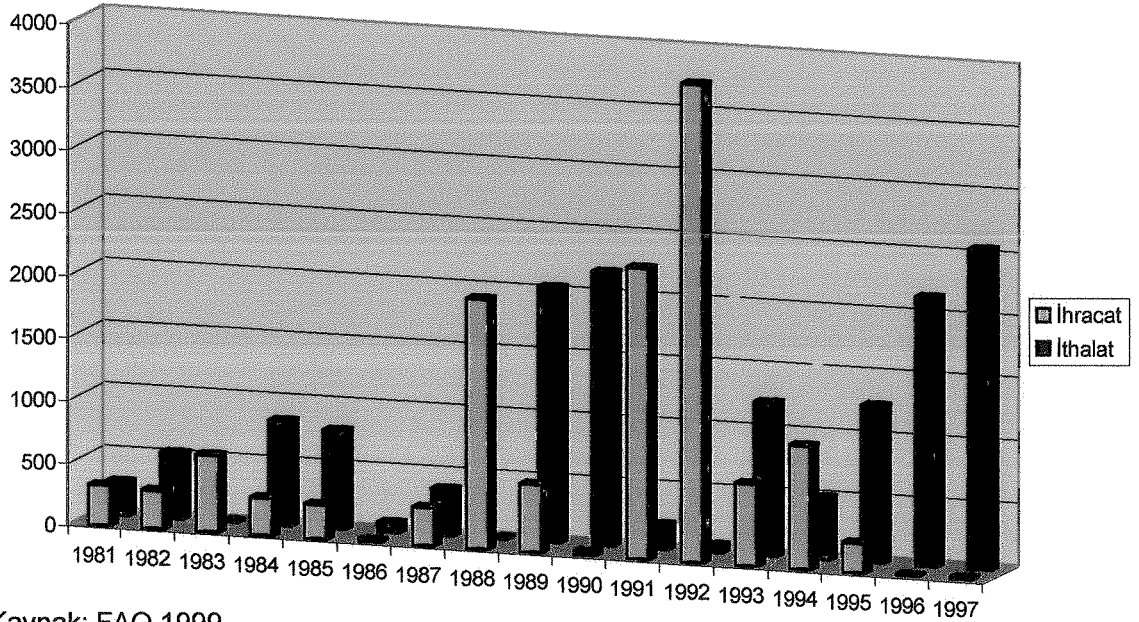
Triticum aestivum (ekmeklik),

Triticum durum (makarnalık),

Triticum compactum (bisküvi, kek)'dur (TARIKAHYA, 1991).

4.3.2.2. Türkiye’de Buğday Fiyatları ve Dış Ticareti

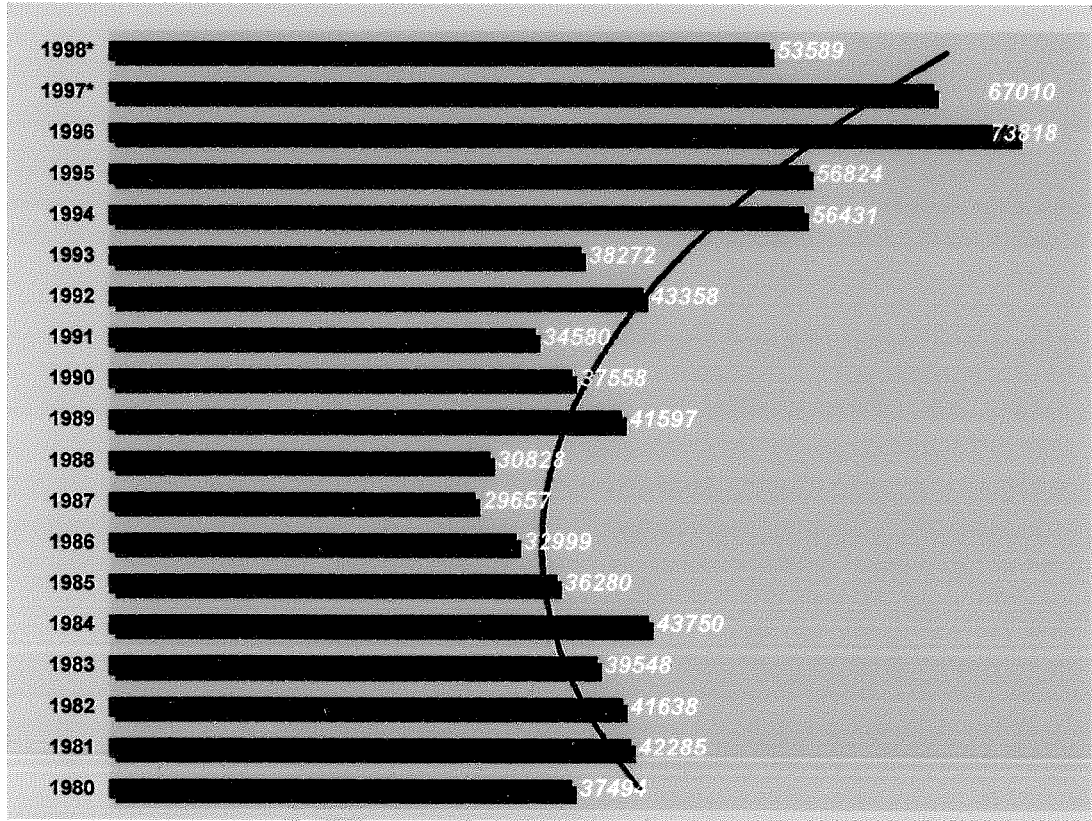
Türkiye, dünyada buğday ekim alanı ve üretimi bakımından önemli bir yere sahip olmasına rağmen buğday ithal etmektedir. Tohum ıslahı ve uygun tohumluğun seçimi konusundaki yetersizlik sonucu verimin düşüklüğü ve kalitenin yeterli düzeyde olmaması buğday ithalatının gün geçtikçe artmasına neden olmuştur. Son yıllarda gerek kalite gerekse rekolte açısından büyük olumsuzluklar ve düşüşler yaşanmaktadır. Kaliteli un üretimi, dolayısıyla kaliteli buğday üretimi için sağlıklı tarım politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır.



Kaynak: FAO 1999.

Şekil 4.2. Türkiye Buğday İthalatı ve İhracatı (Bin ton)

Şekil 4.2.’de görüldüğü gibi son yıllarda buğday ithalatı artış göstermektedir. 1992 yılında yaklaşık 4 milyon tona ulaşan buğday ihracatı, bu yıldan sonra azalışa geçmiştir. Son iki yıldaki buğday ithalatımız ise 2 milyon tonu geçmektedir. Türkiye’deki buğday ithalatının son yıllardaki artışın en önemli nedeni, buğdaydaki kalite sorunudur.



*1999 Yılı Programının Tarımsal Ürünleri Destekleme Fiyatları.

Kaynaklar: a) DİE, 1996, b) DİE, 1999b, c) DPT, 1999.

Şekil 4.3. Türkiye’de Çiftçi Eline Geçen Buğday Fiyatları (1998 Reel Fiyatları)
(TL/Kg)

1980-1998 yılları arasında buğdayın reel fiyatlarında genel bir artış gözlenmekle birlikte, yıllar itibariyle fiyatlarda dalgalanmalar oluşmaktadır. Çünkü, üretimin arttığı dönemlerde fiyat azalmakta, üretim azalışında fiyatta bir artış gözlenmektedir. Bu durum fiyatlarda dalgalanmaya yol açmaktadır. Fiyatlardaki bu dalgalanmalara karşın üreticiyi ve tüketiciyi korumak amacıyla çeşitli politikalar uygulanmaktadır.

4.3.2.3. Türkiye’de Buğday Politikaları

Türkiye’de tahıl pazarını ve dolayısıyla buğday üretim ve pazarını düzenleyen çeşitli politikalar uygulanmaktadır. Bu politikalar; tarım tekniklerini ve sulamayı geliştirme, gübre kullanımını artırma, tarımsal mücadele uygulamaları,

uygun çeşit seçimi ve iyi tohumluk kullanımı, kalitenin iyileştirilmesi, çiftçi eğitiminin geliştirmesi ve yayım hizmetlerini, buğday fiyat ve pazarını düzenleme politikalarıdır (GÜNGÖR, 1997).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığına bağlı 53 araştırma enstitüsünden 17'si ıslah, yetiştirme, bitki koruma ve kalite dallarında araştırma sürdürmektedir. Değişik ekolojilere tavsiye edilen 40 ekmeklik, 15 makarnalık buğday çeşidi üretim kapsamındadır.

Serin iklim tahıllarını sulu ortamda yetiştirme ve kuru tarımda destek sulama, verimde önemli artışlar sağlamaktadır. Buğdayın önemli zararlıları olarak bilinen süne ve kıvrık mücadelede Bakanlık çalışmaları önem taşımaktadır.

Türkiye buğday üretim politikalarında uygun çeşitler seçimine imkan sağlamak için araştırmalara büyük önem verilmiştir. Tarımsal Araştırma Enstitüleri ve Ziraat Fakültelerinin önce yerli çeşitlerde seleksiyonla, 1960'lardan sonra ise melezleme ve introdüksiyon yolu ile geliştirdikleri yeni buğday çeşitleri, buğday üretiminin artırılmasında önemli katkılarda bulunmuştur (GÜNGÖR, 1997).

Türkiye'de belirli kalite ve standartta buğday üretiminin sağlanmasında güçlükler görülmektedir. Üretim politikalarında, ürünün iç ve dış pazar isteklerine göre kalite ölçülerinde olmasına gereken önem verilmemektedir (GÜNGÖR, 1997).

Devletin üretim politikaları içerisinde, üretim sürecinde doğrudan yardımlar ve sübvansiyonlar dışında pazarlama sürecinde taban fiyat tespiti ve destekleme alımları yapılmaktadır. Buğdayda ürün destekleme politikası uygulamasını Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) yapmaktadır.

TMO, 13.7.1938 de yürürlüğe konulan 3491 sayılı kanunla kurulmuştur. Bu tarihten itibaren tahıl alımı ve stoklama yapmaktadır. Tüzel kişiliğe sahip, faaliyetlerinde özerk ve sermayesinin tamamı devlete ait bir Kamu İktisadi Teşekkülü'dür. TMO'nun amacı, çiftçiye destek olmak, çiftçinin ürünlerinin değerlendirilmesini sağlamak, ikinci olarak da tüketiciye destek olmak ve konusu ile ilgili olan mallarda spekülasyon fiyat hareketlerini önlemektir. TMO, bu ürünlerin piyasalarını düzenleyici tedbirler alarak, her yıl belirlenen fiyatlarla söz konusu ürünlerin alımını yapar. Ayrıca bu ürünleri stok ve muhafaza etmek suretiyle, piyasanın istikrarını sağlamaktadır (DPT, 1995).

Tarımsal ürünlerde talep ve arz elastikiyeti düşüktür. Tarımsal üretimin çok olduğu yıllarda fiyatlar düşmekte, az olduğu yıllarda ise fiyatlar anormal ölçüde yükselmektedir. TMO'nun görevi, üretimin az olduğu yıllarda dışarıdan mal ithal ederek, fiyatlardaki yükselmeleri önlemek, buna karşılık üretimin fazla olduğu yıllarda fazla alım yaparak buğday fiyatlarının düşmesini engellemektir.

TMO yaklaşık 4.5 ton milyon ton depolama kapasitesine sahip bir kuruluştur. Dolayısıyla, teorik olarak miktar kısıtlaması olmamakla birlikte bir dereceye kadar destekleme alımları TMO'nun mevcut depolama imkanlarıyla kısıtlı kalmaktadır. TMO, yüksek kalite ürün için ilan edilen fiyatlara ilave olarak pirim öder, aynı şekilde daha düşük kalitedeki ürün için de düşük fiyat uygular. Ayrıca destekleme fiyatları bölgesel olarak farklılık gösterir (TZOB, 1998).

Hububat destekleme alım kararları genellikle Mayıs –Haziran aylarında, hasatla birlikte yayımlanmaktadır. Fiyatların tespitinde ikinci grup ekmeklik buğdaylar baz olarak alınmaktadır. Ayrıca 1990 yılından beri ilan edilen fiyatlarda aylık fiyat artışları uygulanmaktadır.

TMO'nun çeşitli faaliyetlerinden dolayı doğacak zararları, görev zararı sayılmakta ve Hazinece karşılanmaktadır. Ayrıca ürün alımları için gerekli finansman öncelikle genel bütçeye TMO'nin görev zararlarının ödenmesi için konulan ödemelerden yapılacak aktarımlarla ve T.C. Merkez Bankası'nca (T.C. Ziraat Bankası aracılığıyla) sağlanacak reeskont kredisiyle, yetmediği takdirde iç ve dış kredi temini suretiyle karşılanmaktadır.

Hububat ürünleri için, kalite ve sağlık açısından, ithalinden önce ve fiili ithal aşamasında, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'ndan Kontrol Belgesi'nin alınması gerekmektedir. Ayrıca ekmeklik ve makarnalık buğday ithalinde, bankalarca ithal müsaadesi düzenlenmeden önce Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan "uygundur" görüşünün alınması gerekmektedir (TZOB, 1998).

