



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



# AFYONKARAHİSAR İLİ YUMURTA SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ



2021



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



## ZAFER KALKINMA AJANSI

Cumhuriyet Mah. Öncü Sokak No:39

Merkez Kütahya 43020 Türkiye

Tel: +90 274 271 77 61

E-Posta: [info@zafer.gov.tr](mailto:info@zafer.gov.tr)

İnternet Sitesi: [www.zafer.gov.tr](http://www.zafer.gov.tr)

## AFYONKARAHİSAR İLİ YUMURTA SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ

### Yayın Sahibi

Zafer Kalkınma Ajansı

Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekilde ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz. Hazırlanmış olan çalışmanın tüm hakları Zafer Kalkınma Ajansı'na aittir. Zafer Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan işbu çalışmadan kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



# AFYONKARAHİSAR İLİ YUMURTA SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ



## İçindekiler

1. YUMURTA TAVUKÇULUĞU VE YUMURTA ÜRETİMİ .....	12
1.1 YUMURTA TAVUKÇULUĞU .....	15
1.1.1 Cıvciv Dönemi .....	15
1.1.2 Piliç Dönemi.....	15
1.2 YUMURTA ÜRETİMİ .....	16
1.2.1 Gezen Tavuk Yumurtası.....	16
1.2.2 Organik Yumurta.....	16
1.3 YUMURTA ENDÜSTRİSİ.....	17
1.3.1 Pastörize Yumurta .....	17
1.3.2 Yumurta Tozu.....	18
1.3.3 Sprey Yumurta .....	19
1.3.4 Yumurta Kabuğu .....	20
1.4 Yumurta Üretimi Değer Zinciri Haritası .....	21
2. MEVZUAT .....	21
3. YUMURTA SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE MEVCUT DURUMU .....	22
3.1 Dünyada ve Türkiye’de Sektörün Mevcut Durumu .....	22
3.1.1 Üretim.....	22
3.1.2 Tüketim .....	24
3.1.3 Ticaret.....	25
3.2 TR33 Bölgesi ve Afyonkarahisar İlinde Mevcut Durum .....	29
3.3 Yumurta Fiyatları ve Pariteler .....	31
3.3.1 Fiyatlandırma.....	32
3.3.2 Pariteler .....	33
4. DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ MODELLERİ .....	33
4.1 Porter Değer Zinciri Modeli .....	33
4.2 Mekansal Değer Zinciri Analizi Modeli.....	34
5. AFYONKARAHİSAR İLİ YUMURTA SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ.....	36
5.1 Sektör Seçimi .....	36
5.1.1 Üç Yıldız Analizi-Sektör Bazında.....	37
5.2 Alt Sektör Seçimi .....	40



5.3	Anket Çalışması .....	40
5.3.1	Karşılaştırma Analizi.....	40
5.4	Çalıştay.....	46
5.4.1	PESTLE Analizi .....	46
5.4.2	Fonksiyon-Kaynak Analizi.....	48
5.5	GZFT Analizi .....	49
5.5.1	Hammadde.....	50
5.5.2	İnsan Kaynağı.....	52
5.5.3	Teknoloji .....	53
5.5.4	Lojistik.....	54
5.5.5	Pazarlama/Reklam.....	55
5.5.6	İhracat.....	56
5.5.7	Finansman .....	57
5.5.8	Üretim-Tüketim.....	58
5.5.9	Hizmetler .....	60
5.5.10	Trendler ve İkame Ürünler .....	61
6.	YÜKSELTME PLANI.....	62
6.1	Sorunlar, Sebepler ve Öneriler .....	62
6.2	Yükseltme Planı Zaman Çizelgesi Zafer Kalkınma Ajansı Faaliyetleri.....	70
6.3	Çözüm Önerileri ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar .....	71
7.	SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	76



# Tablolar

Tablo 1 - Dünya Yumurta Üretimi 2020 .....	23
Tablo 2 - Dünya Yumurta İhracatında Değer Bazında İlk 5 Ülke (Değer/1.000 USD) .....	25
Tablo 3 - TR33 Bölgesi Yumurta Tavukçuluğu Verileri (Kapalı-Açık Ticari ve Damızlık Yumurtacı Toplamı) .....	30
Tablo 4 - TR33 Bölgesi Yumurta Tavuğu Sayısı 2020 (Adet).....	30
Tablo 5 - Afyonkarahisar İlçeleri Yumurta Tavuğu Varlığı Sayısı 2020 (Adet) .....	31
Tablo 6 - Yumurta Üretimi Maliyet Hesabı .....	31
Tablo 7 - Yıl Bazlı Girdi Maliyetleri ve Pariteler .....	33
Tablo 8 - Yumurta Üretimi NACE Rev2 Kodları .....	36
Tablo 9 - Yumurta Ürünleri Üretimi NACE Rev2 Kodları.....	36
Tablo 10 - Yumurta Üretimi ve Yumurta Ürünleri GTİP Kodları .....	36
Tablo 11 - Afyonkarahisar İli İmalat Sanayi ile Bitkisel ve Hayvansal Üretimde İstihdamda ilk 5 Faaliyet.....	38
Tablo 12 - Afyonkarahisar İli İmalat Sanayi ile Bitkisel ve Hayvansal Üretimde Firma Sayısında ilk 5 Faaliyet.....	39
Tablo 13 - Sektör Seçiminde Üç Yıldız Analizi Sonuç Tablosu .....	40
Tablo 14 - Anket Yapılan Firmaların Üretim Çeşitleri .....	42
Tablo 15 - Anket Yapılan Firmaların Yurtdışı Pazarları.....	45
Tablo 16 - Anket Yapılan Firmaların Satış Ağları .....	45
Tablo 17 - Anket Yapılan Firmaların Kooperatif-Şirket-Birlik Üyeliği/Ortaklığı.....	45
Tablo 18 - Anket Yapılan Firmaların Beyaz Yaka İstihdamı.....	45
Tablo 19 - Anket Yapılan Firmaların Gıda Kalite ve Güvenliği Yönetim Sistemleri.....	46



## Grafikler

Grafik 1 - Yumurta Besin Değeri İçeriği (Yüzde %) .....	12
Grafik 2 - Tavuk Yumurtası Üretiminde Önde Gelen Ülkeler-Yüzde (%) .....	22
Grafik 3 - Türkiye 2020 Yılı Ay Bazında Yumurta Üretim İstatistikleri (Milyar/Adet).....	23
Grafik 4 - Türkiye Son On Yıl Yumurta Üretimi (Milyar/Adet) .....	24
Grafik 5 - Dünya Tavuk Yumurtası Tüketiminde Önde Gelen Ülkeler .....	24
Grafik 6 - Ülkelere Göre Tavuk Yumurtası İhracatı 2019 (Miktar/Yüzde %) .....	25
Grafik 7 - Ülkelere Göre Tavuk Yumurtası İthalatı 2019 (Miktar/Yüzde %) .....	26
Grafik 8 - Türkiye'nin Yumurta İhracatında Önde Gelen Ülkeler 2020 (Miktar/Yüzde %) .....	26
Grafik 9 - Türkiye'nin Yumurta (Damızlık) İthalatında Önde Gelen Ülkeler 2020-(Miktar/Yüzde %).....	27
Grafik 10 - Dünya Sıvı Yumurta İhracatında ilk 5 Ülke (Bin Ton) .....	27
Grafik 11 - Dünya Sıvı Yumurta İthalatında İlk 5 Ülke (Bin Ton).....	28
Grafik 12 - Dünya Yumurta Tozu İhracatında ilk 5 Ülke (1.000 USD).....	28
Grafik 13 - Dünya Yumurta Tozu İthalatında İlk 5 Ülke (1.000 USD) .....	29
Grafik 14 - Yıl Bazlı Yumurta Fiyat Endeksi .....	32
Grafik 15 - Türkiye'de Son On Yıl Yumurta Fiyat Değişimi (Kg/TL) .....	32
Grafik 16 - Anket Yapılan Firmaların İlçe Dağılımı .....	41
Grafik 17 - Anket Yapılan Firmaların Sektör Tecrübesi.....	41
Grafik 18 - Anket Yapılan Firmaların Üretim Adedi (Milyon/Yıl) .....	42
Grafik 19 - Anket Yapılan Firmaların Üretimde Fire Oranı .....	43
Grafik 20 - Anket Yapılan Firmaların Ciro Durumu (Milyon TL) .....	43
Grafik 21 - Anket Yapılan Firmaların İstihdam Sayıları.....	44
Grafik 22 - Anket Yapılan Firmaların İhracat Oranları.....	44



## Şekiller

Şekil 1 - Yumurta Kabuğu Etiketi.....	13
Şekil 2 - Likit Pastörize Yumurta Çeşitleri .....	18
Şekil 3 - Yumurta Tozu .....	19
Şekil 4 - Pastörize Sprey Yumurta .....	20
Şekil 5 - Türkiye Yumurta Tavuğu Varlığı (Yüzde).....	29
Şekil 6 - Porter'ın Değer Zinciri Modeli.....	34
Şekil 7 - Mekansal Değer Zinciri Modeli.....	35





## Kısaltmalar

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE: Araştırma-Geliştirme Çalışmaları

BAE: Birleşik Arap Emirlikleri

BESD BİR: Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği

FAO: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü

GİB: Gelir İdaresi Başkanlığı

GTİP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

KAGM: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü

NACE: Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

STB: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

TEPAV: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı

TEPGE: Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü

TİM: Türkiye İhracatçıları Meclisi

TMO: Toprak Mahsulleri Ofisi

TR33: Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak'tan oluşan Düzey-2 Bölgesi

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRKİYEM-BİR: Türkiye Yem Sanayicileri Birliği

UR-GE: Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi

YUM-BİR: Yumurta Üreticileri Merkez Birliği

YÜSAD: Yumurta Üreticileri Ürünleri Sanayicileri Derneği

ZAFER: Zafer Kalkınma Ajansı



## YÖNETİCİ ÖZETİ

Gıda arzı son yıllarda ülkelerin ulusal güvenlik stratejilerine dahil olmuş; güvenli, sağlıklı ve sürdürülebilir gıda politikaları ülkelerin milli plan-programlarında yer almıştır. Yaşanan pandemiyle ortaya çıkan gıda sektörünün kritik rolü, insanların sağlıklı ve güvenli gıdaya ulaşımının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya çıkarmıştır. Pandemide hemen her sektörde üretim düşerken gıda sektörü üretimini artırmıştır.

Ülkemiz gıda sanayi, istihdam, üretim ve ihracatta kalkınmanın lokomotif sektörlerinden biri konumundadır. Bugün dünyada her kıtaya ve neredeyse her ülkeye tarımsal ürün ve işlenmiş gıda ihraç eden Türkiye aynı zamanda bu sektörde kendi kendine yetebilen ülkelerden biridir. Uluslararası pazarda fındık, kuru kayısı, kuru üzüm, kuru incir gibi tarımsal ürünlerin ihracatında ilk sırada olan Türkiye diğer birçok üründe de üst sıralarda yer almaktadır.

Cumhuriyetin kurulmasından sonra şeker, çay, yağ, süt ve un fabrikalarıyla temeli atılan gıda sanayisi; bisküvi, konserve ve makarna fabrikalarıyla gelişim göstermiş, bu geçmişle ciddi tecrübe ve bilgi birikimi elde etmiştir. Bugün coğrafi konumu avantajıyla yüzlerce çeşit tarım ürünü yetiştirilen ülkemizde bu ürünlerin işlenmesiyle bir o kadar çeşitlilikte gıda ürünü üretilebilmektedir. 2023 yılında Tarım ve Orman Bakanlığı sektöre (tarım ve tarıma dayalı işlenmiş ürün) 40 milyar dolarlık ihracat hedefi koymuştur. TİM verilerine göre 2020 yılında gerçekleşen 35 milyar doların üzerinde ihracatla bu hedefin gerçekleşmesi mümkün görünmektedir.