Buğday ithalatındaki koruma oranları incelendiğinde yıllar itibariyle bir düşüş olduğu görülmektedir. 1994 yılı İthalat Rejimi Kararı'nda, tohumluk olmayan makarnalık ve ekmeklik buğday ithalatında %3 gümrük vergisi ve 100 \$/ton Toplu Konut Fonu (TKF) kesintisi uygulanmakta iken, 21.12.1994 tarihinde yapılan değişiklikle makarnalık buğday ithalatındaki TKF kesintisi 20 \$/ton'a indirilmiştir.

Daha sonra 2 ağustos 1995 tarihinde yapılan bir değişiklikle ekmeklik buğday ithalatında uygulanan 20 \$/tonluk TKF kesintisi de kaldırılmıştır. Gerek ekmeklik buğday gerekse makarnalık buğday ithalatında sadece %3'lük GV uygulaması yürürlükte kalmıştır. 21 eylül 1996 tarihine kadar bu şekilde uygulanan GV oranı, bu tarihte yapılan bir değişiklikle adı geçen her iki üründe de %15'e çıkarılmıştır (TZOB 1998).

TMO, hububat ürünleri ithalatında GV ve TKF kesintisinden muaf tutulmaktadır. Bu tür bir uygulama TMO'ya özel sektöre nazaran avantajlı bir durum yaratmaktadır. 29 Haziran 1993 tarihli Resmi Gazetenin 4534 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı gereğince; Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), makarna, irmik ve bisküvi ihraç eden özel sektör kişi ve kuruluşlarını, kendi stoklarında bulunan buğday ile desteklemekle görevlendirilmiştir. Bu karar ile özel sektör ihracatı özendirilmiştir (TZOB, 1998).

1993 yılında, TMO buğday, çavdar, arpa ve yulaf alımlarında uygulanmak üzere emanet alım sistemi adı altında yeni bir uygulama başlatmıştır. Bu yeni sistemle üreticiler, en az 2 tonluk tahıl, silolarda en fazla 9 ay tutmak üzere TMO depolarının alım merkezlerine emanet edebilmektedirler. Bunun için üreticilere bir depozit makbuzu verilmektedir. Depozit makbuzu sahibi, bu 9 aylık maksimum süre içerisinde, istediği zaman ürününü cari piyasa fiyatından TMO'ne satıp, nakliye ve depozit ücreti kesintisinden sonra geriye kalan gelirini alabilmektedir. Depolama ücreti günde ton başına 5.000 TL'dir (TZOB, 1998).

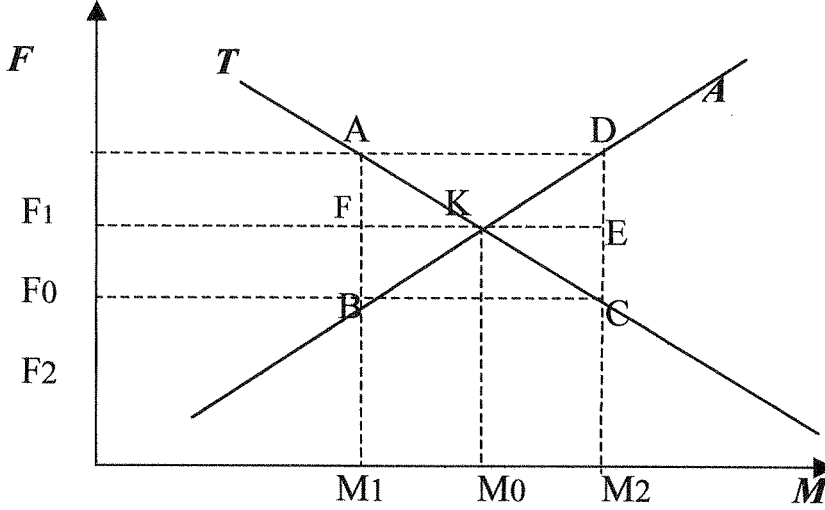
TMO'nin iç satışlarında uygulanan fiyat ise, 1996/97 Dönemi Hububat Ürünü Destekleme Alımı ve Satımı Hakkındaki 96/8284 sayılı BKK ile, destekleme alım fiyatının asgari %15 fazlası olarak tespit edilmekteyken, 22 Kasım 1996 tarih ve 22825 sayılı Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren ve adı geçen kararda değişiklik yapılmasına dair 96/8745 Sayılı BKK ile, hububat iç satış fiyatları tespit olduğu dönemdeki ortalama iç alım fiyatlarının altında kalmamak kaydıyla TMO'nce belirleneceği ifade edilmiştir. Bu değişikliğin yapılmasının nedeni olarak da piyasadaki fiyatların artışından dolayı ekmek fiyatlarındaki artış gösterilmiştir. Yapılan bu değişiklikle, uygulama döneminde buğday fiyatlarında düşüş meydana gelmiştir (TZOB, 1998).

4.3.2.3.1. Buğdayda Destekleme Alımları ve Taban Fiyat Politikası

1928-1932 Dünya Ekonomik Krizi döneminde tarım ürünlerinin destekleme kapsamına alınması gündeme alınmıştır. Ekonomik kriz, Türkiye’de de tarımsal ürün fiyatlarının, özellikle de buğday fiyatlarının üretimin devamını tehlikeye sokacak ölçüde düşmesine neden olmuştur. Bunun üzerine, 1932 yılında fiyat saptaması ile ilgili köklü önlemler alınması gereği duyulmuş ve önce 3.7.1932 tarih ve 2056 sayılı “Buğday Koruma Kanunu” çıkarılmıştır. Bu kanundan bir ay sonra da (5.8.1932) 13204 sayılı kararname ile üreticiler tarafından arz edilen buğdayı satın alma görevi T.C. Ziraat Bankasına verilmiştir. Sonra da bu görev 1938 yılında TMO’ne devredilmiştir (ÇALGÜNER 1974 ve ÇİVİ, 1977)

“Tarımsal Destekleme Alımları” konulu Nisan 1992 tarihli bir çalışmada, destekleme alımları ve ilgili politikaların amaçları aşağıda belirtilen dört maddeyle açıklanmaktadır (ERDEM ve ERKAN, 1992):

- Yılda bir veya bir üretim yılında değişebilen ürün fiyatlarının istikrarını sağlamak.
- Fiyatların beklenen talebe uygun olarak üretim artışını sağlayacak düzeylerde oluşumuna yardımcı olmak ve üretici fiyatlarının, üreticilere tarımsal faaliyetleri cazip kılacak düzeyde gerçekleşmesini sağlamak.
- İç tüketim, dışsattım ve sanayi için sürekli ve yeterli olacak şekilde üretim artışını sağlamak.



Kavnak: ÖREN, 1994

Şekil 4.4. Destekleme Fiyatı Sisteminin İşleyişi

Tarım ürünlerinin piyasasına herhangi bir müdahale bulunmadığı durumlarda fiyatlar, arz(A) ve talep(T) eğrilerinin kesiştiği F_0 düzeyinde oluşmaktadır. Ancak devlet üretici gelirlerini yükseltmek amacıyla F_0 piyasa denge fiyatı üzerinde bir F_1 fiyatı belirlemektedir. Fiyatın F_0 dan F_1 düzeyine yükseltilmesiyle talep M_0 'dan M_1 'e düşecektir. Buna karşılık F_1 fiyat düzeyinde üreticiler, M_2 kadar ürün arz etmek isteyeceklerdir. Bu durumda M_2-M_1 kadar arz fazlası ortaya çıkacaktır ve devlet fiyatların belirlenen F_1 düzeyinin altına düşmemesi için ortaya çıkan bu ürün fazlasını (M_2-M_1) satın alarak AFED alanı kadar bir destekleme harcaması üstlenmiş olacaktır. Bu durumda devlet destekleme alımıyla birlikte fiyat F_1 olacak ve üreticinin elde ettiği ilave kazanç F_1DKF_0 alanı kadar olacaktır.

Tarımsal fiyat politikası uygulamalarında üreticilere yeterli ve adil bir gelir düzeyi sağlamanın yanında, tüketicileri de aşırı fiyat artışından korumak amaçlanmaktadır. Bu bakımdan, devlet bazı yıllar fiyat politikaları yoluyla tüketiciyi de sübvansiyone etme yoluna gidebilmekte, yani üreticiden yüksek fiyatla aldığı ürün için tüketici piyasa fiyatının da altında bir fiyat saptayabilmektedir. Bu durumda üreticinin yanında, tüketicie de bütçeden bir gelir transferi yapılmış olacaktır. Bu şekilde bir fiyat politikasının uygulanması halinde, piyasa denge fiyatı

F_0 'ın üzerinden bir F_1 denge fiyatıyla üreticinin ürününü satın alırken, tüketiciye de yine F_2 düzeyinde fiyat sunulmuş olacak. F_2 fiyat düzeyinde tüketicinin talep edeceği miktar ise M_2 kadar olacağından, devlet FBEC kadar bir ilave harcamayı üstlenecek, bu uygulamadan tüketicinin elde edeceği kazanç ise F_0KCF_2 alanı kadar olacaktır. KDC kadar bir alan ise, devletin buğday piyasalarına müdahaleleri sonucu ortaya çıkan kaynak kullanımı etkinsizliği olup üretici ve tüketici cebine girmeyen ekonomik kayıptır.

OECD'nin 1998 yılında yaptığı çalışmaya göre, ülkemizde 1997 yılında, tarım politikasıyla buğday üreticilerine 1.13 milyar dolar transfer sağlamıştır. Buğday sektöründe genelde üretici eline geçen her 100 TL'nin 31 TL'si sağlanan destek ve korumalardan kaynaklanmaktadır. Bu uygulamalar tüketici harcamalarını % 23 oranında artırmaktadır. Sağlanan destek ve korumalarla yurtiçi üretici fiyatları dünya fiyatlarının 1.41 katı olarak gerçekleşirken tüketiciler tarım ürünleri için dünya fiyatlarının 1.30 katı fiyat ödemek durumunda kalmışlardır (ERKAN ve ark. 1999).

Ülkemizde izlenen politikalarla, genelde tüketicilerden buğday üreticilerine bir gelir sağlandığı söylenebilir. Fakat pazar fiyatına müdahale, üretimi ve üretici gelirlerini yönlendirmede etkili bir araç olmakla beraber piyasa dengelerini bozarak ulusal refahı da olumsuz etkilemektedir. Bu müdahaleler sonucu uluslararası ticarete meydana gelen performans farklılıkları, dünya refahı üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü, serbest ticaret önündeki en büyük engel olarak görülen destek ve koruma politikalarına aşamalı olarak son verilmesi gerektiğini önemle vurgulamaktadır (ERKAN ve ark. 1999).

Avrupa Topluluğu'nda da müdahale fiyat sistemi uygulanmaktadır. 1995/96 yıllarında hedef fiyat uygulamasına son verilmiştir (İKV, 1996).

4.3.2.3.2. Buğdayın Borsa İşlemleri

Genel olarak borsalar, arz ve talebin karşılaşarak tek bir fiyat oluşumuna imkan verdiği ve kamu yararına devlet tarafından veya oto kontrol sistemiyle denetlenen, mesleki nitelikte kamu kurumlarıdır (T.C. Ziraat Bankası, 1996). Buğday borsaları ticaret borsaları içerisinde yer almaktadır.

Ticaret borsaları, kanunda yazılı esaslar dahilinde, borsaya dahil maddelerin alım ve satımı, fiyatlarının tespiti ve ilanı yapmak üzere kurulan tüzel kişiliği haiz kamu kurumlarıdır. Borsalar illerde kurulmuşlarsa bu ilin sınırları, ilçelerde kurulmuş ise ilçe içinde faaliyet gösterebilirler. Bu alan içinde borsaya dahil maddelerin alım satımıyla uğraşan firmalar borsaya kayıt olmak zorundadırlar (T.C. Ziraat Bankası, 1996).

Tanımdan da anlaşılacağı gibi buğday borsaları, buğday üreticisinin ürününün gerçek değerini bulmasına ve pazarlamasına önemli ölçüde katkıda bulunan kuruluşlardır. Ticaret borsaları sayesinde uluslararası buğday fiyatları takip edilip dünya pazarıyla bütünleşme sağlanabilmektedir.

Borsalarda, standart veya belirli tiplere ayrılmış mallar üzerinden çalışılır. Bu yüzden üretici daha kaliteli üretim yapmaya çalışır. Bütün bunların sonucunda, belli standartlara sahip kaliteli ve uygun fiyatta ürünlere ulaşacak olan tüketicinin de hakları savunulmuş olacaktır.

Türkiye’de faaliyet gösteren 90 adet ticaret borsası bulunmaktadır. Halen ürün ticareti Türkiye’de faaliyet bulunan borsaların üçte berinden azında gerçekleşmektedir. Bununla birlikte, alım ve satımın geniş yer ve zaman içinde yapılması için gerekli organizasyon, gelenekler ve borsada oluşan fiyatın herkese iletilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmıştır (T.C. Ziraat Bankası, 1996). Bu özellikleri bünyesinde toplayan ticaret borsalarında, ilk alım-satım, spot işlemleri başlamış, daha sonra vadeli işlemin teslim dayalı forward işlemine en son ise vadeli işlemin teslim dayayan futures işlemine kadar devam etmiştir.