Ülkemizde önemli bir bölümünü gıda harcamalarının oluşturduğu hanehalkı tüketim harcamalarının GSYH içindeki payı %57,4 olmuştur. Gıda ve içecek işletmelerinin sayısı 50 bin civarında olup bu sayı imalat sanayi işletmelerinin yıllara göre yaklaşık %10-12 arasında değişen bir oranını oluşturmaktadır. İşletme sayısındaki fazlalık çok sayıda küçük işletmenin sektörde yer aldığına işaret etmektedir. İmalat sanayisinde istihdam edilenlerin yıllara göre değişmekle birlikte yaklaşık %10-13'ü yine gıda ve içecek sanayisinde çalışmaktadır. Gıda sanayimiz gelişmiş ve rekabetçi bir konumda olsa da sahip olduğu potansiyelin tamamını yansıtamamaktadır. Ülkemiz dünya gıda ve içecek ihracatında %1,22'lik payla bu 25. sırada yer almaktadır. Potansiyelin ortaya çıkmasında en büyük engel olarak düşük teknolojili, emek yoğun üretim yapısı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla özellikle gıda sanayisinde atılacak her türlü adım ülke genelinde fayda sağlayacak, sektöre katma değer kazandırarak uluslararası alanda rekabet gücümüzü yükseltebilecektir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020).

Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa ve Uşak illerinden oluşan TR33 Bölgesi ülke genelindeki gıda sektörü yapısını yansıtmaktadır. Afyonkarahisar'da patates, haşhaş, et ve et ürünleri, lokum, yumurta; Kütahya'da tahıl, şeker pancarı; Manisa'da üzüm-kuru üzüm, zeytin-zeytinyağı, meyve-sebze, konservecilik, tavukçuluk; Uşak'ta tahıl, meyve-sebze, süt ve süt ürünleri bölgenin tarım ve gıda sektöründe önemli alt sektörlerindedir. Bu alt sektörlerden bazılarında (kuru üzüm, et-et ürünleri, süt-süt ürünleri, meyve-sebze işlenmesi, şeker...) AR-GE, UR-GE, çalışmaları çeşitli kurum ve kuruluşlarca yapılmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2020).



Bölgede yumurta sektörünün üretim üssü olan ilin (Afyonkarahisar) varlığı, sektörün son yıllarda yaşadığı ciddi sorunlar ve bu sektöre yönelik yapılmış çalışmaların yetersizliği bizi gıda sanayisinin önemli bir alt sektörü olan “yumurta sektörü”ne yöneltmiştir. Bu çalışma ile sektörün faaliyetlerini analiz ederek katma değer yaratacak unsurlarının harekete geçirilmesi amaçlanmaktadır. Yapılan çalışmada bölge seçiminin Afyonkarahisar ili ile sınırlı kalmasının çalışmanın verimi açısından olumlu bir yaklaşım olacağı değerlendirilmiştir. Ancak sektörün genel yapısının benzerlikler göstermesi ortaya çıkacak sonuçların tüm bölgelere yaygınlaştırılmasını sağlayacaktır. Böylece çalışmanın bölgesel planda sınırlı kalmayıp sektörün tamamına yayılarak ülke genelinde fayda sağlaması hedeflenmektedir.

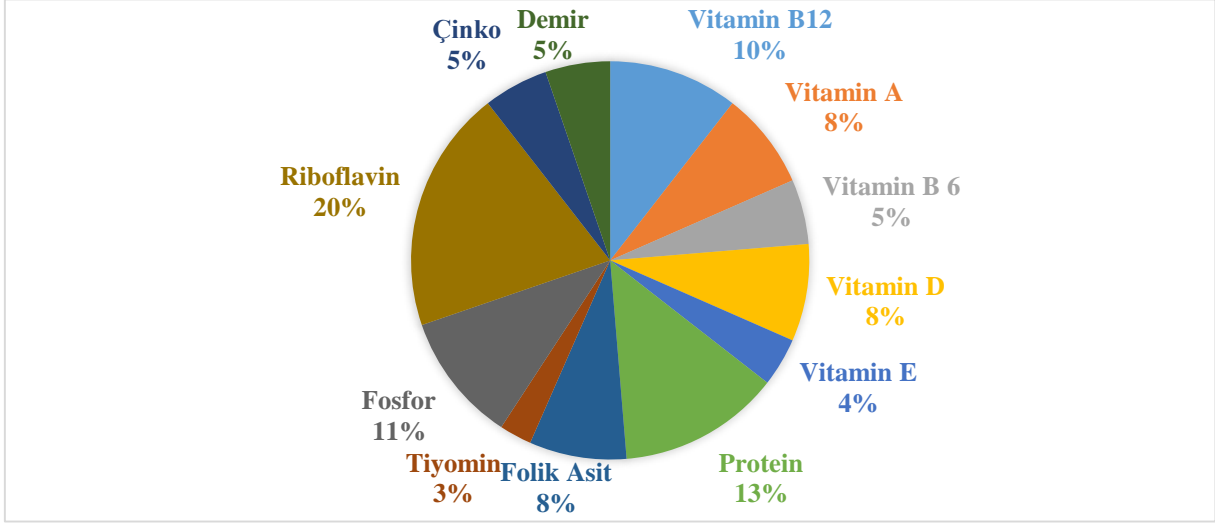
Çalışmanın ilk bölümünde yumurta üretimine yönelik genel bilgiler, ikinci bölümde konuyla ilgili mevzuat, üçüncü bölümde sektörün küresel, ulusal, bölgesel ve il bazında durumu, dördüncü bölümde değer zinciri analizi kavramı, beşinci bölümde değer zinciri analizi yer almaktadır. Altıncı bölümde ise sektörün sorunları ve çözüm önerileri, katma değer yaratacak unsurları ile yenilikçi fikirlerin sunulduğu yükseltme planı bulunmaktadır. Son başlık ise genel değerlendirme ve sonuç bölümüne ayrılmıştır.



## 1. YUMURTA TAVUKÇULUĞU VE YUMURTA ÜRETİMİ

Yumurta, anne sütünden sonra insan beslenmesinde en önde gelen gıdalardan biridir. Tüm besinler içerisinde en değerli proteini ihtiva etmektedir.<sup>1</sup> Tamamına yakını vücut proteinine dönüştürülüp sindirilebilmektedir. Ayrıca başta A, B grubu, D ve E vitaminleri olmak üzere birçok farklı vitamini de içermektedir. Ucuz ve kolay ulaşılabilir olması, gıda endüstrisinin birçok alanında kullanılması yumurtanın vazgeçilmezliğini ortaya koymaktadır.

Grafik 1 - Yumurta Besin Değeri İçeriği (Yüzde %)



Ülkemizde haksız rekabetin önüne geçilmesi ve halk sağlığını korumak adına 24 Kasım 2017 tarihinde Türk Gıda Kodeksi'nde yapılan değişiklikle yumurta kabuğunun damgalanması zorunluluğu getirilmiştir.

Yumurtalar mevzuat hükümleri kapsamında çeşitli sınıflandırmalara tabiidir.

Kalite olarak:

- A sınıfı: Tüketim için uygun taze yumurtalar,
- B sınıfı: Saklanmış, konserve edilmiş yumurtalar (endüstriyel üretim için uygundur ve ağırlık olarak sınıflandırılmalarına gerek yoktur. Kozmetik, hayvan maması ve benzeri ürünlerin üretiminde kullanılabilirler, insan tüketimi için uygun değildir.)

Ağırlık olarak:

- S (küçük 53 gramın altında)
- M (orta 53-63 gram)
- L (büyük 63-73 gram)
- XL (çok büyük-73 gram ve üzeri) olarak sınıflandırılırlar.

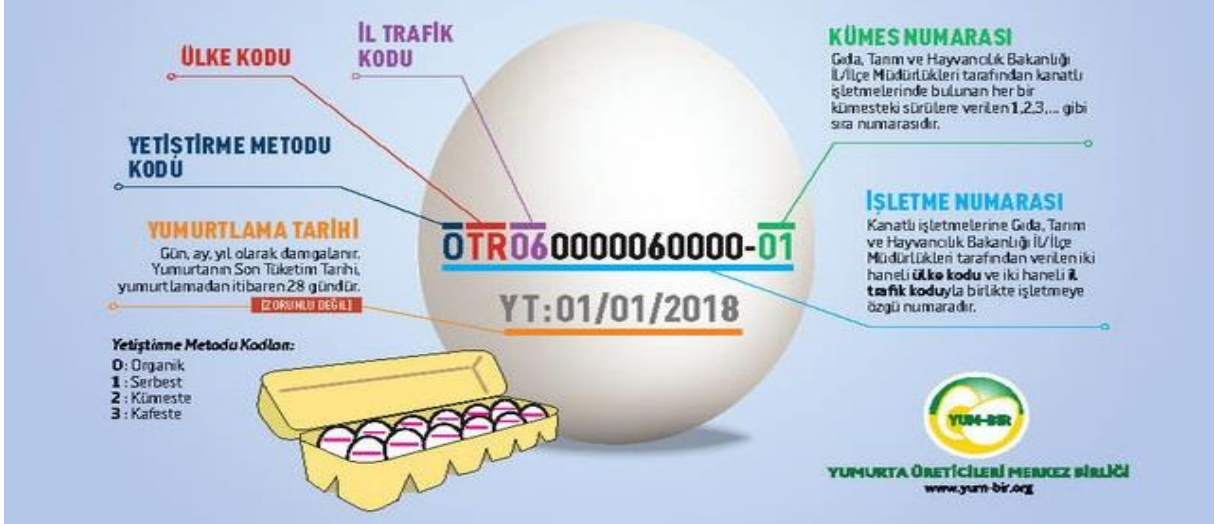
<sup>1</sup> Yumurtada proteinin biyolojik yararlığı %100 iken bu değer sütte %85, balıkta %76, sığır etinde %74'de kalmaktadır.



Yetiştirme metodu olarak ise TR'nin başına gelen kodla:

- O:organik
- 1:Serbest
- 2:Kümes
- 3:Kafes olarak sınıflandırılırlar.

Şekil 1 - Yumurta Kabuğu Etiketi



TR'den sonra yetiştirildiği ilin trafik kodu, sonra işletme numarası, daha sonra yumurtanın geldiği ilgili ildeki İl Tarım ve Orman Müdürlüklerinde kayıtlı kümes numarası, altta ise yumurtlama tarihi bulunmaktadır. Son kullanma tarihi genelde viyollere veya paketlere işlenmektedir. Yumurtanın tüketim için ömrü yumurtlamadan sonra dört haftadır. Yumurtanın üreticiden tüketiciye sunulması için ise azami süre üç haftadır (<https://www.yum-bir.org>).

Ülkemizde tavukçuluk ve yumurtacılık yaygın olarak yapılmaktadır. Köylerde kişisel ihtiyaçlar için üretim bir kenara bırakılırsa endüstriyel alanda üretim hemen her bölgede bulunmaktadır. Kayıtlı yumurta tavukçuluğu diğer tüm kanatlı üretiminin yaklaşık üçte biri kadardır. Ülkemizde yumurta tavukçuluğunda otomasyona dayalı modern tesislerin sayısı artmaktadır. Üretimde kullanılan kümes sistemleri kalın altlık, ızgara ve kafes olarak üçe ayrılmaktadır. Avantajlarından dolayı büyük oranda kafeslerde yetiştirme yapılmaktadır. Kafeste yetiştirmenin avantajları şunlardır:

- Birim kümes alanındaki tavuk sayısı daha fazladır.
- Altlık sorunu yoktur.
- Hareket az olduğundan yem tüketimi azdır.
- Yumurtalar daha temiz ve ağır olup yere yumurtlama sorunu yoktur.
- Bakım daha kolay, ölüm oranı daha düşüktür.
- Otomasyon oranı yüksek, işgücü gereksinimi daha düşüktür.



- Kannibalizm<sup>2</sup> ve hastalık kontrolü daha kolaydır.

Dezavantajları ise:

- İlk kurulum maliyeti yüksektir.
- Az hareketten dolayı tavuk ağırlığı fazla olsa da kemik ağırlığı düşüktür.
- Gübrenin daha sık temizlenmesi gerekir.
- Kalabalık nedeniyle havalandırma, temizlik ve bakım daha özen gerektirmektedir.

Yumurta tavukçuluğunda başarılı sayılmak için;

- Tavuk başına yıllık yumurta üretiminin en az 280 adet olması,
- 1 kg. yumurta için tüketilen yemin 2.0-2.2 kg aralığında olması,
- Aylık ölüm oranının en çok %1 olması,
- Satışa uygun olmayan yumurta oranının en fazla %5 olması,
- Kırık yumurta oranının %2'yi geçmemesi gerekmektedir.

Bu hedefe ulaşmak için;

- Sürü büyüklüğünün yüksek tutulması,
- Verimli ırkların seçilmesi,
- Yem, su, nem, havalandırma, aşılama gibi tüm faktörlere dikkat edilmesi gerekmektedir.