Vadeli işlem borsaları sayesinde peşin alış verişlerin yanında, gelecek için de bağlantılar kurulması sağlanarak zaman içinde fiyatların istikrara kavuşması, risk ve belirsizliğin paylaşılması mümkün olmaktadır. Vadeli işlem ve opsiyonlar borsalarının kuruluş ve çalışma esasları hakkındaki genel yönetmelik, 23 temmuz 1995 tarihli Resmi Gazetede yayınlanmıştır (T.C. Ziraat Bankası 1996).

Konya, Polatlı ve Eskişehir’de hububat borsalarını geliştirmek için Dünya Bankası destekli bir çalışma; SPK, İzmir Ticaret Borsası, ve FAO ile Tarım Köy İşleri Bakanlığı tarafından yürütülmektedir (T.C. Ziraat Bankası 1996).

Bu ve benzeri çalışmalar sayesinde, yöresel potansiyelin değerlendirilmesi ön amacıyla kurulan ticaret borsalarının yurt çapında yayılması ve bu borsalarda vadeli işlemlerin de uygulanabilirliğinin sağlanmasıyla ekonomiye yeni bir boyut kazandıracaktır. Ayrıca borsalar, Türkiye'nin şimdiye kadar tarımda benimsendiği devlet desteklemesinde alternatif bir politikadır.

4.4. Dünyada ve Türkiye'de Un

Dünyada başlıca buğday üretici ülkeler aynı zamanda en fazla un üretimi yapan ülkeleri oluşturmaktadır. Çünkü buğday üretiminden belli bir oranda stok ve tohumluk olarak ayrıldıktan sonra kalan buğdayın %75 dolayındaki bölümü un haline getirilmektedir. Bununla birlikte, Japonya önemli bir buğday üreticisi olmamakla beraber, buğday ithalatı yaparak dünyanın önemli un üretici ülkeleri arasına girmektedir. Dünyada 1997 yılı itibariyle toplam un üretimi yaklaşık olarak 266 milyon tondur (United Nations, 1999).

4.4.1. Dünya ve Türkiye Un Ticareti

4.4.1.1. Dünya Un İhracatı

Dünyada, un ihracatında ilk sırayı Avrupa Birliği almaktadır. Dünya ihracatının 1998 rakamları ile % 55'ni AB gerçekleştirmiştir. Geçmiş yıllarda AB aktif bir tahıl ve dolayısıyla un ithalatçısıyken, dünya un pazarına ABD ve Kanada hakim durumdaydı (BALTACI, 1996). Günümüzde bu pazara Avrupa Birliği hakim hale gelmiştir. Avrupa Birliğinden sonra önemli ihracatçı ülkeler sırasıyla; ABD, Arjantin, Türkiye, Japonya ve Kanada'dır (Çizelge 4.6). Burada dikkati çeken ülke Japonya'dır. Buğday üretimi 569.500 ton olan bu ülke 271.000 ton un ihraç edebilmektedir.

Çizelge 4.6. Başlıca Un İhracatı Yapan Ülkeler (1000 Ton)

Ülkeler	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
AB (15)	4392	5277	5594	5499	5396	4931	5352	5653	4887
ABD	858	1003	957	1062	1108	1092	502	518	586
Türkiye	109	615	493	379	565	638	571	865	365
Arjantin	147	196	141	174	288	228	244	582	474
Kanada	152	179	168	148	220	209	156	142	155
Japonya	314	302	296	326	309	323	298	267	271
Dünya	6946	8515	8794	8499	9327	10188	10408	10334	8959

Kaynak: FAO 1999.

4.4.1.2. Dünya Un İthalatı

Çizelge 4.7’de görüldüğü gibi en fazla un ithalatını Afrika ülkeleri yapmaktadır. Afrika ülkeleri toplam dünya buğday ithalatının % 37.1’ini gerçekleştirmektedir. Bunu takiben Asya ülkeleri % 29.4, Avrupa ülkeleri % 22.9 ve Kuzey Orta Amerika ülkeleri %5.8 ve Güney Amerika ise %4’lük un ithalatı yapmaktadırlar. Bununla birlikte, dünya un ithalatında Mısır % 10.8; Libya % 7.9 ve Yemen %7,8 pay ile ilk üç sırada yer almaktadır.

Türkiye’nin komşu ülkesi olan Suriye, 1990 yılında 491 bin ton ithalat yaparken, bu rakam 1998 yılında 15 bin tona kadar düşmüştür. Bununla birlikte Irak 1995 yılında 300 bin ton ithalat yaparken bu rakam 1998 yılında 21 bin tona düşmüştür. Suudi Arabistan’da 1990 yılında 491 bin ton olan ithalatı, 1998 yılında 15 bin tona düşmüştür. Bu ülkeler potansiyel olarak ülkemizin pazarı durumundayken, son yıllarda bu ülkelerde un fabrika sayılarının artması ve Orta Doğu’da yaşanan olumsuz gelişmeler bu pazarı küçültmüştür. Bununla birlikte Orta Asya’da yeni pazar alanları ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 4.7. Başlıca Un İthalatı Yapan Ülkeler (1000 ton)

Ülkeler	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Kuzey ve Orta Amerika	410	390	545	495	546	549	590	515	590
Kanada	5	5	14	23	37	23	23	20	22
Küba	200	135	155	130	100	91	146	113	146
Haiti	68	97	181	160	120	147	158	137	181
ABD	46	26	51	81	158	152	133	117	137
Güney Amerika	318	287	290	287	433	317	289	493	422
Brezilya	0	3	21	40	143	125	151	405	323
Peru	210	169	110	99	54	34	88	37	34
Afrika	3269	3503	3699	3851	3966	3242	2612	3535	3777
Cezayir	714	947	1229	1192	1261	1126	884	1103	1103
Angola	68	60	89	105	1340	147	161	172	175
Mısır	748	432	276	690	380	290	57	64	139
Libya	591	643	500	615	500	588	637	749	800
Sudan	450	200	110	166	280	200	152	238	208
Asya	1784	2161	2865	2809	2603	2905	3648	2988	2995
Azerbaycan			250	240	250	66	272	285	285
Hong Kong	129	142	130	102	130	165	186	184	163
Irak	50	420	280	250	215	300	200	21	21
Singapur	105	112	121	153	176	176	163	151	120
Suudi Arabistan	491	302	438	404	279	44	4	15	15
Vietnam	141	197	194	251	260	254	296	152	220
Yemen	206	403	476	456	427	566	666	730	790
Suriye	491	302	438	404	279	44	4	15	15
Avrupa	608	696	2103	1297	1557	1985	2453	2267	2335
Fransa	105	122	133	132	167	169	173	203	255
Almanya	101	120	111	86	83	91	82	86	80
Hollanda	174	207	253	252	320	212	306	262	256
DÜNYA	6702	8108	9556	8795	9161	9061	9659	9859	10178

Kaynak: FAO, 1999.

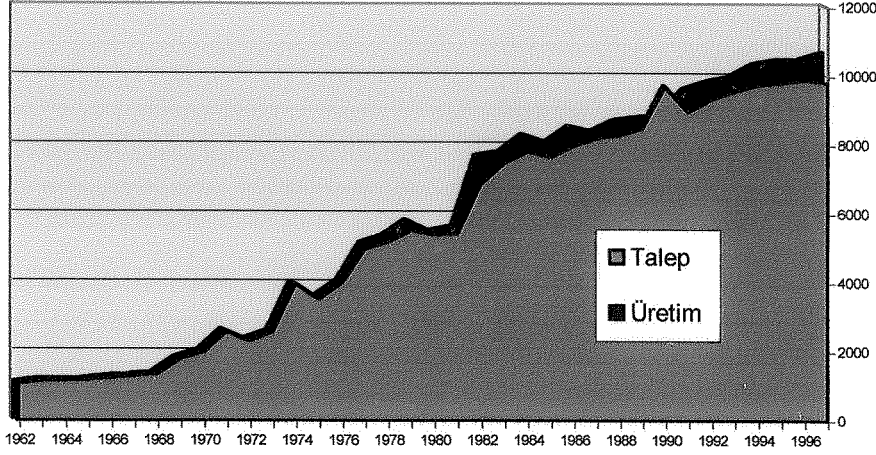
4.4.1.3. Türkiye’de Un Talebi, Arzı ve Dış Ticareti

Türkiye’de un üretimi yıllar itibariyle artış göstermektedir. 1965-75 yılları arasında üretimde meydana gelen dalgalanmalar un ithaline neden olmuştur. Bununla birlikte bu dönemde un üretim ve talep miktarlarının aynı olmasına rağmen ithalatın gerçekleşmiş olması dikkat çekicidir. 1977 yılından sonra üretimin talepten fazla olmasından un ihracatı başlamıştır. Bu yıldan sonra da un ithali yok denecek kadar azalmıştır. Un ihracatı yıllar itibariyle dalgalanma göstermekle birlikte genel bir artış trendi çizmektedir. 1997 yılında ihracat rakamı 865 bin ton ile en yüksek noktasına gelmiştir. Bu rakam 1998 yılında 365 bin tona kadar gerilemiştir.

Çizelge 4.8. Türkiye’de Sanayi Unu Üretimi, Talebi ve Dış Ticareti (Ton)

Yıllar	Talep	Üretim	İhracat	İthalat
1962	1.069.000	1.069.000	20	727
1963	1.152.000	1.152.000	16	
1964	1.164.000	1.164.000	12	
1965	1.185.000	1.185.000		
1966	1.250.000	1.250.000	36	
1967	1.300.000	1.300.000	175	
1968	1.350.000	1.350.000	46	
1969	1.794.000	1.794.000	84	15.153
1970	2.000.000	2.000.000	282	15.011
1971	2.600.000	2.600.000	657	25.400
1972	2.320.000	2.320.000	10.653	21.881
1973	2.574.000	2.574.000	1.404	13.871
1974	3.976.000	3.976.000	1.680	9.060
1975	3.546.000	3.546.000	3.724	8.364
1976	4.017.000	4.017.000	3.293	
1977	4.981.000	5.100.000	29.232	
1978	5.187.000	5.337.000	121.301	237
1979	5.520.000	5.770.000	107.700	
1980	5.390.000	5.459.000	62.938	
1981	5.433.000	5.583.000	98.288	
1982	6.870.000	7.646.000	184.795	311
1983	7.483.000	7.753.000	281.336	
1984	7.803.000	8.248.000	398.419	
1985	7.644.000	8.027.000	224.898	
1986	7.969.000	8.489.000	138.416	
1987	8.187.000	8.343.000	166.416	9
1988	8.282.000	8.665.000	392.595	81
1989	8.489.000	8.749.000	210.277	38
1990	9.716.000	8.818.000	108.642	4.954
1991	8.973.000	9.572.000	615.127	4
1992	9.333.000	9.789.000	493.048	496
1993	9.559.000	9.927.000	379.296	1
1994	9.754.000	10.300.000	564.755	22
1995	9.800.000	10.426.000	637.729	63
1996	9.893.000	10.451.000	570.577	159
1997	9.801.000	10.652.000	864.918	313
1998		10.850.000	365.375	207

Kaynak: a) DPT 1998. b) FAO 1999.



Kaynak: DPT, 1998.

Şekil 4.5. Türkiye'nin Un Üretimi ve Talebi (1000 ton)

Şekil 4.5'te görüldüğü gibi 1977 yılına kadar Türkiye'nin un talebi ve arzı eşit durumdaydı. Bu yıldan sonra un üretimi, talebin üzerinde gerçekleşmeye başlamıştır. Yalnızca 1990 yılında un talebi üretimi geçmiş ve bu yıl 5000 bin ton un ithalatı yapılmıştır.

Çizelge 4.9'da Türkiye'nin un ihracatının ülkelere göre dağılımı görülmektedir. 1995 yılı itibarıyla un ihracatının % 48'i Irak'a yapılmıştır. Aynı yıl içerisinde ihracat yaptığımız diğer ülkeler sırasıyla; Cezayir, Libya, Gürcistan, Yemen, Azerbaycan, Mısır ve Suriye olmuşlardır.

Çizelge 4.9. Türkiye'nin Un İhracatı Yaptığı Ülkelerin Dağılımı

Ülkeler	1994		1995	
	Miktar (Ton)	%	Miktar (Ton)	%
Irak	199.568	39.3	282.621	48.0
Cezayir	89.955	17.7	76.092	12.9
Libya	73.168	14.4	37.378	6.3
Sudan	32.553	6.4	-	-
Gürcistan	31.396	6.2	35.388	6.0
Arnavutluk	20.755	4.1	425	0.7
Yemen	10.500	2.1	31.264	5.2
Azerbaycan	6.779	2.6	28.216	4.8
Mısır	7.750	1.3	27.615	4.6
Suriye	12.959	2.6	23.812	4.0
Malezya	-	-	19.465	3.3
İsrail	15.138	3.0	9.554	1.5
İran	5.205	1.0	8.768	1.5
Lübnan	2.020	0.4	7.150	1.2
Toplam	507.746	100.0	587.748	100.0

Kaynak: Un Sanayiciler Derneği Kayıtları

4.5. Un Sanayi Sektörünün Pazar Yapısı

4.5.1. Un Piyasasında Rekabet

Türkiye'deki un fabrikalarının iller itibariyle kapasiteleri Çizelge 4.10'da verilmiştir. Un fabrikalarının bölgesel dağılımı ise çizelge 4.11'de verilmiştir.