Tavukçulukta endüstriyel üretimin artmasıyla bazı önemli sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu sorunlar özellikle temel hijyen sorunları ve hastalıklarla kendisini göstermektedir. Etkili bir mücadele uygulanmadığı takdirde karlılık düşmekte hatta yatırım tamamen boşa gidebilmektedir. 2000'li yıllardan sonra ortaya çıkan "kuş gribi" yabani ve göçmen kuşlarla dünyanın birçok noktasına yayılmış ve sektöre ciddi zararlar vermiştir. Ülkemizde de birçok işletme bu durumdan olumsuz etkilenmiş bir kısmı ise faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kalmışlardır.

Bu nedenle kümeslerin diğer işletmelerden, yerleşim yerlerinden ve anayollardan uzakta kurulması elzemdir. Ayrıca kümesler diğer kuşlar ve yabani hayvanların giremeyeceği şekilde dizayn edilmeli, kümes içi ve dışında hijyen kurallarına dikkat edilmelidir. Son teknolojik gelişmeler takip edilerek otomasyona ağırlık verilmelidir. (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2010)

Yumurta üretimi son yıllarda müşteri taleplerine yönelik olarak şekillenmeye ve çeşitlenmeye başlamıştır. Organik ve gezen tavuk yumurtası gibi modellerle yetiştirme süreçleri değişikliğe uğramıştır. Pastörize yumurta, yumurta tozu ve sprey yumurta gibi üretim süreçlerindeki gelişmelerle de yumurta işlenerek tüketime sunulabilmektedir. Ayrıca yumurta kabuğunun çeşitli alanlarda kullanılabilmesine yönelik de son yıllarda AR-GE çalışmaları yapılmaktadır (TEPAV, 2013).

<sup>2</sup> Tavukların çeşitli stres kaynakları (yetersiz yem, su, kalabalık, aşırı sıcaklık ve aydınlatma vb.) nedeniyle diğer civciv-tavukları galalayarak yaralaması



## 1.1 YUMURTA TAVUKÇULUĞU

Türkiye’de yumurta üretiminde yerli ırklar da dahil olmak üzere birkaç farklı ırk kullanılmaktadır. Bu ırkların ihtiyaçlarına göre alan, aydınlatma, havalandırma, yem istekleri ayarlanmaktadır.

Yumurta üretimi temelde iki aşamada özetlenebilir:

- a) Cıvciv Dönemi
- b) Piliç Dönemi

Bu dönemlere ait bilgilendirme aşağıdaki başlıklarda özetlenmiştir.

### 1.1.1 Cıvciv Dönemi

Yumurta üretiminin başarısı sağlıklı cıvciv teminine bağlıdır. Ruhsatlı ve sertifikalı damızlık cıvcivler tercih edilmelidir. Kümes çevresi ve içi temizlenmeli, zemin ve kümes ekipmanları ise dezenfekte edilmelidir. Kümes zeminine serilecek altlık (saman, talaş) temiz ve kuru olmalıdır. Kümesin tamamı tütsülenmeli (fumigasyon)<sup>3</sup> ve kümesler iki hafta kadar boş bırakılmalıdır. Cıvcivler ulaşmadan bir gün önce kümes sıcaklığı düzenlenmelidir.

Cıvciv yemleri kaliteli ve ruhsatlı olmalıdır. Cıvcivler ilk 10-15 günlük dönemde ısı merkezlerinde yemlik ve suluk civarındaki dairelerde tutulmalıdır. Kümeslerde cıvciv adedi, yem tüketimi, aşı-ilaç takibi, ölen cıvcivlerin takibi için “kümes kontrol kartı” kullanılması önerilir. Cıvcivler yetiştirilirken ısı, nem, havalandırma, aydınlatma, yem, su düzenli olarak kontrol edilmeli; aşı programına riayet edilmelidir.

Kannibalizmi engellemek adına gerekli önlemler alınmalıdır. Ancak kannibalizm ortaya çıktığında gaga kesimi yapılmalıdır.

### 1.1.2 Piliç Dönemi

Yumurtlama 18-22 haftalıkken başlar. Yumurtlamadan hemen önceki piliçlere “yarka” adı verilir. Yumurtlama verimi yıllık 250-320 adet arasındadır. Yaklaşık 24 aylık süre zarfında yumurta alınan piliçler daha sonra kesime gönderilmektedir. Yumurtlayacak piliçlerin yumurtlama kümeslerine taşınmasında stres oluşturulmamaya dikkat edilmelidir. Bu dönemde yumurta kalitesine ısı, nem, aydınlatma, su gibi diğer faktörlerin yanında yem katkıları (grit) da etki etmektedir. Tavukların büyüme aşamalarına göre yem, su, aydınlatma programı belirlenmelidir. Yaşlı tavuklar yumurtadan çekilmelidir.

Tavuk yetiştiriciliğinde cıvciv döneminden başlayıp piliçlerin yumurtlama döneminin sonuna kadar yem, su, havalandırma, alan, aydınlatma istekleri değişiklik göstermektedir. Bu değişikliklerin farklı dönemler için sürekli güncellenmesi kaliteli tavuk dolayısıyla yumurta yetiştiriciliğinin en önemli faktörü sayılmaktadır.

Sektörde üretimde ortaya çıkan, insan gıdası olarak tüketime uygun olmayan kirli, çatlak, kırık yumurtalara “fire” denilmektedir. Bu oran % 4-7 arasında normal kabul edilmekte ve pratikte ortalama % 4-5 civarında görülmektedir. Ancak gezen tavuk yumurtası ve organik yumurta üretiminde fire oranı daha fazladır. (<https://www.tarimorman.gov.tr>).

<sup>3</sup> Zararlı mikroorganizmalardan kurtulmak için dumanla dezenfeksiyon işlemi



## 1.2 YUMURTA ÜRETİMİ

### 1.2.1 Gezen Tavuk Yumurtası

Salma tavukçuluk (Free Range) aslında endüstri devrimine kadar temel üretim sistemi olarak devam etmiştir. Halk arasında “köy yumurtası” olarak bilinen tavukların gün boyu arazide gezinerek doğal şartlarda beslendikleri üretim tarzıdır. Bu üretimde en önemli nokta tavuk adetine göre açık arazi alanının hesaplanmasıdır. Bu modelde de her üretim modelinde olduğu gibi tavukların gelişimine göre yem, su, aydınlatma, ilaç gibi faktörlerin değerlerinin ayarlanması gerekmektedir. Arazide verilecek yemlerin ihtiyaca göre değiştirilmesi ise elzemdir. Bu sistemin avantajları şöyle sıralanabilir:

- Verimli ve karlı bir yetiştirme tarzı,
- Büyüyen pazar yapısı,
- Düşük ilk yatırım maliyeti ve kolay sürdürülebilirlik.

Bazı dezavantajlar ise;

- Kümeslerin ve arazinin sansar, gelincik, tilki gibi yabani hayvanların saldırısına açık olması,
- Arazideki tavukların yırtıcı kuşlar tarafından tehdit edilmesi,
- Doğadan bulaşacak parazit, bit gibi zararlılar,
- Beslenme rejiminde sebze ve yeşilliklere de yer verilmesi (ek maliyet),
- Mevsim koşullarına karşı hassas bir model olmasıdır.

Ancak bu zorluklara da çözümler üretilebilir. Yabani hayvanlara karşı köpek, yabani kuş saldırılarına karşı kaz yetiştirmek, parazit bulaşlarına karşı tavukların eşinebileceği kumlar oluşturmak, arazide sebze ve meyve yetiştirmek, mevsime göre gölgelikler ve ısıtma sistemleri yaptırmak çözüm örnekleridir (<https://www.gezentavukfederasyonu.com>).

### 1.2.2 Organik Yumurta

Organik tarım genel anlamda kimyasal gübre, sentetik pestisit<sup>4</sup> gibi girdiler kullanılmadan sürdürülebilir yapıda, verimli, çevreye ve insan sağlığına zararı olmayan, gıda güvenliğini esas alan, toprağı kirletmeyen, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü, kayıtlı ve sertifikalı üretim şeklidir.

Organik tarım, tarımsal üretimde toprağı ve çevreyi koruyan, enerji ve su verimliliği sağlayan, sağlıklı ve kaliteli gıda üretimini destekleyen bir yöntemdir. Çiftçiler de müşteri talepleri doğrultusunda getirisi fazla olduğu için son yıllarda organik ürünlere yönelmiştir.

Organik yumurta yetiştiriciliğinde gezen tavuk yumurtasından farklı olarak tavuklar arazide serbestçe gezmelerinin yanında organik gıda ile beslenip arazide organik toprağı ihtiyaç duyarlar. Gezen tavuk yumurtacılığında sertifikasyon zorlukları olmadığı için organik yumurta üretimi üreticilerce daha az tercih edilmektedir. (Fırat Kalkınma Ajansı, 2018)

<sup>4</sup> Sentetik tarım ilacı





Organik yumurta üretiminde antibiyotik kullanımı sınırlıdır. Gaga kesimi yapılmaz (arazide beslenmek için doğal gaga yapısı şarttır), tavuklar tüy dökmeye<sup>5</sup> zorlanmazlar. Genetiği değiştirilmiş hayvanlar organik yumurta üretiminde kullanılamazlar. Bu sistemin avantajları;

- Sağlıklı ve çevreye duyarlı bir üretim yapısı olması,
- Yüksek getirisi,
- Organik ürünlere olan ilginin artması,
- Pazar rekabetinin düşük olması

Dezavantajları ise;

- Kümeslerin ve arazinin sansar, gelincik, tilki gibi yabani hayvanların saldırısına açık olması,
- Arazideki tavukların yırtıcı kuşlar tarafından tehdit edilmesi,
- Doğadan bulaşacak parazit, bit gibi zararlılar,
- Beslenme rejiminde sebze ve yeşilliklere de yer verilmesi (ek maliyet),
- Mevsim koşullarına karşı hassas bir model olması,
- İlk yatırım maliyetinin yüksekliği,
- Sertifikasyon işlemlerinin zorluğu,
- Yürütmedeki genel zorluklardır.

### 1.3 YUMURTA ENDÜSTRİSİ

#### 1.3.1 Pastörize Yumurta

Pastörize yumurta, yumurtaların kırılarak özel bir pastörizasyon işlemiyle zararlı mikroorganizmalardan arındırılarak paketlenmesiyle pazara sunulan bir üründür. Avrupa ve ABD’de kullanımı çok yaygın olmakla birlikte ülkemizde de üretimi artmaktadır. Pastörize yumurta genelde oteller, pastaneler, unlu mamuller sektöründe kullanılmaktadır. Üç farklı üretim şekli olmakla birlikte içeriği müşteri talebine göre de ayarlanabilmektedir.

- pastörize sıvı bütün yumurta: kabuklu yumurtanın kullanıldığı tüm alanlarda,
- pastörize sıvı yumurta beyazı: beze, kurabiye, pekmez yapımında,
- pastörize sıvı yumurta sarısı: mayonez, mayalı ürünler, pastacılıkta kullanılmaktadır.

Pastörize yumurtanın avantajlarını ise şöyle sıralamak mümkündür;

- Standardizasyon ve kalite,
- Hijyen ve güvenlik (sektörde ciddi sorun oluşturan patojenler<sup>6</sup> yok edilmektedir),
- Müşteri talebine göre ürün içeriği oluşturma (sarı-beyaz oranı),
- Depolamada ve lojistikte kolaylık,
- Uzun raf ömrü,
- İşçilik ve zaman tasarrufu.

<sup>5</sup> Standart yumurta üretiminde yumurta kalitesinin ve üretimin artırılması adına tavukların doğal olmayacak şekilde (yem, su, aydınlatma, ilaç faktörleri) tüy dökmeye zorlanması

<sup>6</sup> Hastalık yapıcı mikroorganizmalar (bakteriler, küfler, mantarlar...)



Pastörize yumurtanın dezavantajları ise;

- Kurulum maliyeti,
- Evsel kullanım için tercih edilmemesi,
- Tüketici alışkanlıkları,
- Açıldıktan sonra tüketim ömrü (2 gün),
- Fiyat olarak sıralanabilir.

Şekil 2 - Likit Pastörize Yumurta Çeşitleri



Kaynak: [lick.com.tr](http://lick.com.tr).

### 1.3.2 Yumurta Tozu

Yumurta tozu pastörize yumurtada olduğu gibi hijyenik üretimi hedef alan bir üründür. Yumurtanın pastörize edilerek kurutulmasıyla üretilmektedir. Gelişmiş ülkelerde kullanımı artmaktadır. Pastörize yumurtadan farklı olarak toza su katılarak istenildiği oranda kullanılmaktadır. Pastörize sıvı yumurtalarda olduğu gibi yumurta tozu da sarı, beyaz ve müşteri isteğine göre oranları ayarlanarak sarı-beyaz olarak üretilmektedir.

Ayrıca AB mevzuatında C sınıfı olarak geçen ülkemizde de B sınıfında yer alan ve insan tüketimine uygun olmayan yumurtalardan, evcil hayvan ve balık yemi üretiminde kullanılmak üzere yumurta tozu üretilmektedir.



- Bütün yumurta tozu: hamur işleri, pastacılık, hazır çorba ve yemekler,
- Yumurta akı tozu: çikolata, çeşitli ezmeler, takviye gıdalar,
- Yumurta sarısı tozu: dondurma, mayonez, bisküvi, hamur işleri, pastacılık, mayonez yapımında kullanılabilir.

Yumurta tozunun avantajları;

- Standardizasyon ve kalite,
- Hijyen ve güvenlik (sektörde ciddi sorun oluşturan patojenler yok edilmektedir),
- Müşteri talebine göre ürün içeriği oluşturma (sarı-beyaz oranı),
- Depolamada ve lojistikte kolaylık (pastörize sıvı yumurtadan daha avantajlı),
- Uzun raf ömrü (pastörize sıvı yumurtadan daha avantajlı),
- Proses çeşitliliği (freze-dry<sup>7</sup> ve püskürtücü kurutucu gibi sistemlerle üretilebilir),
- İşçilik ve zaman tasarrufu.

Pastörize yumurtanın dezavantajları ise;

- Kurulum maliyeti,
- Evsel kullanım için tercih edilmemesi,
- Tüketici alışkanlıkları,
- Fiyat olarak sıralanabilir.

Şekil 3 - Yumurta Tozu



Kaynak: <https://magaza.hammaddeler.com/>

Kabuklu yumurtada sadece yumurtanın sarısı veya beyazı kullanıldığında diğer kısmın boşa gitmesi söz konusudur. Ancak pastörize yumurta ve yumurta tozunda istenilen ürün kullanıldığından ciddi bir tasarruf da oluşmaktadır. Bu ürünler endüstriyel alanda verimli bir tercih olarak görülmektedir.

### 1.3.3 Sprey Yumurta

Son yıllarda özellikle pastacılık sektöründe kullanımı yaygınlaşan spreysel yumurta, unlu mamullerin ve pastacılık ürünlerinin üzerinin homojen şekilde yumurtalanmasında kullanılmaktadır. Çalışma prensibi deodorantlara benzemektedir.

<sup>7</sup> Dondurarak kurutma



#### Avantajları;

- Zaman ve yumurta tasarrufu,
- Homojen ve daha fazla yüzeye dağılım,
- İşçilikten tasarruf,
- Uzun raf ömrü.

#### Dezavantajları;

- Sınırlı kullanım alanı (süsleme),
- Yatırım maliyeti ve fiyatı,
- Saklama için özel koşullar (+4 C),
- Evsel kullanım için pek uygun olmaması olarak sıralanabilir.

Şekil 4 - Pastörize Sprey Yumurta



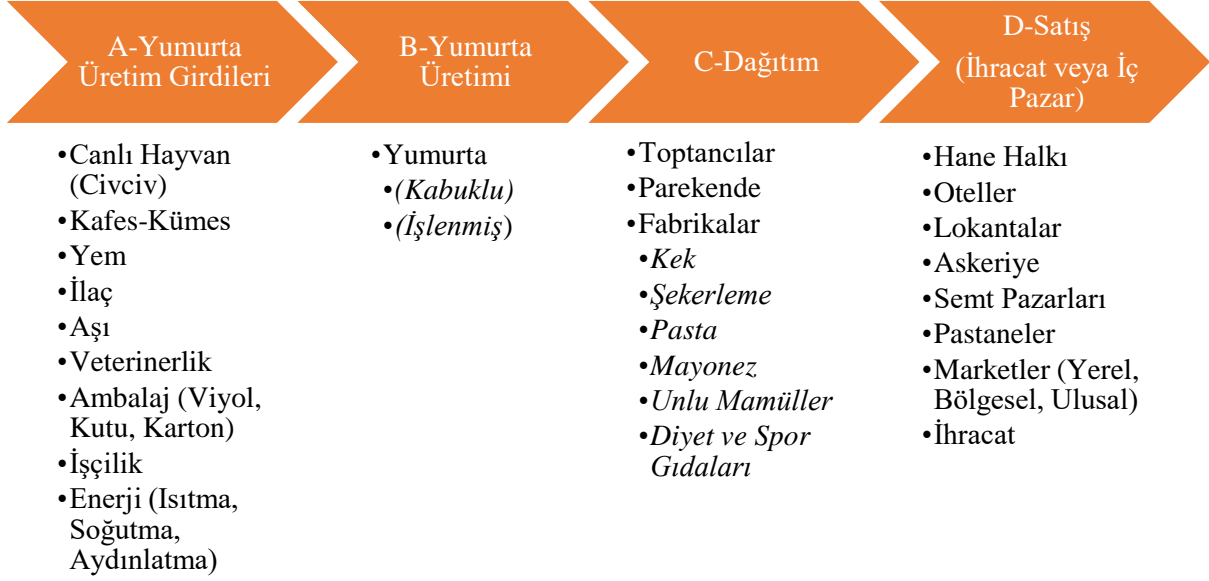
Kaynak: [www.budives.com.tr](http://www.budives.com.tr)

#### 1.3.4 Yumurta Kabuğu

Endüstriyel ürünlerin yanında yumurta kabuğu da son yıllarda AR-GE çalışmalarına konu olmaktadır. Yumurta kabuğundan katkı maddeleri, gübre, antimikrobiyel katkılar üretilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca Avrupa'da endüstriyel alanda yüksek oranda yumurta kullanılan fabrikalarda yumurta zarının da plastik ve kozmetik sektörlerinde yeniden kullanımına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. (<https://www.euronews.com>)



## 1.4 Yumurta Üretimi Değer Zinciri Haritası



Yumurta üretiminin diğer bölümlerde verilen aşamaları bu başlıkta tablo şeklinde özetlenmiştir.

## 2. MEVZUAT

Yumurta üretimi ve buna bağlı hizmetleri kapsayan mevzuat altı ana başlıkta toplanabilir.

### 1. Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu

Kanun Numarası	: 5996
Kabul Tarihi	: 11.06.2010
Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi	: 13.06.2010
Sayı	: 27610
Yayımlandığı Düstur	: Tertip:5
Cilt	: 49

### 2. Türk Gıda Kodeksi Yumurta Tebliği

Tebliğin Yayımlandığı Resmi Gazetenin;	
Tarihi	: 20.12.2014
Sayısı	: 29211
Tebliğde Değişiklik Yapan Tebliğlerin Yayımlandığı Resmi Gazetelerin;	
Tarihi	: 24.11.2017
Sayısı	: 30250

### 3. Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği

Yönetmeliğin Yayımlandığı Resmi Gazetenin;	
Tarihi	: 27.12.2011
Sayısı	: 28155

### 4. Gıda Hijyeni Yönetmeliği

Yönetmeliğin Yayımlandığı Resmi Gazetenin;	
Tarihi	: 17.12.2011
Sayısı	: 28145



**5. İnsan Tüketimi Amacıyla Kullanılmayan Hayvansal Yan Ürünler Yönetmeliği**  
Yönetmeliğin Yayımlandığı Resmi Gazetenin;

Tarihi : 24.12.2011

Sayısı : 28152

**6. Yem Hijyeni Yönetmeliği**

Yönetmeliğin Yayımlandığı Resmi Gazetenin;

Tarihi : 27.12.2011

Sayısı : 28155

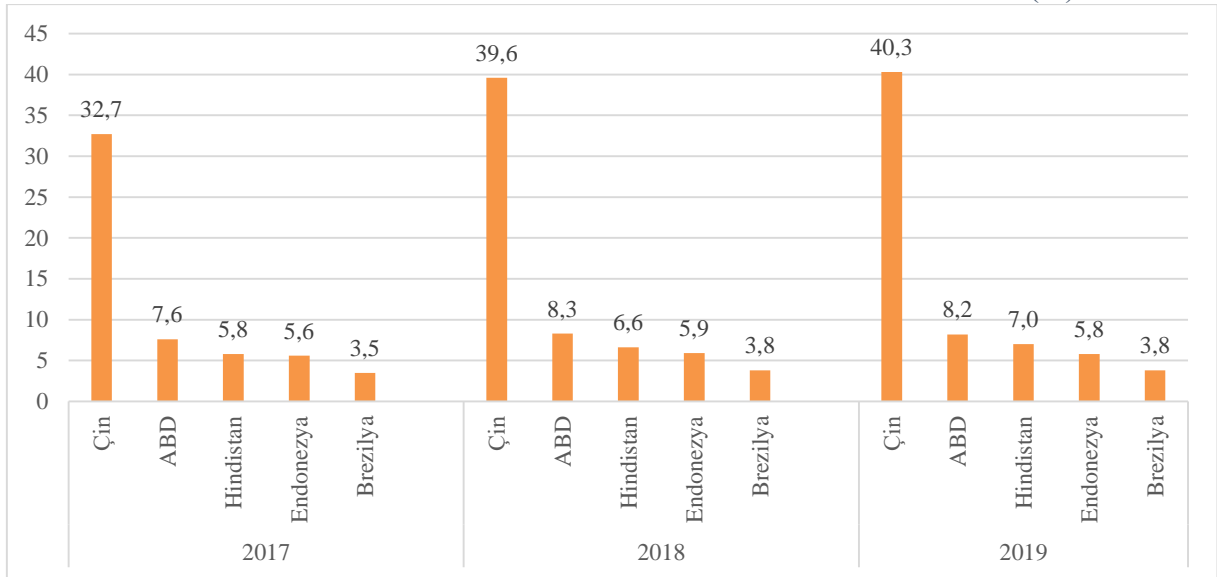
### 3. YUMURTA SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE MEVCUT DURUMU

#### 3.1 Dünyada ve Türkiye’de Sektörün Mevcut Durumu

##### 3.1.1 Üretim

Dünya tavuk yumurtası üretimi 2019 yılında 82 milyon tonu aşmıştır. Dünyadaki üretimin %40,3’ü tek başına Çin tarafından gerçekleştirilmiştir. İkinci sırada %8,2 ile ABD, üçüncü sırada %7 ile Hindistan gelmektedir. Türkiye ise dünya yumurta üretiminde %1,5’lik oranla dokuzuncu sırada yer almaktadır. Dünyada ve ülkemizde üretim yıllar bazında artış eğilimindedir. Türkiye’de 2017 yılı itibarıyla kişi başına yıllık yumurta üretimi ise 294 adettir (<https://www.fao.org>).