Türkiye'de en fazla un üretimi kapasitesine sahip il Konya'dır. Konya ilini takip eden iller sırasıyla çizelge 4.10'da verilmiştir.

Çizelge 4.10. İller İtibariyle Un Fabrikalarının Kuruluş Kapasiteleri

İL	Ton / Gün	İL	Ton / Gün
Konya	7275	Karaman	477
Ankara	3843	Uşak	469
Balıkesir	3395	Van	466
Gaziantep	3149	Bolu	443
Edirne	2418	Sivas	431
Tekirdağ	2277	Aydın	420
Afyon	2039	Giresun	389
Samsun	2031	Aksaray	358
İstanbul	1790	Denizli	354
Adana	1492	Burdur	334
Tokat	1476	Erzurum	322
Kırklareli	1437	Isparta	310
Kütahya	1397	Mardin	309
Çorum	1538	İçel	308
Amasya	1113	Kocaeli	286
Nevşehir	1079	Elazığ	268
Kayseri	1076	Manisa	266
Kırşehir	1043	Çankırı	260
İzmir	1069	Kars	243
Yozgat	1020	Antalya	204
Bursa	932	Rize	195
Trabzon	922	Ağrı	180
Sakarya	837	Sinop	174

Kaynak: Un Sanayicileri Derneği Kayıtları 1994.

Çizelge 4.11'de görüldüğü gibi, Orta Anadolu Bölgesi toplam üretimin %32'sini gerçekleştirmektedir. Diğer bölgelerdeki yüzdeler ise, Marmara Bölgesinde %23, Karadeniz Bölgesinde %13, Ege Bölgesinde %10, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde %9, Akdeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerinde ise %6'dır

Çizelge 4.11. Bölgelere Göre Un Fabrikalarının Sayı ve Kapasiteleri

Bölge	Fabrika Sayısı	Yıllık Kapasite 1000 Ton	%
Orta Anadolu	216	5.900	32
Marmara	176	4.252	23
Karadeniz	97	2.420	13
Ege	77	1.897	10
Güneydoğu Anadolu	62	1.553	9
Akdeniz	54	1.179	6
Doğu Anadolu	37	1.028	6
Türkiye	719	18.230	100

Kaynak: Un Sanayicileri Derneği Kayıtları 1994.

Un fabrikalarının sayısının Türkiye’de çok fazla olması bu sektördeki rekabeti artırmaktadır. Gerek alıcı gerekse de satıcı sayısı oldukça fazladır. Buna ilişkin piyasadaki rekabeti ölçmek için yıllar itibariyle “Yoğunlaşma Oranı” bakabiliriz.

4.5.1.1. Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranı

Çalışabilir rekabet, 4 firmanın yoğunlaşmasının (CR4) %40 altında ve fiyatın değişken olduğu piyasalardır. Düşük giriş engeli bulunmakta, çok az sayıda gizli anlaşmalar olmaktadır. Bunlarla birlikte karlılık çok düşüktür (Greer 1984). 1985’ten 1996 yıllarına kadar un sanayi sektöründeki yoğunlaşma oranı genel bir artış göstermekle birlikte çok düşük bir orandadır. Bunun sonucu olarak bu piyasada çalışabilir bir rekabet oranının olduğu söylenebilir. Piyasaya giriş engeli hemen hemen bulunmamaktadır¹

Çizelge 4.12’de Türkiye’de 1985-1997 yılları arası un sanayiindeki yoğunlaşma oranları ve H. İndeksi verilmiştir. Yoğunlaşma oranı, sektördeki en büyük dört (CR4) ve sekiz firmanın (CR8) pazar payları olarak gösterilmiştir.

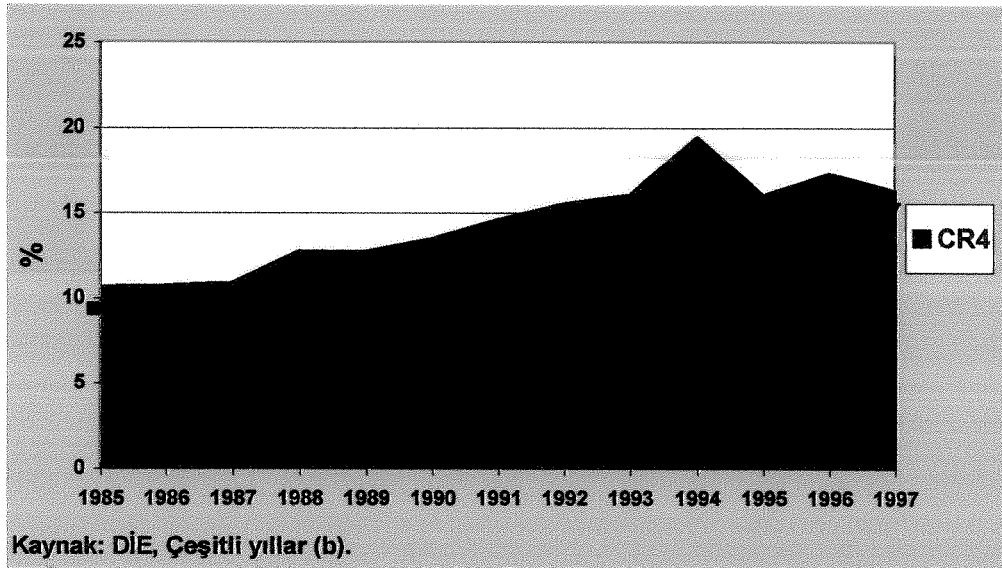
¹Konuya ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Sf. 13-14

Çizelge 4.12. Türkiye’de Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranları

Yıllar	İşyeri Sayısı*	CR4	CR8	H-İndeks
1985	181	10.66	18.42	0.0100
1986	186	10.75	17.36	0.0100
1987	172	10.90	18.28	0.0105
1988	169	12.78	21.74	0.0125
1989	174	12.73	21.37	0.0121
1990	151	13.48	22.65	0.0131
1991	141	14.60	25.49	0.0156
1992	135	15.52	27.08	0.0174
1993	138	16.04	27.56	0.0177
1994	125	19.44	32.15	0.0207
1995	312	16.03	24.29	0.0123
1996	302	17.28	26.24	0.0149
1997	305	16.27	25.89	0.0155

*1985-94 yıllarında iş yeri sayıları belirlenirken 25 ve daha fazla kişi çalıştıran işletmeler alınmış ve 1995 ve sonraki yıllarda 10 ve daha fazla kişi çalıştıran işletmeler alınmıştır.

Kaynak: DİE, Çeşitli Yıllar (b).

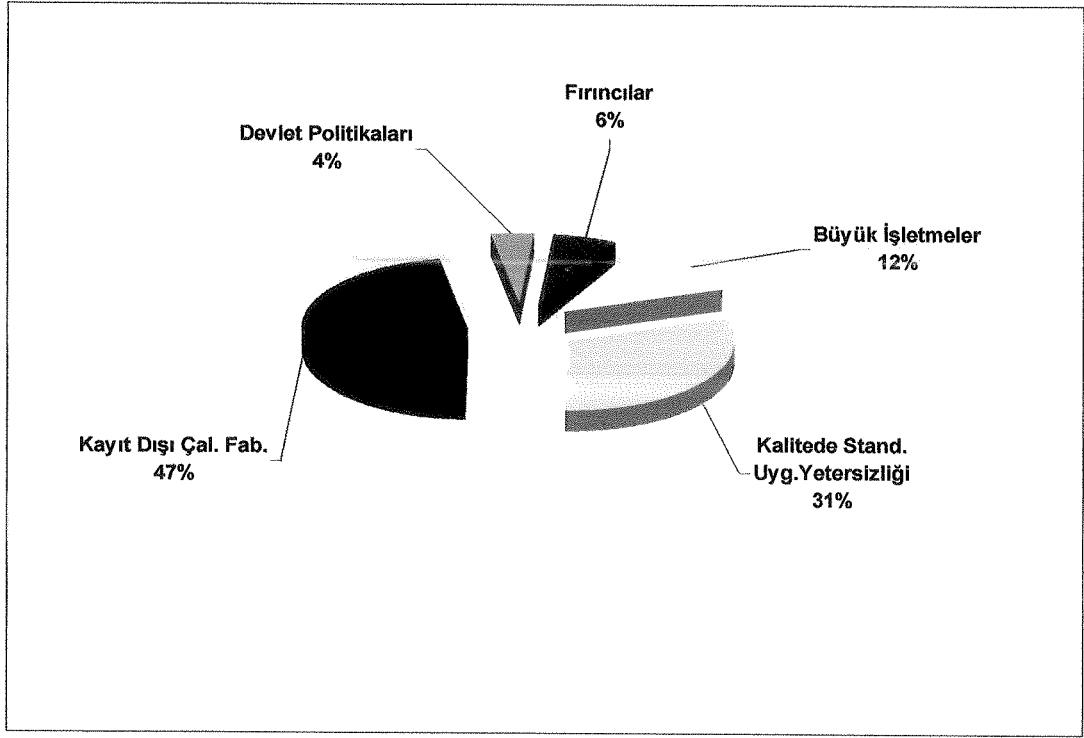


Şekil 4.6. Türkiye’de Un Sanayi Sektöründe Yoğunlaşma Oranları.

Şekil 4.6’da da görüldüğü un sanayi sektöründe yoğunlaşma oranında yıllar itibariyle bir artış gözlenmektedir. Bunun en önemli nedeni, piyasadaki en büyük dört firmanın pazar paylarında, 1985-1996 yılları arasında düzenli bir artış olmasıdır. Bununla birlikte yoğunlaşma oranı %20’yi geçememiştir. Bu sektörde rekabet çok yoğun yaşanmakla birlikte, var olan rekabeti önleyici faktörler şekil 4.7’de görülmektedir.

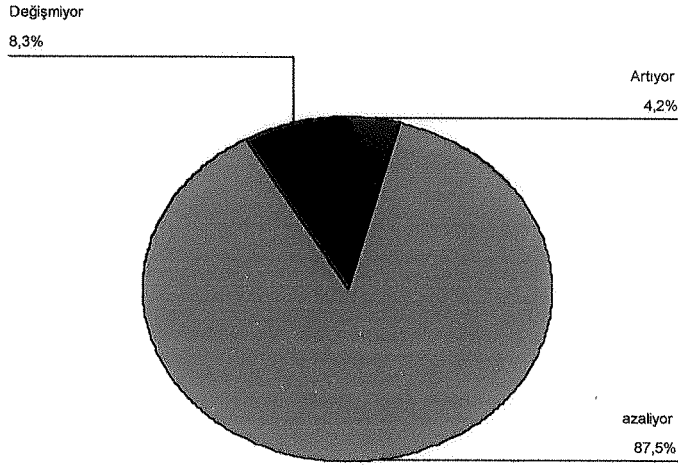
4.5.2. Un Sanayii Sektöründe Karlılık ve Rekabeti Etkileyen Faktörler

Un sanayii sektöründe rekabeti etkileyen faktörler alan çalışması sonucu elde edilmiştir (Şekil 4:7). Alan çalışması sonu elde edilen veriler doğrultusunda; sektördeki rekabeti etkileyen en önemli faktör %46.9'la kayıt dışı çalışan fabrikalar oluşturmaktadır. Piyasada genellikle ürün kalitesinde standardın aranmayışı, rekabeti engelleyen en önemli ikinci neden olmaktadır.



Şekil 4.7. Un Sanayii Sektöründe Rekabeti Etkileyen Faktörler.

Yasal olmayan yollardan piyasaya ürün arz ederek kayıt dışı çalışan fabrikalar bulunmaktadır. Fabrikaların bir kısmı, ihraç amaçlı elde ettikleri düşük fiyatlı buğdayı işleyip yerli piyasa sunmaları, diğer bir kısmı ise, sektörde kapalı gözükken veya kayıt altına alınmamış fabrikaların belirli dönemlerde üretim yapmaları sonucu, un piyasasında haksız rekabete yol açmaktadırlar. Kayıt altına alınmamış veya kapalı gözükken fabrikalar, özellikle buğday hasat dönemlerinde üretim yapmaktadırlar.



Şekil 4.8. Un Sanayi Sektöründe Son Yıllardaki Karlılık

Sektördeki son yıllardaki karlılığın giderek azaldığı, alan çalışması sonucu elde edilen verilerin sonucunda şekil 4.8’de görülebilmektedir. Gerek firma sayısının fazlalığı, gerekse piyasaya giren yeni firmalar karlılığı azaltmaktadır. Bunun sonucu piyasaya girişlerde azalma olmuş hatta piyasadan çıkışlar yaşanır duruma gelmiştir. Jones Trefor’un “Sektör Yapısı ve Karlılık” ile ilgili çalışmasında, tam rekabetin yaşandığı piyasalarda, karlılığın az ve ürün farklılığının olmadığı belirtilmektedir Bu piyasa yapısı şartlarının un piyasası için geçerli olduğu söylenebilir¹.

4.5.3. Un Sanayi Sektöründe Dikey Entegrasyon

Dikey entegrasyona giden işletmelerin büyümesi aynı zamanda, tekelleşmesi anlamına gelmektedir. Kanal çevresindeki belirsizliği azaltmak, diğer araçlar üzerine hiyerarşik bir kontrol kurabilmek, karlılığı yükseltmek gibi nedenler ve amaçlarla, dağıtım kanalında dikey entegrasyona gidilebilir. Bununla birlikte, bu tür entegrasyonlara gidilmesi ekonomik ve finansal açıdan uygun olmayabilir (AKSOY, 1990).