Grafik 2 - Tavuk Yumurtası Üretiminde Önde Gelen Ülkeler-Yüzde (%)



Türkiye dünya yumurta üretiminde 2020 yılı verilerine göre dokuzuncu sırada yer almakta olup dünya yumurta üretim değerinin %1,5’ine sahiptir. (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020)

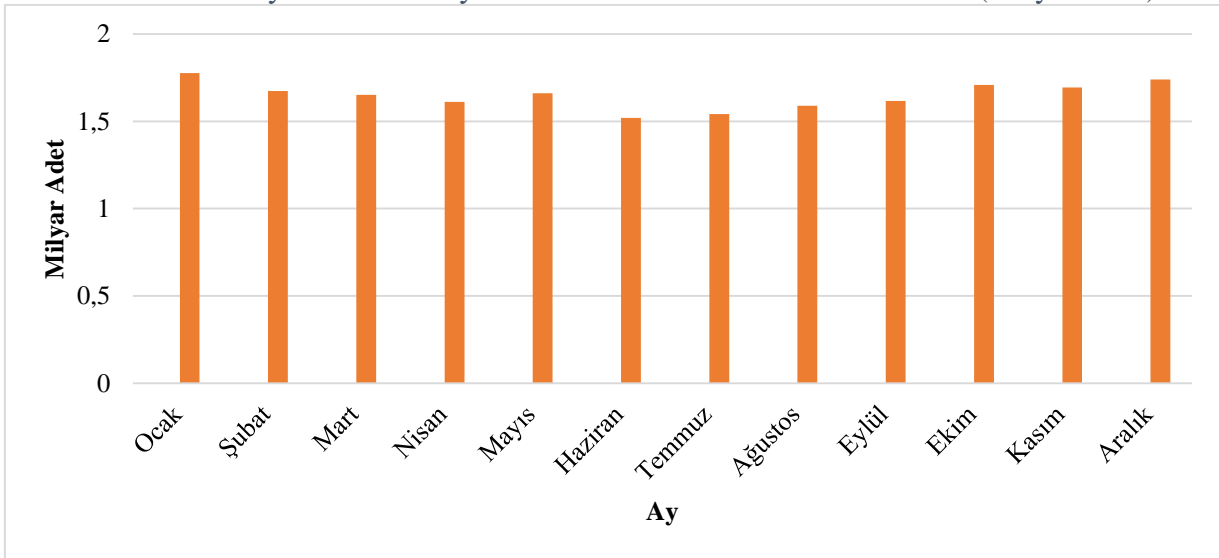


Tablo 1 - Dünya Yumurta Üretimi 2020

#	Ülke	Üretim Değeri (1.000 USD)	Değer Bazlı Yüzdesi (%)
1	Çin	28.453.871	34,5
2	ABD	6.706.770	8,13
3	Hindistan	5.775.000	7,00
4	Endonezya	4.753.382	5,76
5	Brezilya	3.158.157	3,83
6	Meksika	2.949.782	3,57
7	Japonya	2.639.733	3,20
8	Rusya	2.491.540	3,02
9	<b>TÜRKİYE</b>	<b>1.243.633</b>	<b>1,50</b>
10	Ukrayna	953.500	1,15

Türkiye 2020 yılında ay bazında yumurta üretim istatistiği aşağıda verilmiştir. Grafik incelendiğinde üretimin mevsimlerden fazla etkilenmediği görülmektedir. (TÜİK, 2021)

Grafik 3 - Türkiye 2020 Yılı Ay Bazında Yumurta Üretim İstatistikleri (Milyar/Adet)

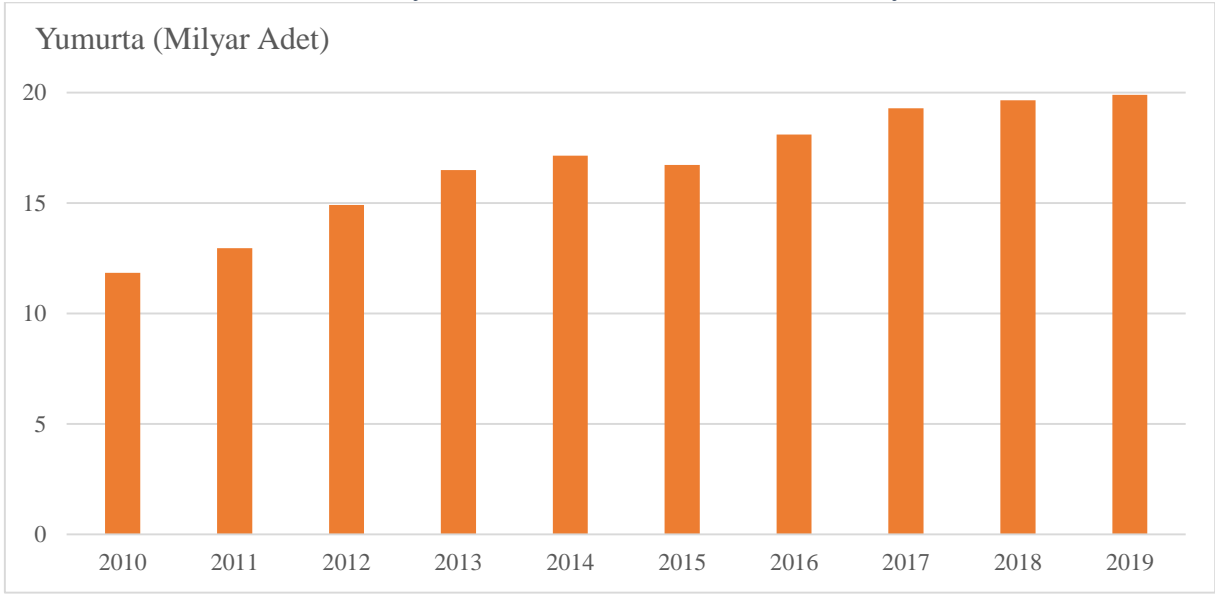


Türkiye’de son on yılda tavuk yumurtası üretimi incelendiğinde genel anlamda bir artış söz konusudur. 2015 yılındaki düşüş dışında üretim yıl bazında sürekli artış göstermiştir.

Türkiye 2019 yılında yaklaşık 20 milyar adet tavuk yumurtası üretmiş ve üretimde tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmıştır. (YÜSAD, 2021)



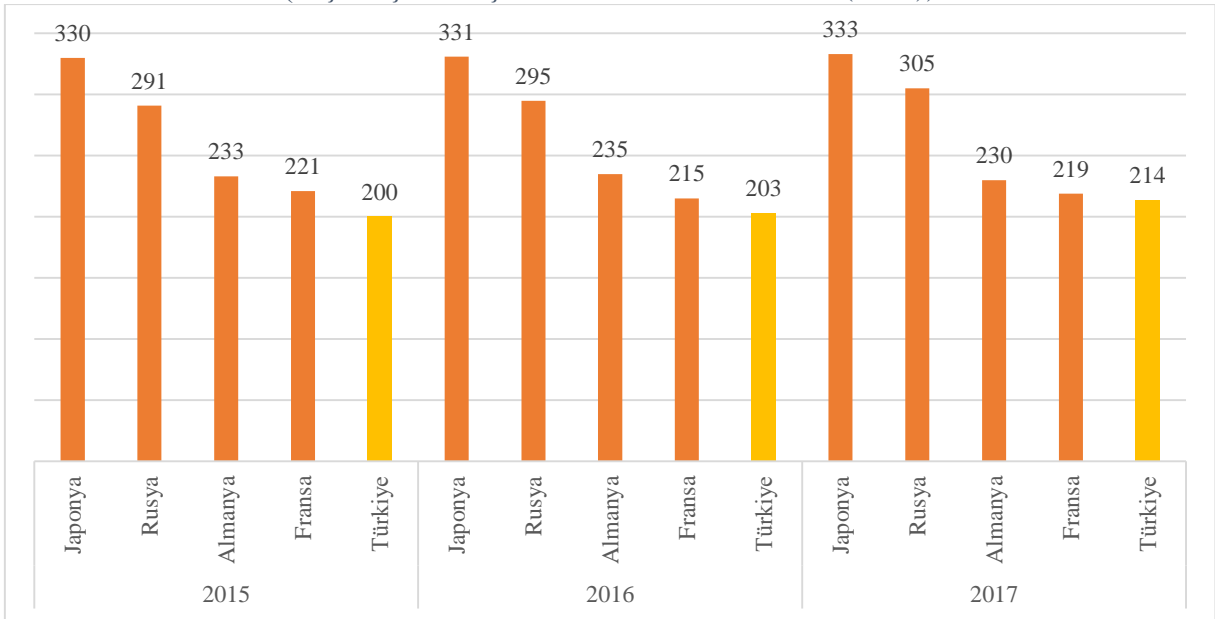
Grafik 4 - Türkiye Son On Yıl Yumurta Üretimi (Milyar/Adet)



### 3.1.2 Tüketim

Dünyada yumurta tüketimi, üretimle benzer bir çizgiyi paylaşmaktadır. Tüketim de son yıllarda artış göstermektedir. Nüfus nedeniyle en fazla tüketim Çin ve Hindistan'dadır. Ancak kişi başına düşen yumurta tüketiminde 2017 yılı verilerine göre Japonya ilk sırada olup Japonya'yı sırasıyla Rusya ve Almanya takip etmektedir. Türkiye'de kişi başına düşen yumurta tüketimi ise yıllık 214 adettir. (<https://www.fao.org>).

Grafik 5 - Dünya Tavuk Yumurtası Tüketiminde Önde Gelen Ülkeler  
(Kişi Başına Düşen Yıllık Tüketim Miktarı (Adet))



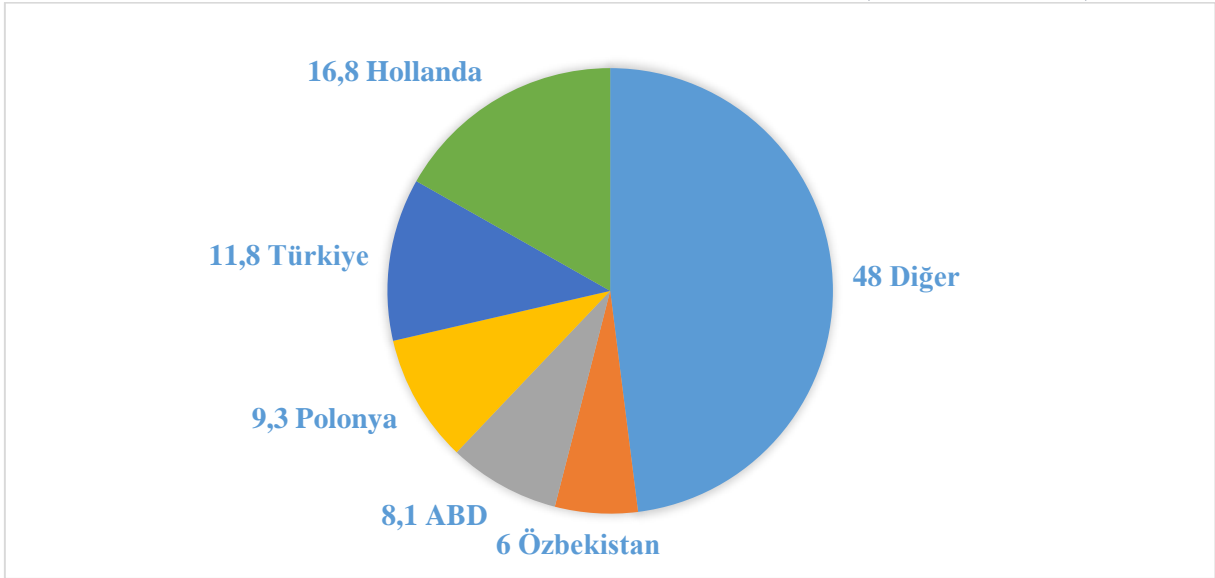




### 3.1.3 Ticaret

Dünya tavuk yumurtası ihracatı önceki yıllardaki trendin aksine 2019 yılında %1,5'lik bir düşüş göstererek yıllık 2,3 milyar tona gerilemiştir. İhracat değeri ise bir önceki yıla göre %7,7 oranında azalarak 3,6 milyar dolara gerilemiştir. Dünya tavuk yumurtası ihracatında Hollanda %16,8'lik payla lider konumda yer almaktadır. Türkiye %11,8 ile ikinci sırada yer alırken Polonya %9,3'le üçüncü sıradadır. (Bu sıralama miktar (yumurta/adet) bazındadır) (<https://www.fao.org>).