Anket yapılan işletmelerin yalnızca %14’ü dikey entegrasyona gitmiştir. Buradan da anlaşılacağı gibi yaygın bir şekilde entegrasyona gidilmemiştir. Dikey

¹ Konuya ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. sf. 13.

entegrasyonu gerçekleştiren işletmeler; yem sanayii, bisküvi sanayii, ekmek sanayii ve buğday üretimi şeklinde entegrasyona gitmişlerdir.

4.5.4. Un Sanayiinde Sektör Yapısına İlişkin Ulusal Politikalar

Ulusal politikalar sonucu daha önceleri teşvik alması, hatta kalkınmada öncelikli bölgelerde teşvik almaya devam etmesi, sektörde firma sayılarında önemli artışlara neden olmuştur. Bununla birlikte, bu sektördeki denetimlerin yetersizliği haksız rekabete yol açmaktadır. Daha önce uygulanan ihraç amaçlı ithal buğdayların, işlenerek iç piyasaya sürülmesi piyasada rekabeti olumsuz şekilde etkilemiştir. Alan çalışması sonucu, buğdayın un maliyeti içerisindeki payının %83 gibi çok önemli bir oranda olduğu belirlenmiştir. Bu durumda % 50'lere varan ucuz buğday ithali sonucu, bu teşvikten yararlanan firmaların iç piyasaya dönük üretimleri sonucu aşırı kar elde etmişlerdir. Daha düşük maliyetle ve dolayısıyla daha düşük fiyatla ürün satışı, sektördeki rekabeti çok olumsuz etkilemiştir¹.

4.6. Un Sanayi Sektöründe Piyasanın Davranış Şekli

4.6.1. Fiyat Hareketliliği

Un sanayi sektöründeki fiyat hareketleri, önemli ölçüde buğday fiyatlarına bağlı olmaktadır. Yıl içerisinde buğday hasat döneminden sonra piyasadaki fiyatların yükselmesi, bu sektörde hammadde depolamanın önemini ortaya koymaktadır. Buğdayda taban fiyat uygulaması sektördeki un fiyatlarının oluşmasında en önemli faktörlerden biri olmaktadır. Yapılan alan çalışması sonucunda, üretim maliyeti içinde maliyet unsurların payı yüzde olarak Çizelge 4.13'de görülmektedir. Hammaddenin payı %82.64'dür. Bu yüzden sektördeki fiyat hareketleri büyük bir ölçüde buğday fiyatlarına paralel olarak hareket etmektedir.

¹ Yapılan alan çalışması sonucunda, ihraç amaçlı buğday alan işletmelerin %33 olduğu tespit edilmiştir

Çizelge 4.13. Üretim Maliyeti İçinde Maliyet Unsurlarının Payı

Maliyet Unsurları	%
Hammadde	82.64
Elektik ve Su	4.97
İşçilik ve Diğer Personel Giderleri	4.90
Taşıma	2.21
Vergi ve Sigorta	1.78
Dağıtım	1.76
Depolama	0.58
Reklam	0.04
Diğerleri (Ambalajlama, faiz ödemesi vb.)	1.08
Toplam	100.00

Piyasada çok fazla un fabrikası olması, küçük firmaların alıcılara karşı satışlarda önemli oranda fiyat düşürmesine veya vadeli satışlar yapılmasına neden olmaktadır. İşletmelerin fiyatlarını belirlemelerindeki kriterler çizelge 4.14'te görülmektedir. Fiyat belirlenmesinde en önemli kriter maliyet olmaktadır. Piyasadaki aşırı rekabet nedeniyle fiyat belirlenmesinde ikinci etken ise rakip fiyatlar olmaktadır.

Çizelge 4.14. Fiyat belirlenmesinde En Önemli Faktörler

	İşletme Sayısı	%
Maliyet	33	67.4
Rakiplerin Fiyatı	12	24.5
Talepteki Değişme	3	6.1
Diğer	1	2.0
Toplam	49	100.0

4.6.2. Üretim Stratejisi ve Yatırım Planları

Ülkemizde kurulan un fabrikalarının kuruluş yeri belirlenirken, işletmelerin % 40'ı hammaddeye yakınlığı, % 29'u pazara yakınlığı ve % 23'ü de altyapıya yakınlığı ön planda tutmuştur. Genelde un fabrikalarının İç Anadolu Bölgesinde yoğunlaşmalarının nedenlerinin başında, o bölgenin Türkiye'de en fazla buğday ekim ve üretim alanına sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer önemli etkenler ise bölgenin pazara yakınlığı ve altyapı durumudur.

İncelenen işletmelerin % 29'u kuruluş aşamasında teşvik almıştır. Un sanayiinde özellikle 1977 yılından sonra artan fabrika sayısının atıl kapasiteye neden olmasından dolayı, 1983'te bu teşvikler durdurulmuştur. Fakat 1985 yılından sonra kalkınmada öncelikli bölgelerde teşvik sistemi tekrar başlamıştır.

İncelenen işletmelerin % 84'ü her ay buğday alımı yapmaktadır. %8'i ise buğday hasadının yapıldığı dönemde buğday alımı yapmaktadır. Alınan buğdayların %23'ü TMO'dan ve %77'si piyasadan tedarik edilmektedir. İşletmeler buğdayın %61'ini bulunduğu ilden satın almakta, %21'i ithalatla ve %18'i başka illerden sağlanmaktadır.

İşletmelerin % 82'si ithal buğday kullanmaktadır. İthal buğday kullanılmasının en önemli nedeni olarak kalite gösterilmektedir. Kaliteden sonraki ikinci önemli faktör fiyattır. Bundan dolayı çeşitli yıllar teşvik amaçlı olarak, ihraç şartlı kaliteli buğday ithali devlet tarafından desteklenmiştir.

İşletmelerin %67.9'u yalnızca ekmeklik, %12.2'si özel amaçlı¹ ve % 20.4'ü ise hem ekmeklik hem de özel amaçlı üretim yapmaktadırlar. Buradan da anlaşılacağı gibi, üretilen ürün genelde ekmeklik olmaktadır. Bununla birlikte diğer unlu mamullerin tüketimi ve bu ürünlerin üretimine yönelik un üretimi de giderek önem kazanmaktadır.

Un kalite kontrolünü işletmelerin %67.3'ü kendi laboratuvarında, %24.5'i resmi ve özel kuruluşlarda, %10.2'si ise un kalite kontrolü yapmamaktadır. Un kalite kontrolünü yapan işletmeler ile bu işletmelerin üretimleri arasındaki ilişki çizelge 4.15'de görülmektedir. Yıllık üretimi 2500 tonun altında olan işletmelerin %33,3'ü kalite kontrolü yapmamaktadır. 15.000 tonun üzerinde üretim yapan işletmelerin hepsinin kalite kontrolü için kendi laboratuvarı bulunmaktadır. Buradan anlaşılacağı gibi küçük ölçekli işletmeler kalite kontrolü için laboratuvar imkanlarından yeterince yararlanamamaktadırlar.

¹ Özel Amaçlı Buğday Unu: Baklava, börek, bisküvi, kek, pasta, kek, pasta, yufka, pizza, hamburger vb. amaca yönelik mamullerin yapımına uygun buğday unudur.

Çizelge 4.15. Un Üretimi İle Kalite Kontrolünün Yapıldığı Yer Arasındaki İlişki.

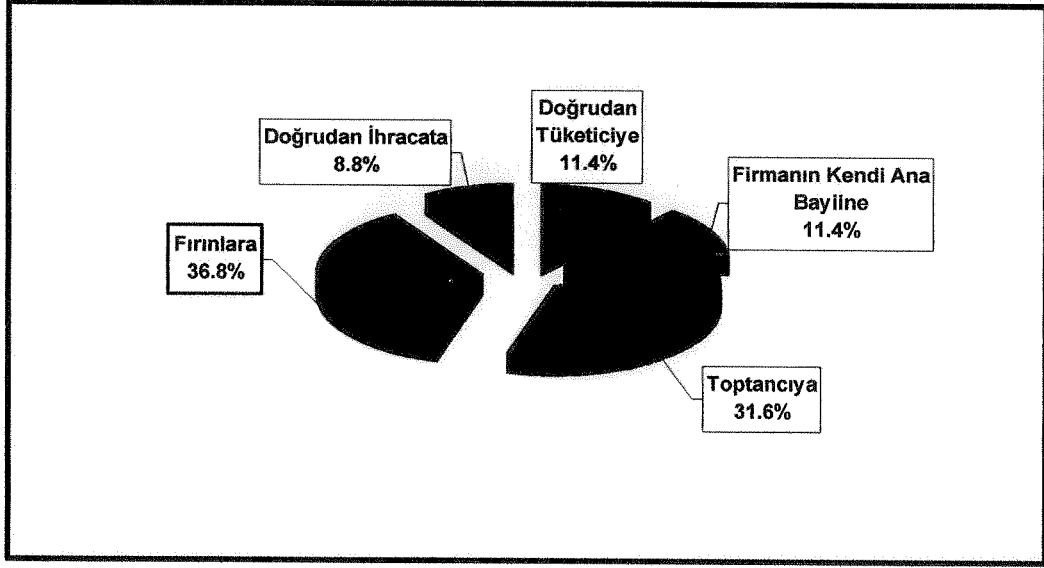
Yıllık Üretim Grupları	Kendi lab. (%)	Resmi ve Özel Kuruluşlarda (%)	Yapmıyorum (%)	Toplam (%)
-2500	33.3	33.3	33.3	100.0
2500-7500	33.3	66.7	0.0	100.0
7500-15000	63.6	18.2	18.2	100.0
15000-30000	100.0	0.0	0.0	100.0
30000+	100.0	0.0	0.0	100.0
Ortalama	67.3	24.5	10.2	100.0

İşletmelerde un kalite kontrolü için laboratuvarında bulunan ekipmanlar ve üretimle ilişkisi Çizelge 4.16'da çok iyiden çok kötüye doğru derecelendirilmiştir. Bu derecelendirme 1'den 5'e doğru notla değerlendirilirse, ortalama 2.9 çıkmaktadır. Buna göre işletmelerin un kalite kontrolünde kullanılan laboratuvar aletleri orta kalitede olmaktadır. Küçük ölçekli işletmelerin laboratuvar ekipmanlarının çok yetersiz olduğu görülmektedir. Büyük işletmelerde ise genellikle yeterli laboratuvar ekipmanları bulunabilmektedir.

Çizelge 4.16. Un Üretimi ve Laboratuvarında Bulunan Ekipmanların Durumu (%)

Yıllık Üretim	Çok iyi	İyi	Orta	Kötü	Çok Kötü	Toplam
-2500	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	100.0
2500-7500	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	100.0
7500-15000	12.5	12.5	25.0	37.5	12.5	100.0
15000-30000	0.0	33.3	41.7	25.0	0.0	100.0
30000+	37.5	37.5	25.0	0.0	0.0	100.0
Ortalama	11.4	22.9	28.6	22.9	14.3	100.0

İncelenen işletmelerin un satış yerleri yüzde olarak Şekil 4.9'da gösterilmiştir. Buna göre işletmelerin %36.8'i ürünlerini doğrudan firmalara vermektedirler. İşletmelerin %31.6'sı satışları toptancılara yapmaktadırlar. Diğer işletmeler ise ürünlerini ya doğrudan tüketiciye satmakta ya da kendi perakendeci bayiine vermektedir. Üretilen ürünün %8.8'i ihraç edilmektedir. Bayisi dışındaki yerlere taşınmayı işletmelerin %50'si kendisi %35'ini alıcılar ve %15'ini de anlaşma koşullarına göre alıcılar veya satıcılar yapmaktadır.



Şekil 4.9. İşletmelerin Un Satış Yerleri

Ürün talebini etkilemede derecesine göre pazarlama araçlarının önemi Çizelge 4.17’de görülmektedir. En etkiliden en az etkiliye 1’den 5’e kadar numara verilmiştir. Buradan da görüldüğü gibi ürün talebini etkilemede en önemli unsur ürün kalitesinde süreklilik ve marka gelmektedir. Bunu satış fiyatları, iskantolar ve ödeme kolaylığı takip etmektedir. Ürün talebini az etkileyen unsurlar ise; depolama, ulaştırma ve siparişle birlikte kanallardaki birimlerin nitelik ve nicelikleri gelmektedir. Satış teşviki, yüz yüze satış ve reklam ürün talebini hemen hemen hiç etkilememektedir.

Çizelge 4.17. Ürün Talebini Etkileyen Faktörlerin Ağırlıklı Olarak Derecelendirilmesi.

Ürün Talebini Etkileyen Faktörler	Ağırlıklı Olarak Derecelendirme
Ürün (Kalitede Süreklilik,Marka Uygunluğu vb)	1.22
Fiyat (Satış Fiyatı,İskantolar, Ödeme Kolaylığı vb)	1.94
Fiziksel Dağıtım (Depolama, Ulaştırma, Sipariş, İşleme vb)	3.49
Dağıtım Kanalları (Kanaldaki birimlerin nitelik ve nicelikleri vb)	3.53
Tutundurma (Satışı Teşvik, Yüz yüze satış, reklam vb)	4.82

Alan çalışmasında işletmelerin yalnızca % 14’ünün pazara ait bilgileri değerlendirme birimi olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre ürün talebini etkilemede işletmelerin ortaya koyduğu faktörler genellikle kendi kişisel deneyimlerden yola çıkarak oluşmaktadır.

4.7. Un Sanayi Sektörünün Performansı

4.7.1. Üretim ve Pazarlamada Etkinlik

İşletmelerin ağırlıklı ortalamayla, kapasite kullanım oranı % 38'dir. İşletmelerin kapasite kullanım oranlarının ortalaması ise %32'dir. Buradan da anlaşılacağı gibi küçük ölçekli işletmelerdeki kapasite kullanımı büyük işletmelere göre daha düşüktür. Kapasite kullanım oranının düşük olması hem sektör açısından hem de ulusal ekonomi açısından büyük kayıplara yol açmaktadır. Kapasite kullanım oranının %38 gibi çok düşük rakam olması maliyetlerin de artmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, kapasite kullanım oranının düşüklüğü sektör performansını etkileyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir.

İşletmelerde atıl kapasiteye yol açan nedenlerin başında, gereğinden fazla un fabrikası olması gösterilmektedir. Önemli faktörlerden diğeri ise satış güçlüğüdür. Atıl kapasiteye yol açan faktörler çizelge 4.18'de görülmektedir.

Çizelge 4.18. Anket Yapılan İşletmelerde Atıl Kapasiteye Yol Açan Faktörler (%)

Atıl Kapasiteye Yol Açan Faktörler	%
Gereğinden Fazla Fabrikanın Olması	85.1
Satış Güçlüğü	53.2
Finansman Yetersizliği	38.3
Hammadde Fiyatları	38.3
Uygun Kalitede Buğdayın Bulunamaması	31.9
Hammadde Yetersizliği	6.4
Sık ve Uzun Süreli Arızalar	6.4
Elektrik Kesintisi	6.4
Diğer	8.7

Un sanayi sektöründe işletmelerin %59'unun pazar paylarının azaldığı veya değişmediği, %8'inin pazar paylarının azalan oranda arttığı belirlenmiştir. (Çizelge 4.19). Aynı çizelgede işletmelerin yalnızca %33'ünün pazar payını artırabildiği görülmektedir. Pazar payı ile işletmelerin üretim miktarları karşılaştırıldığında, yıllık 30.000 tondan fazla üretim yapan işletmelerin genelde pazar paylarının arttığı gözlenmektedir. Yıllık 7.500 tondan az üretim yapan işletmelerin pazar paylarında genelde bir azalma olmaktadır. Küçük ve orta ölçekli üretim yapan işletmelerin Pazar

paylarında genelde bir azalma gözükmemektedir. Bununla birlikte, küçük ölçekli işletmeler yalnızca mevsimsel çalışabilmekte hatta kapanmalar da yaşanmaktadır.

Çizelge 4.19. Un Üretimiyle İşletmelerin Son Yıllardaki Pazar Payı Karşılaştırılması(%)

Yıllık Üretim	Artan Oranda Artıyor	Azalan Oranda Artıyor	Değişmiyor	Azalıyor	Toplam
0-2500	22.2	0.0	22.2	55.6	100.0
2500-7500	11.1	11.1	33.3	44.4	100.0
7500-15000	36.4	9.1	36.4	18.2	100.0
15000-30000	16.7	8.3	50.0	25.0	100.0
30000+	87.5	12.5	0.0	0.0	100.0
Ortalama	32.7	8.2	30.6	28.6	100.0

Firma yaşam eğrisine bakıldığında,¹ Türkiye’de un sanayi sektörü gerileme aşamasında olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bölgeler arasında önemli farklılıklar gözlenmektedir (Çizelge 4.20). Türkiye’nin Güney ve Güney Doğu Bölgeleri genelde krizin en çok yaşandığı bölgelerdir. İşletmelerin yarısından fazlasının son yıllardaki pazar payı giderek daralmaktadır. Bu krizin en önemli sebebi, bölgede gereğinde fazla bu sektöre yatırım yapılması gösterilebilir. Ayrıca, bu bölgede sosyo-ekonomik gelişmeler ve ihracatın yapıldığı en önemli ülke olan Irak’ın savaştan dolayı alımlarını düşürmesi, bölgedeki krizi arttırmıştır. Sonuçta bu bölgede önemli ölçüde kapanan veya üretimi durduran işletmeler olmaktadır.

Pazar payının giderek arttıran bölge Karadeniz Bölgesi’dir. Buradaki işletmelerin % 66.7’si son yıllardaki pazar paylarının giderek arttığı çizelge 4.22’te görülmektedir. Buradaki gelişmenin en önemli nedeni, bölgesel bazda oluşturulan KARBİR (Karadeniz Birlik) olmaktadır. Bu bölgede KARBİR, anlaşmalı fabrikaların üretim planını ve satışlarını organize etmektedir. Örneğin, Türkiye Cumhuriyetlerine ihracat yaparak hem pazar paylarını arttırmış hem de sektördeki yaşana krizden en az etkilenen bölge olmuşlardır.

İç Anadolu Bölgesinde ise, işletmelerin yaklaşık yarısında pazar payları artmaktadır. Bununla birlikte, özellikle Konya’daki işletmelerin %30’unun pazar payları azalmaktadır. Batıda ise genelde pazar payında bir değişim görülmemektedir.

¹ Konuya ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. sf. 13, Çizelge 3.5. Endüstri Yaşam Eğrisi ve Rekabet

Çizelge 4.20. Bölgeler İtibariyle Son Yıllardaki Pazar Payındaki Gelişmeler (%)

	Artan oranda artıyor	Azalan oranda artıyor	Değişmiyor	Azalıyor	Toplam
Adana	14.3	0.0	42.9	42.9	100.0
Ankara	50.0	25.0	25.0	0.0	100.0
Balıkesir	33.3	0.0	66.7	0.0	100.0
Gaziantep	18.2	9.1	9.1	63.6	100.0
Konya	40.0	10.0	20.0	30.0	100.0
Samsun	66.7	0.0	16.7	16.7	100.0
Tekirdağ	20.0	20.0	60.0	0.0	100.0
Ortalama	32.7	8.2	30.6	28.6	100.0

Pazarlama performansında önemli bir faktör de, pazarlamanın etkin olarak yapılabilmesidir. Bu da iyi bir profesyonel yönetici kadrosuyla mümkün olabilmektedir. İşletmelerin %82 gibi büyük bölümü aile işletmesi niteliğindedir. Bunun sonucu olarak pazarlamada yönetici olarak, %79.6 oranında işletme sahipleri, %4.1 oranında işletme yöneticileri ve %16.3 oranında ise işletmenin pazarlama müdürleri görev yapmaktadır (Çizelge 4.21).

Küçük ölçekli işletmelerde genellikle pazarlama müdürü bulunmamaktadır. Buna karşılık çok büyük ölçekli işletmelerin önemli bölümünde (%62.5) pazarlama müdürü bulunmaktadır. Buna göre büyük ölçekli işletmelerin yönetimi daha profesyonel olmakta ve bu durum işletmenin performansını olumlu yönde etkilemektedir.

Çizelge 4.21. İşletme Büyüklüğü Ve Pazarlama Etkinliğinde Yönetici (%)

Yıllık üretim	Sahip-Yönetici	Yönetici	Pazarlama Müdürü	Toplam
-2500	100.0	0.0	0.0	100.0
2500-7500	88.9	0.0	11.1	100.0
7500-15000	81.8	9.1	9.1	100.0
15000-30000	91.7	0.0	8.3	100.0
30000+	25.0	12.5	62.5	100.0
Ortalama	79.6	4.1	16.3	100.0

Sektördeki işletmeler rakiplerine göre daha üstün ve zayıf gördükleri yönlerini Çizelge 4.22'de incelenmiştir. Firmaların zayıf olduğu en önemli iki faktör fiyat ve maliyettir. İşletmelerin karlılıklarını etkilemede de bu iki faktör çok önemlidir.

Çizelge 4.22. Rakiplere Göre İşletmenin Üstün ve Zayıf Özelliklerin Ağırlıklı Olarak Ölçeklendirilmesi

Fiyat	2.3061
Maliyet	2.0612
Tedarik	1.6735
Teknoloji	1.6122
Deneyim	1.5918
Teslim	1.5918
Kalite	1.3878

Not: Daha üstünden daha zayıfa. 1'den 3'e doğru ölçeklendirilmiştir.

Tam rekabet piyasasının yaşanması, üretim faktörlerinin etkin olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Fakat bu alana yapılan yatırımların gereğinden fazla olması, kaynakların etkin kullanımını olumsuz etkilemekte ve un sanayi sektörünün performansını düşürmektedir. Buna ek olarak üretim maliyeti içerisinde buğdayın payının yüksekliği ve ülkemizdeki buğday fiyatlarının dünya fiyatları üstünde seyretmesi, uluslararası ticarete maliyet dezavantajı yaratmaktadır. Orta Doğuda yaşanan savaş krizleri de dış pazarımızın daralmasına neden olmuştur. Tüm bu gelişmeler, dünyanın en önemli ihracatçılarından olan ülkemizin ticaretini olumsuz etkilemektedir. Bu da sektör performansını olumsuz etkilemektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

1950’li yıllardan sonra hızlanan şehirleşme ile nüfus artışı un fabrikalarında artışa neden olmakla birlikte, un fabrika sayılarındaki asıl patlama 1974 yılından sonra görülmektedir. 1974 yılında Toprak Mahsulleri Ofisi’nin üreticilerden satın aldığı buğdayı daha düşük fiyatlarla alıcılara vermesi, un fabrikaları sayılarının artmasındaki en önemli neden olmuştur. Bununla birlikte 1983’te un üretimine yönelik yatırımları teşvik etmeme kararı alınmıştır. Fakat 1985 yılından itibaren kalkınmada öncelikli yörelerde bu yatırımlar tekrar teşvik kapsamına alınmıştır. Bunun sonucu olarak, 1977 yılında un fabrikalarının sayısı 307 ve toplam kapasite 5.9 milyon ton/yıl iken, 1999 yılı itibariyle un fabrikası sayısı yaklaşık 1000 adete ve toplam kapasitesi ise 30 milyon ton/yıla yükselmiştir. İşletmelerin kapasite kullanım oranının % 38 olduğu belirlenmiştir. Kapasite kullanım oranının %38 gibi çok düşük düzeyde olması maliyetlerin de artmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak kapasite kullanım oranının düşüklüğü sektör performansını etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Bunun için kalkınmada öncelikli bölgelerde, un ve irmik üretim yatırımlarındaki teşvik sisteminin yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.

1985-1997 yılları arası un sanayi sektöründeki yoğunlaşma oranı genel bir artış göstermekle birlikte çok düşük bir orandır (CR4= 16.27). Bunun sonucu olarak bu piyasada çalışabilir bir rekabet oranı vardır. Piyasaya giriş engeli şu an için hemen hemen bulunmamaktadır. Bunu karşı elde edilen veriler doğrultusunda, sektördeki rekabeti etkileyen en önemli faktör kayıt dışı çalışan fabrikalar oluşturmaktadır. Piyasada genellikle kalitede standart gereklerine yeterince uyulmaması rekabeti engelleyen en önemli ikinci etken olmaktadır.

Önemli sorunlardan biri de sektördeki denetimlerin yetersizliğinin haksız rekabete yol açmasıdır. Örneğin daha önce uygulanan ihraç amaçlı buğdayların iç piyasaya sürülmesi, piyasada rekabeti olumsuz etkilemiştir. Buğdayın un maliyeti içerisindeki payı %83 gibi çok önemli orandadır. Bu durumda ihraç amaçlı olarak % 50’lere varan ucuz buğday ithalatından yararlanan firmaların iç piyasaya dönük üretimleri sonucu aşırı kar elde etmişlerdir. Daha düşük maliyetle ve dolayısıyla daha düşük fiyatla ürün satışı rekabeti olumsuz etkilemiştir. Yapılan alan çalışması

sonucunda, ihraç amaçlı buğday ithali yapan işletmelerin toplam işletmeler içindeki oranının %33 olduğu tespit edilmiştir.

Gerek firma sayısının fazlalığı, gerekse de piyasaya giren yeni firmalar karlılığı azaltmaktadır. Bunun sonucu piyasaya girişler azalmakta, hatta piyasadan çıkışlar yaşanmaktadır. Jones Trefor'un sektör yapısı ve karlılık ile ilgili çalışmasında, tam rekabetin yaşandığı piyasalarda, karlılığın az ve ürün farklılığının olmadığı belirtilmektedir. Bu piyasa yapısı şartlarının, ülkemiz un piyasası için geçerli olduğunu söylenebilir.