Grafik 6 - Ünelere Göre Tavuk Yumurtası İhracatı 2019 (Miktar/Yüzde %)



Aşağıdaki tabloda değer bazında yumurta ihracatının 2019-2020 yılları kıyaslaması verilmiştir. 2019 yılında yumurta ihracatında miktar bazında Türkiye dünyada ikinci sıradayken (Grafik 6), ihracat değeri bazında üçüncü sırada bulunmaktadır. Türkiye, 2020 yılında ise pandemi ve ihracat pazarının kaybı nedeniyle değer bazında da bir önceki yıla göre düşüş göstererek dünya yumurta ihracatında beşinci sıraya gerilemiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

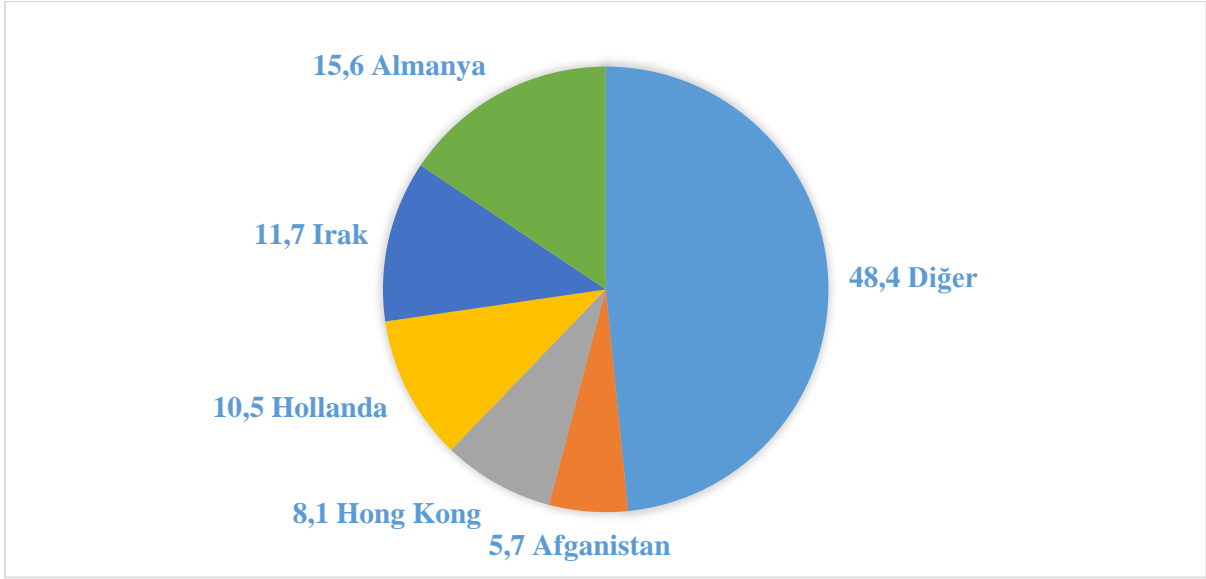
Tablo 2 - Dünya Yumurta İhracatında Değer Bazında İlk 5 Ülke (Değer/1.000 USD)

#	Ülke	2019 (1.000 USD)	#	Ülke	2020 (1.000 USD)
1	Hollanda	764.162	1	Hollanda	816.919
2	ABD	459.236	2	ABD	459.641
3	<b>TÜRKİYE</b>	296.843	3	Almanya	267.823
4	Almanya	296.198	4	Polonya	265.778
5	Polonya	292.293	5	<b>TÜRKİYE</b>	256.352

2019 yılında dünya yumurta ithalatı %14,1 oranında artış göstermiştir. İthalatta %15,6 ile Almanya, %11,7 ile Irak ve %10,5 ile Hollanda ilk sıralarda yer almaktadır. Almanya ve Hollanda'nın hem ihracatta hem de ithalatta üst sıralarda bulunmasının ana nedeni gelişmiş gıda sanayilerinin ihtiyacı olan yumurtayı ithal ederken aynı zamanda kabuklu yumurtayı işleyerek ihraç etmeleridir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

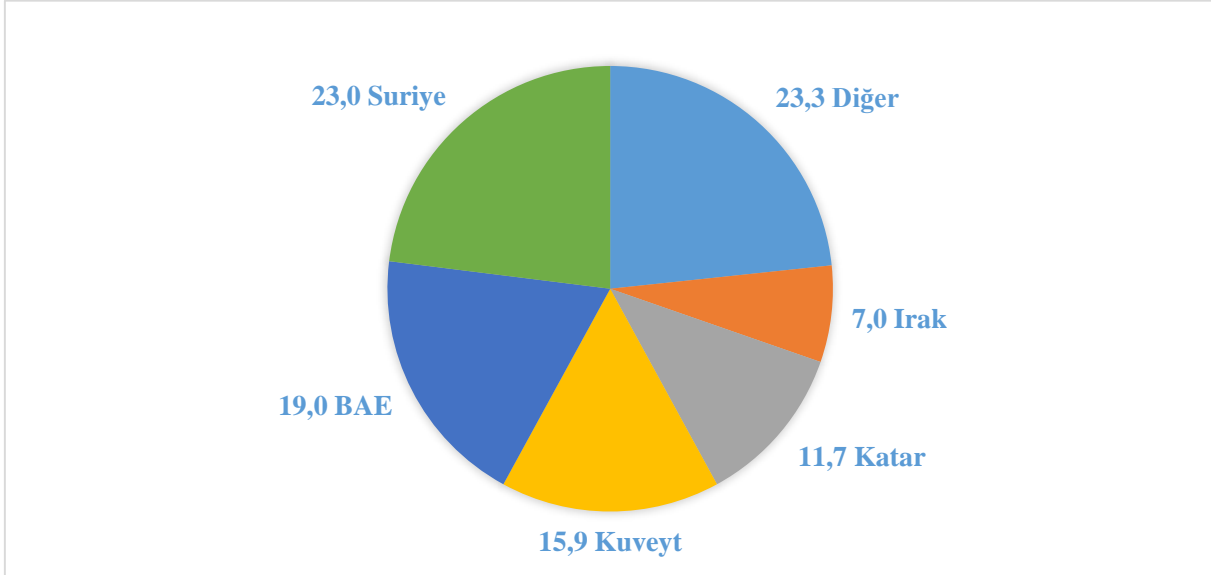


Grafik 7 - Ülkelere Göre Tavuk Yumurtası İthalatı 2019 (Miktar/Yüzde %)



Türkiye’de yumurta ihracatının neredeyse tamamı kabuklu tavuk yumurtasıdır. Irak’ın 2019 yılında yerli yumurta üretimini korumak için ithalata yasak getirmesi Türkiye’nin en büyük pazarı olan bu ülkeye ihracatını büyük ölçüde baltalamıştır. Bu nedenle Irak ihracattaki en büyük pazar olma konumunu kaybetmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

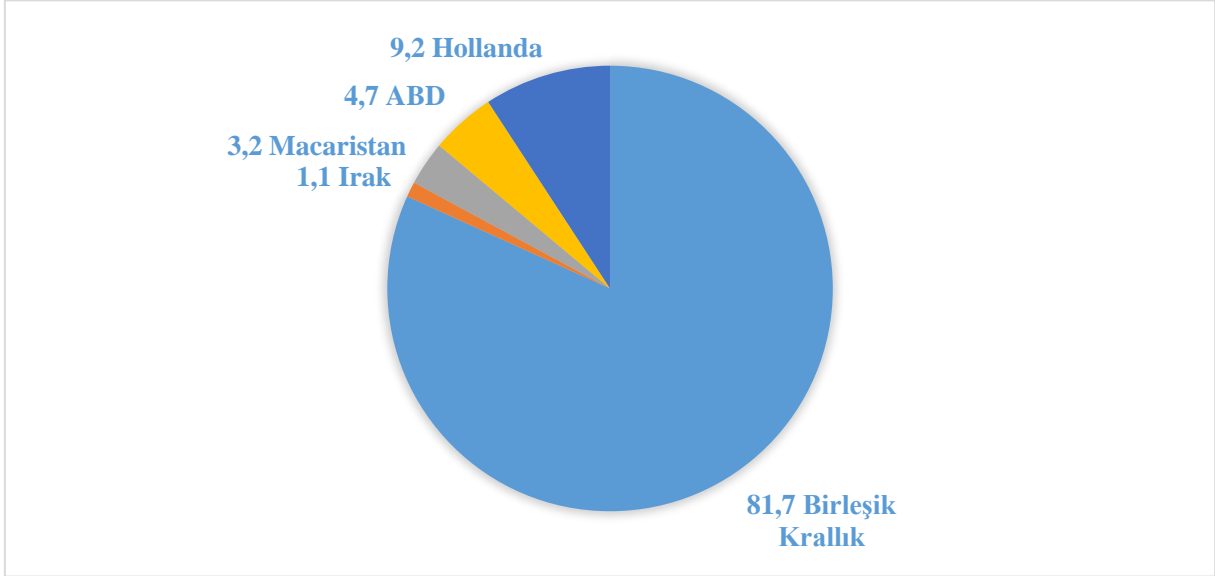
Grafik 8 - Türkiye'nin Yumurta İhracatında Önde Gelen Ülkeler 2020 (Miktar/Yüzde %)



Türkiye, damızlık yumurta alanında dışa bağımlıdır. İthalatın büyük çoğunluğu Birleşik Krallık’tan yapılmaktadır. Yem ve aşıda olduğu gibi damızlık yumurtada da dışa bağımlılık yüksektir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

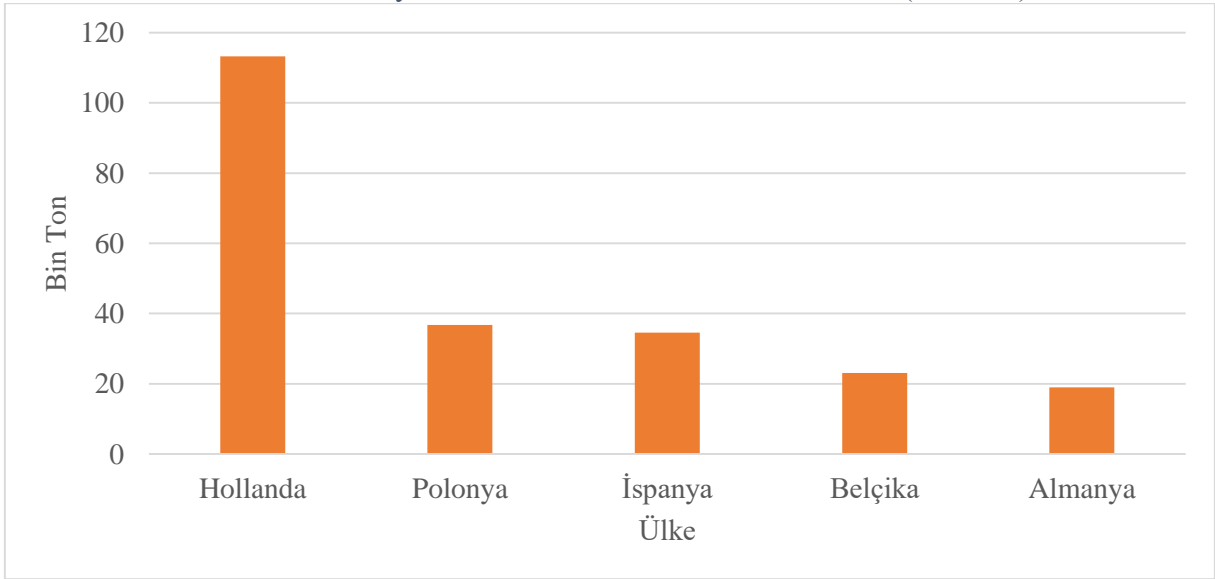


Grafik 9 - Türkiye'nin Yumurta (Damızlık) İthalatında Önde Gelen Ülkeler 2020-(Miktar/Yüzde %)



Aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere yüksek katma değere sahip sıvı (pastörize) yumurta ihracatında Avrupa ülkeleri dünyada üst sıralarda yer alırken, Türkiye 2019'da 73 ton pastörize yumurta ihraç etmiş ve 55. sırada yer almıştır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

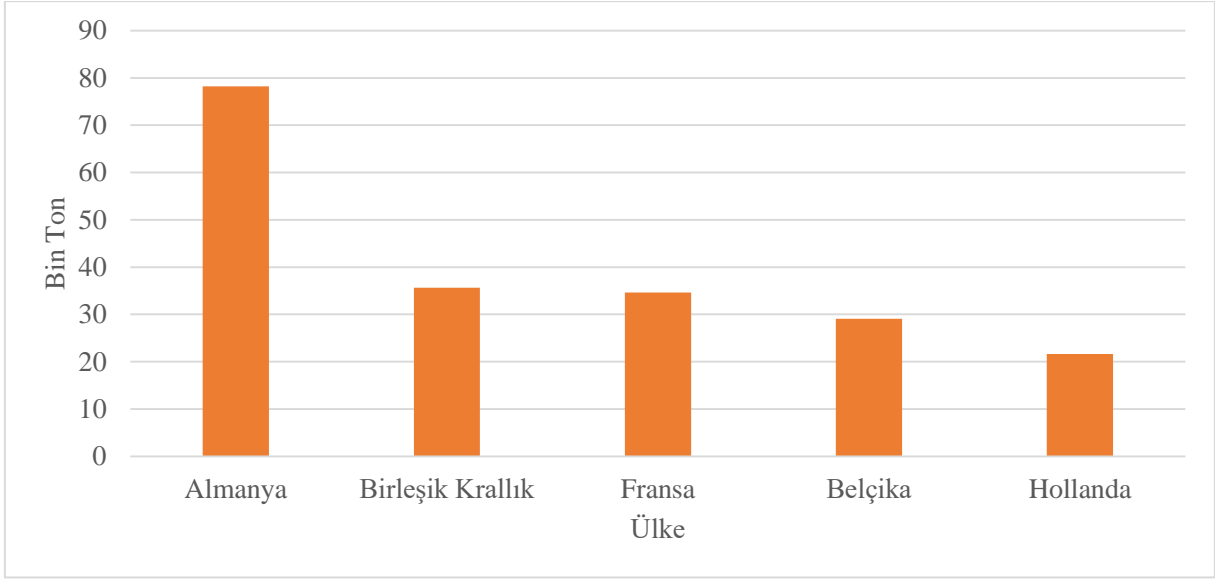
Grafik 10 - Dünya Sıvı Yumurta İhracatında ilk 5 Ülke (Bin Ton)



Dünya sıvı yumurta ithalatında ise yine Avrupa ülkelerinin başı çektığı görülmektedir. İşlenmiş gıda üretimine bağlı olarak sanayinin ihtiyacı olan sıvı yumurtanın ithalatında Almanya ilk sıradayken, Türkiye 16 ton ithalatla dünyada 98. sırada bulunmaktadır (<https://knoema.com>).