Firma yaşam eğrisine bakıldığında,¹ Türkiye'de un sanayi sektörü gerileme aşamasındadır. Fakat, bölgesel olarak bakıldığında farklılıklar gözlenmektedir. Türkiye'nin Güney ve Güney Doğusu genelde krizin en çok yaşandığı bölgeler olmaktadır. Hatta bu bölgelerde önemli ölçüde kapanan veya üretimi durduran işletmeler olmaktadır. Diğer taraftan Karadeniz Bölgesindeki işletmelerin pazar payında artış gözlenmektedir. Buradaki gelişmenin en önemli nedeni, bölgesel bazda oluşturulan organizasyonlardan biri olan KARBİR (Karadeniz Birlik) olmaktadır. Bu tip organizasyonlar, özellikle işletmelerin rekabet gücünün artmasına ve yeni pazar alanlarının bulunmasına yardımcı olmaktadır. İç Anadolu Bölgesinde görüülen işletmelerin yaklaşık yarısında ise pazar paylarında artış olmaktadır. Batı Anadolu ve Trakya bölgelerinde ise genelde pazar payında bir değişme görülmemektedir.

Genel olarak bakıldığında sektörde büyük bir kriz yaşanmaktadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler bu krizden önemli derece etkilenmektedir. Bunun sonucu olarak, var olan büyük ölçekli işletmelerin ileride piyasaya hakim olacağı ve sektördeki yoğunlaşma oranlarının gelecekte yükseleceği öngörülebilir.

Un sanayi sektöründeki fiyat hareketleri, önemli ölçüde buğday fiyatlarına bağlı olmaktadır. Yıl içerisinde buğday hasat döneminden sonra piyasadaki fiyatların yükselmesi, bu sektörde hammadde ve mamül depolamanın önemini ortaya koymaktadır. Buğday fiyatları un fiyatlarının oluşmasında önemli bir etken olmaktadır. Yapılan alan çalışması sonucunda, üretim maliyeti içinde, hammaddenin payı yüzde %83 gibi yüksek bir oran çıkmıştır. Bu yüzden sektördeki fiyat

¹ Konuya ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. sf. 13, Çizelge 3.5. Endüstri Yaşam Eğrisi ve Rekabet

hareketliliği büyük bir ölçüde buğday fiyat hareketlerini takip etmektedir. Buğday fiyatlarındaki belirsizlik aynı zamanda un fiyatlarını da etkilemektedir. Bundan dolayı buğday için uygulanan fiyat politikaları un sanayiini direkt etkilemektedir.

OECD tarafından yapılan çalışmaya göre, ülkemizde 1997 yılında, tarım politikasıyla buğday üreticilerine 1,13 milyar dolar transfer sağlanmıştır. Yine aynı yılda, buğday sektöründe genelde üretici eline geçen her 100 TL'nin 31 TL'si sağlanan destek ve korumalardan kaynaklanmaktadır. Bu uygulamalar tüketici harcamalarını % 23 oranında artırmaktadır. Sağlanan destek ve korumalarla yurtiçi üretici fiyatları dünya fiyatlarının 1.41 katı olarak gerçekleşirken, tüketiciler tarım ürünleri için dünya fiyatlarının 1.30 katı fiyat ödemek durumunda kalmışlardır (ERKAN ve ark. 1999).

Bu durum, buğday üreticilerine önemli bir gelir transferi sağlasa da, un üretimi yapan işletmelerin bütçe, kaynak kullanımını olumsuz etkilemektedir. Aynı zamanda, uluslararası ticarete de yansıyan performans farklılıklarına neden olarak, sonuçta dünya refahı üzerine etkili olmaktadır. Nitekim Dünya Ticaret Örgütü, serbest ticaret önündeki en büyük engel olarak görülen pazar fiyatı destek ve koruma politikalarına aşamalı olarak son verilmesi gerektiğini önemle vurgulamaktadır.

Buğday fiyatlarının dünya fiyatlarının üstünde seyretmesi, un fiyatlarının ve dolayısıyla ekmek fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. Destekleme alım fiyatları açıklanırken, ekmek fiyatlarına etkileri de göz önüne alınmalıdır. Uzun vadede, buğdayda vadeli işlem borsalarının kurulması gerekmektedir.

20. yüzyılın en belirgin özelliği giderek genişleyen globalleşme hareketi ve bunun getirdiği ezici rekabettir. Bu hareketlilik doğal olarak un sanayi sektörünü yeni rekabetin içine sokacaktır. Bu nedenle, işletmelerin kaliteli mallar üretmek için gerekli üretim teknolojilerine sahip olmaları gerekmektedirler (KÖSEOĞLU ve TERZİ, 1995). Fakat, Türkiye'deki büyük ölçekli işletmeler hariç, genelde incelenen işletmelerin kalite kontrolü için iyi bir laboratuvara sahip olmadıkları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle bu işletmelerin ileride rekabet şanslarının olabilmesi için, çok iyi laboratuvarlara sahip olmaları gerekmektedir. Aynı zamanda kaliteli tohum yetiştirilmesi yönünde olumlu devlet politikalarının oluşturulması gerekmektedir.

Çalışma sonucu, buğdayda kalite sorunu, atıl kapasite, haksız rekabet hemen hemen bütün işletmelerin ortak sorunları olduğu belirlenmiştir. Mevcut sorunlarına çözüm bulabilen gerek sermaye gerekse teknolojik açıdan gücünü koruyabilen ve sağlam bir yönetim yapısına sahip olan firmalar sektördeki paylarını korurken, diğerlerinin sektör içindeki payları azalmaktadır.

Gümrük Birliği anlaşması ve son olarak ülkemize, Avrupa Birliğine adaylık statüsü verilmesi, her alanda olduğu gibi, un sanayi sektörü için de önemli düzenlemeler getirecektir. Bu durumda diğer sektörlerde olduğu gibi un sanayi sektörünün analizi ilgili çalışmalar doğrultusunda yeni politikalar ortaya konulması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- AGRA EUROPE. 1999. IGC Upgrades World Wheat Consumption. S M/8, Agra Europe , April 1,1999. Londra.
- AKSOY, H., 1990. Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım. Yeni Asya Yayınları, İstanbul. 1205s.
- ALTAN, A., 1988. Tahıl İşleme Teknolojisi. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders Kitabı. No: 13, Adana. 107s.
- BALTACI, S., 1996. Tekirdağ İlinde Un Sanayinin Ekonomik Yapısı ve Sorunları. Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 18-24s.
- BRUCE, H.W., 1969. Regional and Sectoral Analysis of the Wheat-Flour Economy: A Transportation Study. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Marketing Research Report No: 858.
- CHİLDE.,G., 1993.Tarihde Neler Oldu. 5. Baskı 46s. Çevirenler : Mete Tuncay-Alaeddin Şenel. Alan Yayıncılık :2 Bilimsel Dizisi :2, İstanbul.197s.
- ÇALGÜNER., 1974. Ziraat Politikası. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 529, Ders Kitabı: 174, Ankara, 285s.
- ÇİÇEK, A., ERKAN. O. 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri. G.O.P. Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12. Ders Notları Serisi no: 6, Tokat, 115s.
- ÇİVİ, H., 1977. Tarımsal Ürünlerde Taban Fiyatlar ve Türkiye’de Taban Fiyat Politikası. Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 485, İşletme Fakültesi Yayınları No: 59, Araştırma Serisi No: 42. Erzurum, 117s.
- DİE, Çeşitli Yıllar. Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı Kaynakları yılı İmalat Sanayi Yoğunlaşma Oranları. Ankara.
- DİE 1972. Tarım İstatistikleri Özeti 1971. Yayın No: 668, Ankara, 11s.
- DİE, 1979. Tarım İstatistikleri Özeti 1978. Yayın No: 668, Ankara,11s.
- DİE, 1996. Tarım İstatistikleri Özeti 1995. Yayın No: 1889, Ankara, s(18).
- DİE, 1996. İstatistik Göstergeler 1923-1995. Yayın No: 1883, Ankara, 312 , 370s.

- DİE, 1999. Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı Kaynakları yılı İmalat Sanayi Yoğunlaşma Oranları. Ankara
- DİE, 1999. Tarım İstatistikleri Özeti 1979-1999. Yayın No: 2275, Ankara, 18s.
- DİE, 1999. Türkiye Ekonomisi İstatistik ve Yorumlar. Yayın No: ISSN 1300-1264, Ankara, 238s.
- DİE, 1999. Türkiye İstatistik Yıllığı. Yayın No:2240, Ankara, 580s.
- DPT, 1987. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı. Un ve İrmik Sanayi Alt Komisyon Raporu. Ankara.
- DPT, 1995. Tarımda Yapısal Uyum, Destekleme ve Uluslararası Piyasalara Entegrasyon. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyon raporu, T.C. Başbakanlık DPT Müsteşarlığı Yayın No: 2409 – ÖİK: 470, Ankara.
- DPT, 1999. 1999 Yılı Programı. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Ankara, 241s.
- ELGÜN, A., 1986. Un Üretiminde Serbest Bölge Potansiyeli ve Un Standardizasyonu Teknikleri. Gıda Sanayi Sorunları ve Serbest Bölgelerin Gıda Sanayine Beklenen Etkileri Sempozyumu, Adana, 74-86.s.
- ELDEM, V., 1994. Osmanlı İmparatorluğunun İktisadi Şartları Hakkında Bir Tetkik. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 83-84s.
- ERDEM, H.A., ERKAN, M.A., 1992. Tarımsal Destekleme Politikası (Pamuk-Tiftik Değerlendirmesi). Hazine Dış Ticaret Dergisi. Aralık- 1992/4. Sayı 15, Ankara, 57s.
- ERKAN, O., ÖREN, N., ve AKBAY, A.Ö., 1999. Türkiye’de Tarımsal Ürünleri Piyasalarına Müdahalelerin Etkileri: Buğday Örneği. Tarım Haftası 99 Sempozyumu, Dünyada ve Türkiye’de Tarımsal Desteklemelere Yeni Yaklaşımlar, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ankara, 212s.
- FAO, 1999. FAOSTAT Agricultural Date. <http://apps.fao.org/cgi-bin/nph-db.pl?subset=agriculture>.
- FAS, 1999. World Markets and Trade Foreign Agricultural Service September 1999, <http://www.fas.gov.Grain>, USA.
- FRANÇOİS, O., MAGNE and BARRY K. G., 1992. An Econometric Analysis of U.S. Vital Wheat Gluten Imports. *Agricultural Economics*, 7 (1992), 65-75s.

- GREER.,D.F., 1980. Industrial Organization and Public Policy. New York. 570s.
- GÜNGÖR, H., 1997. Türkiye’de Buğday Üretim ve Pazarlamasında Karşılaşılan Sorunlara Uygulanan Politikalar Açısından Bir Yaklaşım. Çorlu Ticaret ve Sanayi Odası, Çorlu.
- GÜNGÖR, G., 1998. Hammaddesi Buğday Olan Çeşitli İmalat Sanayilerinde Gelir, Kurumlar, ve Katma Değer Vergisi Miktarına İlişkin Kayıplar. Tekirdağ Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, Yayın No: 3, Tekirdağ. 38s.
- JONES, T.T., 1984. Structure and Performance of Industries. Industrial studies Oxford, 23-39s.
- HARDCOVAR, 1994. Industrial Economics. USA, 251s.
- İKV, 1996. Avrupa Birliği’nde İşlenmiş Tarım Ürünleri. Gümrük Birliği Çerçevesinde Avrupa Birliği ve Türkiye’de İşlenmiş Tarım Ürünleri. İktisadi Kalkınma Vakfı, Ankara, 14s.
- MİCHAEL, W.B., GAİL, L.C., WILLİAM A.N., 1985. The Impact of Transportation Rates on the Location of the Wheat Flour Milling Industry. Agribusiness An International Journal, Volume:1 Number 1, p61-71.
- MPM, 1989. Un ve Unlu Mamuller Sanayii. Gıda Sanayiinde Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar ve çözüm Yolları. Milli Prodüktive Merkezi, Ankara.
- KÖSEOĞLU, M., TERZİ, H., 1995. Kalite Geliştirmede Oluşturması: Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Uygulanabilir Genel Bir Model. MPM Verimlilik Dergisi, Cilt 24, Sayı 4, Ankara, 7-17s.
- OAİB, 1997. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Buğday Unu Değerlendirme Notu. Ankara. 17s.
- ÖREN, M.N., 1994. Türkiye’de Tarımsal Destekleme Politikası Uygulamaları, Bu Uygulamalar Sonucu Ortaya Çıkan Üretici ve Tüketici Transferleri Ve Bunun Çukurova Tarımına Etkileri. Ç.Ü. Fen Bilimler Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Doktora Tezi, Adana, 24s.
- PHYLLIS, D., 1994. İlk Sanayi İnkılabı. 2. Baskı S1 Çeviren: Güran Tevfik. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 284s.

- PORTER, M. E., 1980. Competitive Strategy. New York.
- PORTER, M. E., 1990. The Competitive Advantage of nations.U.S.
- SCHERER, F.M.. DAVID. R.. 1989. Industrial Market structure and Economic Performance, Boston, 1-55s.
- TARIKAHYA, N., 1991. Un Fabrikalarında Verimlilik Karşılaştırmaları. Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları Verimlilik Ölçme ve İzleme Bölümü, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları :446, Ankara, 156s.
- T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI, 1987. Un ve Unlu Mamuller ve Yem Sanayii. I. Sanayi Şurası Gıda Sanayii Raporu. Ankara, 27s.
- T.C. ZİRAAT BANKASI, 1996. Vadeli Ürün Borsaları Sempozyumu. Vadeli Ürün Borsaları Araştırma Raporu, Ankara. 85-127s.
- TÜRKİYE İŞ BANKASI, 1995. Un Piyasası. İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, İstanbul, 1s.
- TÜRKİYE ZİRAAT ODALAR BİRLİĞİ, 1998. Zirai ve İktisadi Rapor 1994 -1996. Yayın No: 178, Ankara, 190-195s.
- UN, 1999. United Nations Industrial Statistics Yearbook, 1999.
- WILLIAM, W.W., Todd, P., 1993. Quality and Price Competition in International Wheat Trade: A Case Study of the United Kingdom Wheat Import Market. Agribusiness An International Journal. Volume 9, Number 4. P 377-389.
- WILLIAM, W.W.,1995. Structural Changes and Strategies in the North American Flour Milling Industry. Agribusiness An International Journal, Volume 11, Number 1, USA, P 431-439.

ÖZGEÇMİŞ

1973 yılında Sivas'ta doğdum. İlk-Orta öğretimini İstanbul'da Şişli Kaptanpaşa Lisesinde tamamladım. 1995 yılında Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nden mezun oldum. Aynı yıl Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalında Lisans Üstü eğitime başladım. Yine aynı yıl ve aynı kurumda Araştırma Görevlisi olarak göreve başladım. 1998-1999 öğretim yılında CIHEAM'a bağlı Girit-Yunanistan'da Economic and Management Sciences Bölümünde yoğun kursa katıldım. Halen Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak çalışıyorum.

EKLER

EK-1

Alan Çalışması Sonucu Elde Edilen Diğer Araştırma Bulguları

Çizelge 1. Anket Yapılan İşletmelerin Günlük Üretim Kapasitelerine Göre Gruplandırılması

Üretim (ton)	İşletme Sayısı	%
0-50	7	14.3
50-100	12	24.5
100-150	12	24.5
150+	18	36.7
Toplam	49	100.0

Çizelge 2. Anket Yapılan İşletmelerin Toplam Üretim Sürelerine Göre Gruplandırılması (%)

Yıl	İşletme Sayısı	%
0-10	17	34.7
10-20	16	32.7
20-30	9	18.4
30+	7	14.3
Toplam	49	100.0

Çizelge 3. Anket Yapılan İşletmelerin Hukuki Yapılarına Göre Gruplandırılması (%)

	İşletme Sayısı	%
Limitet Şirket	14	28.6
Anonim Şirket	27	55.1
Kolektif Şirket	2	4.1
Şahıs İşletmesi	6	12.2
Toplam	49	100.0

Çizelge 4. Anket Yapılan İşletmelerin Yapısı (%)

	İşletme Sayısı	%
Aile	40	81.6
Diğer	9	18.4
Toplam	49	100.0

Çizelge 5. Anket Yapılan İşletmelerde Ortalama Çalışan Personel

	Ortalama
İdari Personel	5.1
Mühendis	0.7
Ustabaşı	1.6
Daimi İşçi	21.2
Geçici İşçi	1.0
Toplam	33.3

Çizelge 6. Anket Yapılan İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumu

	Frekans	%
Üniversite	28	57.1
Lise	10	20.4
Orta	5	10.2
İlkokul	6	12.2
Toplam	49	100.0

Çizelge 7. Anket Yapılan İşletmelerin 1997'de Hammaddede Olarak Kullanılan Buğday Çeşitleri (%)

Buğday Çeşidi	%
Yarı sert kırmızı buğday	48
Yumuşak beyaz buğday	35
Yarı sert beyaz buğday	10
Sert beyaz buğday	4
Sert kırmızı buğday	3
Toplam	100

Çizelge 8. Anket Yapılan İşletmelerin TSE 4500 Standartlarına Göre Üretim (%)

	%
TIP1	36.37
TIP2	50.94
TIP3	4.68
TIP4	5.28
TIP5	2.79
TIP6	.75
Toplam	100.00

EK-2

ANKET FORMU

Tarih:.....

Anketin Yapıldığı İl :.....

Anketör:.....

GENEL BİLGİLER

1. Firmanın Adı :

2. Kuruluş Yılı:

3. Üretime Geçtiği Yıl:

4. Hukuki Yapısı:

a- Kooperatif	b- Limitet Şirket	c- Komandit Şirket
d- Anonim	e- Yabancı sermaye ortaklığı	f- Diğer.....

5. Fabrikanın Yer Seçimini Etkileyen En Önemli Faktör :

Hammaddeye yakınlık Pazara yakınlık Altyapı hizmetleri Diğer.....

6. Fabrika Alanı:.....m² Kapalı Alan:.....m²

PERSONEL

7. Aile İşgücü:

Niteliği	Sayısı	Çalıştırılan Süre (Ay)

8. Yabancı İşgücü:

Niteliği	Sayısı	Çalıştırılan Süre (Ay)
Yönetici		
İdari Personel		
Mühendis		
Ustabaşı		
İşçi		
Geçici İşçi		
Toplam		

EGITIM

9. Anket Yapılan Kişinin Eğitim Durumu.....

10. Yöneticinin Eğitim Durumu

ÜRETİM

11. 1997 Yılında Fabrikada Hammadde Alımı Yaptığımız Aylar ve Yerleri

Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık

12. 1997 Yılında Alınan Toplam Hammadde.....Ton/Yıl

13. Hammaddenin Sağlandığı Yerler (%)

İşletmeden	Bulunduğu ilden	Başka ilden:.....	İthal Ülkesi.....

14. İthal Buğday Kullanmanızı Gerektiren Nedenler ?

a) Fiyat b) Kalite c) Tedarik d) Diğer.....

15. 1997'de Hammadde Olarak Kullanılan Buğday Çeşitleri Miktarı ve Yüzdesi

Buğday Çeşidi	İslenen Miktar (ton)	%

16. Hammadde Tedarik Kaynakları (%)

TMO	Piyasa	Üretici ile Anlaşma	Kendi Isl.	Kooperatif	Diğer

17. Esletmede İleriye veya Geriye Doğru Dikey Büyüme Gösteriyor mu ?

Üretilen Mallar	Buğday Üretimi	Büskivi Sanayi	Ekmek Sanayi	Diğer
Evet				
Hayır				

18. Fabrikanın 1997 Yılındaki Çalışma Durumu

Yıl boyunca sürekli çalışmaay.....vardiya (.....Saat)

Mevsimlik çalışmaay.....vardiya (.....Saat)

Mevsimlik Çalışıyorsa nedenleri

19. 1997 Yılı Üretimi :.....Ton/Yıl

20. 1997 Yılında TSE 4500 Standartlarına Göre Üretilen Un Miktarının Yüzde Dağılımı.

Tip1	Tip2	Tip3	Tip4	Tip5	Tip6

21. 1997 Yılında Ana Ürün niteliğinde Üretilen Un miktarları (%):

Ekmeklik için %.....	Lüks tüketim için %.....
----------------------	--------------------------

STANDARDIZASYON

22. Un Kalite Kontrolünü Nerede Yapıyorsunuz ?

a) Kendi lab. b) Resmi kuruluş lab.(.....) c) Özel Kuruluşlar lab. d)

Yapmıyorum.

23. Laboratuvarda Bulunan Ekipmanlar ve Markaları:

Ekip manlar	Hassas Terazi	Etüv	Nem Ölçer	Kül Fırını	Gluten İdex cihazı	Küçük Değirmen	Gluten Tayin Seti
Sayısı							
Markası							
Ekip manlar	Sediman tasyon	Fari nograf	Eksten sograf	Alve Ograf	Rheofer mentometre	Falling Number	Diger.....
Sayısı							
Markası							

ISLEME KAPASİTESİ

24. Fabrikanın Üretim KapasitesiTon/Yıl

25. Vals Sayısı : () Kırma () İnceltme

26 .Fabrikada Atıl Kapasite Var mı? Var Yok

Atıl Kapasiteye Yol Açan Faktörleri Önem Sırasına Göre Numaralandırır misiniz?

Hammadde yetersizliği Finansman yetersizliği Satış güçlüğü

Gereğinden fazla fabrikanın olması Sik ve uzun süreli arızalar Elektrik

kesintisi

Uygun kalitede buğday bulunamaması Hammadde fiyatları Diğer.....

DAGITIM KANALLARI

28. Aşağıda Kullanılan Dağıtım Kanallarını En çoktan en aza doğru sıralar mısınız ?

- Doğrudan tüketiciye Firmanın kendi perakendeci bayiine ürün devri
 Firmanın kendi ana bayiine ürün devri Firmanın kendisinin doğrudan ihracatı
 Toptancıya satış Firmanın doğrudan toplu tüketim
yerlerine -(okul. hastane vb.) satış Diğer (açıklayınız).....

29. Dağıtım Kanallarıyla İlgili Ne Tür Sorunlarla Karşılaşıyorsunuz?

.....
.....

DEPOLAMA

30. Fabrikada Hangi Tip Depo Kullanıyorsunuz ?

a) Betonarme depolar (Firma içi Firma dışı) b) Çelik konstrüksiyonlu depolar

31. Fabrikada Un için hangi tip depolama yapıyorsunuz ?

a) Dökme(Firma içi Firma dışı) b) Ambalajlama (.....)

32. Ham Madde Depolama Kapasitesi (Birimi belirtilecek) :.....

33. Mamul Madde Stoklama Kapasitesi (Birimi belirtilecek) :.....

TASIMA

34. Kendi Bayiiniz Dışındaki Yerlere Taşıma Masraflarını Genellikle ;

a) Alıcı yapar b) Fabrika yapar c) Anlaşma koşullarına göre

DIS TICARET

35. İthalat yapıyorsanız, Son Bir Yılda Hangi Ülkelerden Ne Kadar Buğday İthal Ettiniz ?

Ülke	Miktar (Ton)

36. İthalat Yaparken Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir ?

37. İhracat Şartı ile Buğday İthal Yaptınız mı? Evet Hayır

38. İhracat Şartı İle Ne Kadar Buğday İthal Ettiniz ?.....Ton/yıl

39. İhracat Yapıyorsanız, Son Bir Yılda Hangi Ülkelere Ne Kadar Un İhraç Ettiniz

Ülke	Miktar (Ton)

40. İhracat Yaparken Karşılaştığımız Sorunlar Nelerdir ?

.....

FIYAT VE TESVİKLER

41. Fiyat Belirlenmesinde En Çok Aşağıda Sayılan Kriterlerden Hangisini

Kullanıyorsunuz ?

a) Maliyet b) Rakiplerin fiyatı c) Talepteki değişimler d) Diğer.....

42. Fabrikayı Kurarken Teşvik Aldınız mı ? Evet Hayır

ÖRGÜTLENME

42. Sektörle İlgili Üye Olduğunuz Organizasyonlar var mı ? Yok Var

43. Sektörle İlgili Üye Olduğunuz Organizasyonlar :

.....

Un Sanayicileri Derneğinin Çalışmaları Hakkındaki Düşünceleriniz.....

.....

PAZARLAMA

45. Pazarlama Etkinliğinde Yönetici

a) Sahip-Yönetici b) Yönetici c) Pazarlama Müd.

46. Ürün Talebini Etkilemede Derecesine Göre Aşağıdaki Pazarlama Araçlarının Önem Sırasını Yazınız (En Etkiliden . En Az Etkiliye 1'den 5'e kadar numara veriniz)

() Ürün (kalitede süreklilik. marka uygunluğu vb)

() Fiyat (Satış fiyatı. İskantolar. ödeme kolaylığı vb)

() Fiziksel Dağıtım (Depolama. Ulaştırma, sipariş, isleme vb)

() Dağıtım Kanalları (Kanaldaki birimlerin nitelik ve nicelikleri vb)

() Tutundurma (Satışı teşvik. yüz yüze satış. reklam vb)

47. Firmanın Pazara ait bilgileri değerlendiren birimi var mı ? Var Yok

48. Un Sektöründeki En Önemli Rekabet Alan Nedir?

a) Fiyat b) Kalite c) Büyük işletme d) Diğer.....

49. Size Göre Rakiplerinizden

Özellikler	Daha üstün	Eşit durumda	Zayıf
Kalite			
Fiyat			
Teslim Etme			
Teknoloji Düzeyi			
Deneyimli İşgücü			
Maliyet			
Hammadde Tedarik			
Kapasite Kullanımı			
Diğer			

50. Fabrikanın Son Yıllardaki Pazar Payı :

a) Artan oranda artıyor b) Azalan oranda artıyor c) Değişmiyor d) Azalıyor e) Diğer

51. Sektörde Karlılık Son Yıllara göre;

a) Azalıyor b) Artıyor c) Sabit kalıyor

52. Sektörde Karlılık Azalıyorsa Nedeni :

53. Sektörde Karlılık Artıyorsa Nedeni

54. Rekabeti Engelleyen En Önemli Faktörler Nelerdir ?

a) Kayıt dışı çalışan fabrikalar b) Kalitede standart c) Büyük işletme d) Diğer

MALİYET

55. Üretim Maliyeti İçinde Maliyet Unsurlarının Payı (%)

Hammadde	
Elektrik ve Su	
İşçilik ve Diğer Personel	
Depolama	
Taşıma	
Dağıtım	
Reklam	
Vergi ve Sigorta	
Diğer Giderler	
Toplam	

SORUNLAR VE ÖNERİLER

.....