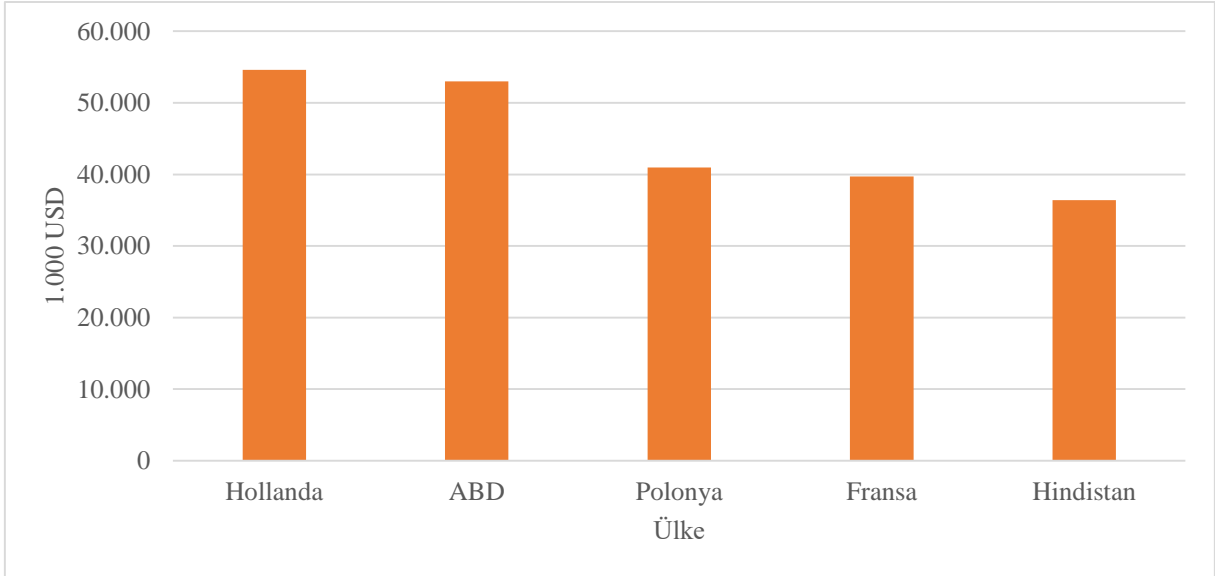


Grafik 11 - Dünya Sıvı Yumurta İthalatında İlk 5 Ülke (Bin Ton)



Katma değeri yüksek bir diğer ürün olan yumurta tozu ihracatında Hollanda 2019 yılında yaklaşık 55 milyon USD gelire ilk sırada yer alırken, Türkiye yumurta tozu ihracatından 7 bin USD gelir elde ederek 67. sırada yer almıştır (<https://knoema.com>).

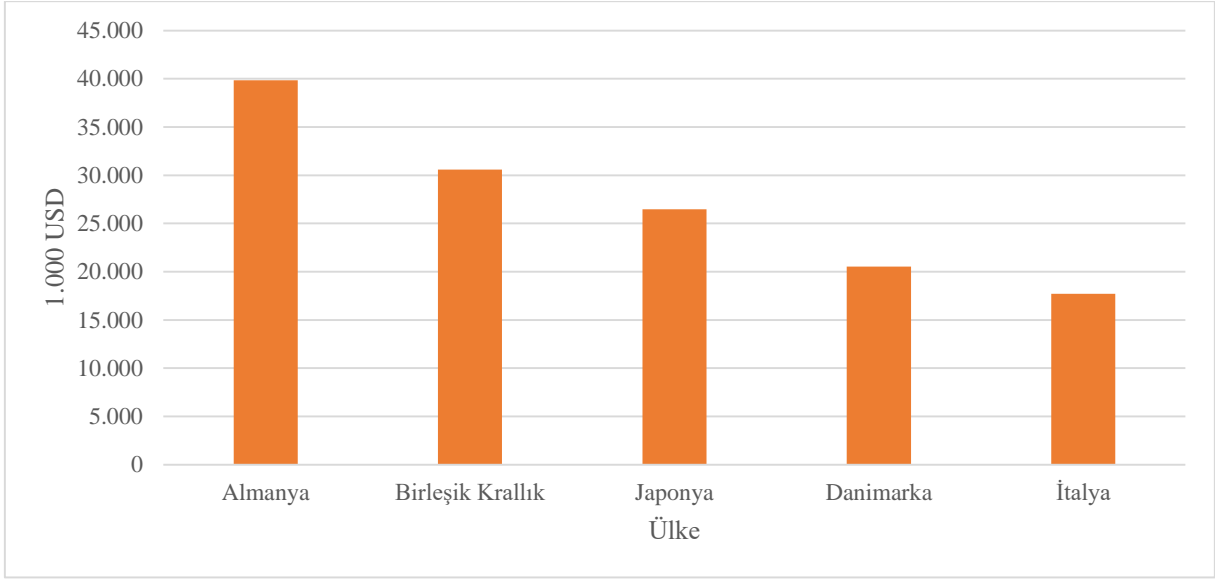
Grafik 12 - Dünya Yumurta Tozu İhracatında ilk 5 Ülke (1.000 USD)



Dünya yumurta tozu ithalatında Almanya 40 milyon USD ile ilk sırada yer almaktadır. Türkiye 2019 da 202 bin USD'lik yumurta tozu ithalatıyla dünyada 81. sırada yer almıştır (<https://knoema.com>).



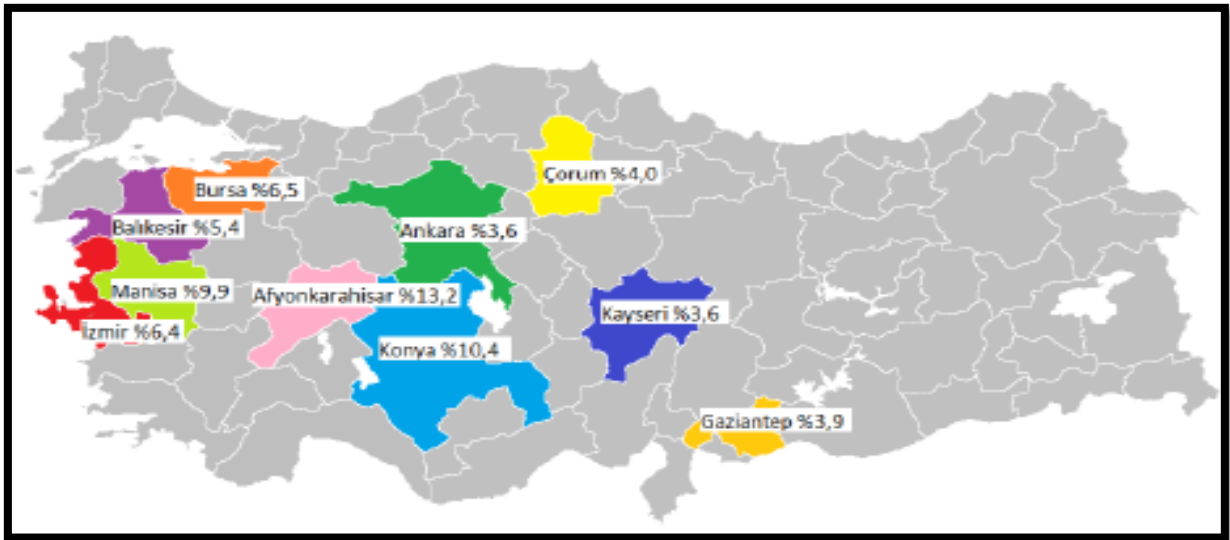
Grafik 13 - Dünya Yumurta Tozu İthalatında İlk 5 Ülke (1.000 USD)



### 3.2 TR33 Bölgesi ve Afyonkarahisar İlinde Mevcut Durum

Türkiye’de yumurta üretimi yumurta tavuğu varlığı bakımından incelendiğinde 2019 yılında Ege Bölgesi %33,3 ile başta gelmektedir. TR33 Bölgesi illeri Afyonkarahisar (%13,2) ve Manisa (%9,9) ise Türkiye’deki varlığın yaklaşık dörtte birine sahiptir. Ayrıca bölgenin çevresindeki illerin (Bursa, Balıkesir, İzmir) üretimi de yüksek orandadır. Afyonkarahisar, Türkiye’deki en önemli yumurta üretim merkezi konumunda olup ilin Başmakçı ilçesi Türkiye yumurta borsasına ev sahipliği yapmaktadır. Manisa ise Konya’dan (%10,4) sonra üçüncü sıradadır. Ayrıca Manisa organik yumurta üretiminde Türkiye’de ilk sıradadır (TÜİK 2021, Zafer Hesaplamaları)

Şekil 5 - Türkiye Yumurta Tavuğu Varlığı (Yüzde)





TR33 Bölgesi Düzey-2 bölgelerinde işletme sayısı, kümes sayısı ve kapasite olarak birinci sıradadır. Afyonkarahisar işletme sayısında Konya'dan (133 firma) sonra ikinci sırada, kümes sayısı ve kapasitede ise ilk sırada bulunmaktadır. Yumurta tavuğu sayısında ise Türkiye'de Afyonkarahisar ilk, Manisa ise ikinci sıradadır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2018, ZAFER Hesaplamaları)

Tablo 3 - TR33 Bölgesi Yumurta Tavukçuluğu Verileri (Kapalı-Açık Ticari ve Damızlık Yumurtacı Toplamı)

	İşletme Sayısı	Kümes Sayısı	Kapasite
<b>Afyonkarahisar</b>	125	594	26.132.337
<b>Kütahya</b>	35	62	1.522.902
<b>Manisa</b>	54	193	11.510.486
<b>Uşak</b>	0	23	41.754
<b>TR33 Bölgesi</b>	214	872	39.207.479
<b>TÜRKİYE</b>	<b>2.119</b>	<b>4.291</b>	<b>132.551.762</b>

TR33 Bölgesi ülkedeki üretimin yaklaşık dörtte birini karşılarken Afyonkarahisar ve Manisa illeri bölgedeki yumurta tavuğu varlığının büyük çoğunluğuna ev sahipliği yapmaktadır.

Tablo 4 - TR33 Bölgesi Yumurta Tavuğu Sayısı 2020 (Adet)

	Yumurta Tavuğu Sayısı (Adet)
<b>Afyonkarahisar</b>	16.282.139
<b>Kütahya</b>	1.104.034
<b>Manisa</b>	11.329.945
<b>Uşak</b>	3.367.257
<b>TR33 Bölgesi</b>	32.083.375
<b>TÜRKİYE</b>	121.302.869

Afyonkarahisar ilçelerinin yumurta tavuğu varlığının yaklaşık %45'i Merkez ilçesinde, %22,55'i ise Başmakçı ilçesinde bulunmaktadır. Tablo 5'e bakıldığında üretimin Merkez ve Başmakçı ilçesinde yoğunlaştığı görülmektedir (TÜİK 2021, Zafer Hesaplamaları).



Tablo 5 - Afyonkarahisar İlçeleri Yumurta Tavuğu Varlığı Sayısı 2020 (Adet)

İlçe	Yumurta Tavuğu Sayısı (Adet)	Yüzde (%)
Bayat	3.940	0,02
Başmakçı	3.671.049	22,55
Bolvadin	1.469.870	9,03
Dazkırı	85.222	0,52
Dinar	563.646	3,46
Emirdağ	1.020.960	6,27
Evciler	11.530	0,07
Hocalar	7.600	0,05
Kızılören	885	0,01
Merkez	7.325.600	44,99
Sandıklı	970.650	5,96
Sinanpaşa	401.100	2,46
Sultandağı	2.026	0,01
Çay	27.283	0,17
Çobanlar	6.500	0,04
İhsaniye	709.000	4,35

### 3.3 Yumurta Fiyatları ve Pariteler

Türkiye’de kanatlı hayvancılık sektörü üretim maliyetinin en büyük kısmı yaklaşık %66 ile yem giderinden oluşmaktadır. Yem ithal olmasa da yemin ana girdilerinin (mısır-soya-ayçiçek) çoğu ithal edilmektedir. Üretilen kanatlı yeminde yumurta yeminin oranı %38,2 olup yem üretimi son yıllarda artış göstermekte buna bağlı olarak ana girdilerin ithalatı da artmaktadır. Mısır ve soyada yerli üretimin artırılmasına çalışılmaktadır. Yumurta fiyatlarını doğrudan etkileyen aşı, ilaç, damızlık civciv<sup>8</sup> ve yem katkılarının büyük çoğunluğu da ithal olduğundan dövizin yükselmesi girdi fiyatlarını da yukarı çekmektedir (<https://besd-bir.org/tr>)

Tablo 6 - Yumurta Üretimi Maliyet Hesabı

Maliyet Kalemleri	%
Yem	66,00
Civciv gideri	15,30
Üretici ücreti (Yakıt, İşçilik...)	15,40
Piliç nakil	2,13
Teknik hizmet (Veteriner, Aşı...)	0,70
Genel gider	0,47
TOPLAM	100,00

Politik ve siyasi kararlar da yumurta ihracatını etkileyerek yumurta fiyatında dengesizliklere sebep olmaktadır. 2019 yılına kadar Türkiye’nin en büyük pazarı olan Irak, yumurta ithalatını sınırlandırma kararı almış bu karar neticesinde düşen ihracat Suriye, B.A.E, Katar gibi ülkelerle telafi edilmeye çalışılsa da yeterli olmamıştır (Çiçekgil, Z. 2020).

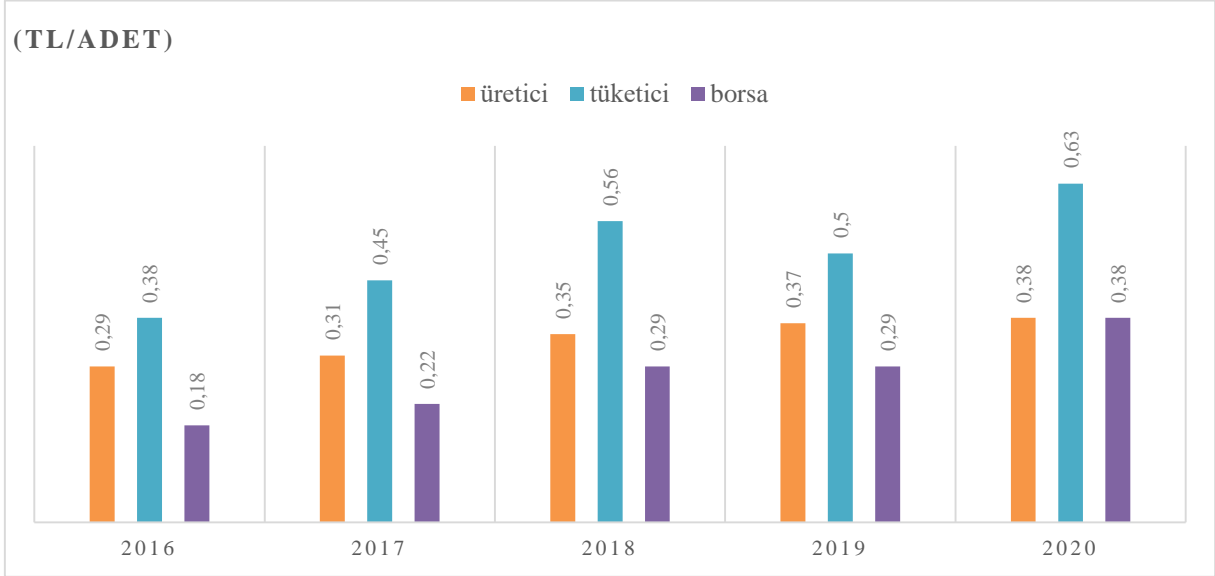
<sup>8</sup> Yerli damızlık civciv üretimi ithal anaç tavuklarla yapılmaktadır.



### 3.3.1 Fiyatlandırma

Aşağıdaki şekilde yıllar bazında üretici, tüketici ve borsa fiyatları verilmektedir. 2019 yılındaki tüketici fiyatının düşük seyretmesi ihracatta yaşanan sorunlar nedeniyle iç piyasada yumurtanın ucuzlamasından kaynaklanmaktadır.

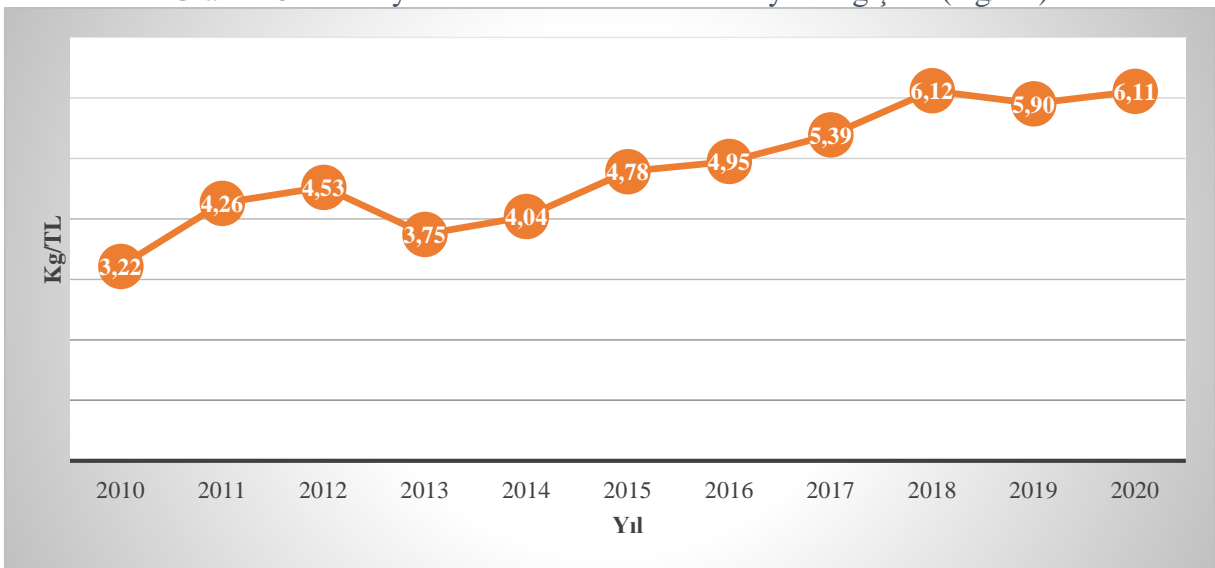
Grafik 14 - Yıl Bazlı Yumurta Fiyat Endeksi



2020 yılında pandemi nedeniyle üretim ve tedarik zincirindeki sorunlar piyasadaki dengesizliklerin temel sebebi olmuştur. Sektör, 2021 yılının ilk yarısında da pandeminin getirdiği sorunlarla boğuşmak zorunda kalmıştır. Bu sorunların yumurta tüketici fiyatlarındaki artışı tetikleme beklenen bir durumdur. (TÜİK, 2021)

Son on yılın kg/TL verileri incelendiğinde de benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Grafik 15 - Türkiye'de Son On Yıl Yumurta Fiyat Değişimi (Kg/TL)







### 3.3.2 Pariteler

2020 yılı paritelerine bakıldığında bir önceki yıla göre on adet yumurta ile alınabilecek girdi miktarında düşüş olduğu görülmektedir. Bunun temel sebebi olarak döviz kurlarındaki artışla temel maliyet olan yem fiyatlarının yükselmesi gösterilebilir. Bu yükselişe rağmen yumurta fiyatının değişmemesi yumurta paritelerinin azalmasına neden olmuştur. Girdi maliyetleri artarken satış fiyatının sabit kalması, kar marjının düştüğünü hatta maliyetine ve zararına satışların gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 7 - Yıl Bazlı Girdi Maliyetleri ve Pariteler

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Tavuk Yumurtası (TL/10 adet)</b>	2,90	3,10	3,50	3,70	3,70
<b>Yumurtacı Yemi (TL/Kg)</b>	1,07	1,22	1,54	1,72	2,19
<b>Full Fat Soya (TL/Kg)</b>	1,39	1,61	2,32	2,38	3,32
<b>Mısır (TL/Kg)</b>	0,73	0,84	0,95	1,17	1,45
<b>10 Adet Tavuk Yumurtası ile Alınabilecek Girdi Miktarı (Kg)</b>					
<b>Tavuk Yumurtası/Yumurtacı Yemi</b>	2,71	2,54	2,27	2,15	1,69
<b>Tavuk Yumurtası/Soya</b>	2,09	1,93	1,51	1,55	1,11
<b>Tavuk Yumurtası/Mısır</b>	3,97	3,69	3,68	3,16	2,55

Tablo incelendiğinde 2019 ve 2020 yılında 10 adet yumurta fiyatı (3,70 TL) sabitken, 2019 yılı yumurtacı yemi fiyatı 1,72 TL'den 2,19 TL'ye yükselmiştir. Aynı şekilde temel yem girdileri olan soya ve mısırdaki da yükseliş göze çarpmaktadır. 10 adet yumurta ile 2019 yılında 2,15 kg yem alınabilirken 2020 yılında bu miktar 1,69 kg'a gerilemiştir (TEPGE, 2021)

## 4. DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ MODELLERİ

Türkiye'de tarımsal katma değer seviyesi 2010 yılında AB ortalamasının yarısı, ABD'nin ise onda biri seviyesinde kalmıştır. Bu durum milli gelirden çok önemli bir paya sahip olan sektörün ülkenin ekonomik performansını olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır (İmrohoroğlu A, ve diğ. (2011)).

Sektörde katma değer artırılması adına bölgesel kalkınmanın önemli aktörleri olan kalkınma ajansları ve paydaşlarının, bölgede önem arz eden sektörlerde değer zinciri analizleri yürüterek geliştirilecek politikalara yol gösterici olması beklenmektedir.

### 4.1 Porter Değer Zinciri Modeli

Değer zinciri kavramı, ilk kez Michael Porter tarafından 1985 yılında "Rekabet Üstünlükleri" isimli kitabında kullanılmıştır. Kavram; ürün ve hizmetlerin pazara teslimi için gerekli faaliyetler olarak tanımlanmıştır (E.Porter, 1985).

Değer zinciri analizi; bir işletme, sektör, ürün grubu ya da üründe birbirine bağlı tüm eylem ve faaliyetler neticesinde nihai ürüne değer katan tüm işlemleri tanımlamayı, işlem süreçlerindeki eksiklikleri ve ihtiyaçları tespit etmeyi ve neticede rekabet üstünlüğü kazanmak için yenilikler yapmayı hedefleyen bir süreçtir.



Değer zinciri analizi Michael Porter tarafından iki ana faaliyette kategorilendirilmiştir:

- Birincil Faaliyetler
- Destek Faaliyetleri

Aşağıdaki modelde değer zinciri hammadde girişinden başlayarak ürün ve hizmetlerin son kullanıcıya ulaştırılmasıyla son bulmaktadır.

Şekil 6 - Porter'ın Değer Zinciri Modeli



### Birincil Faaliyetler

- **Girdi Lojistiği:** Girdilerin teslim alınması, depolanması ve firma içi dağıtımı
- **İşletme Faaliyetleri:** Hammadde veya yarı mamülün nihai ürüne dönüşümü
- **Çıktı Lojistiği:** Nihai ürünün depolanması ve siparişlerin dağıtımı
- **Pazarlama ve Satış:** Fiyatlandırma, dağıtım kanalları, promosyon
- **Hizmetler:** Satış sonrası kurulum, bakım, tamir

### Destek Faaliyetleri

- **İşletme Altyapısı:** Planlama, muhasebe, kalite yönetimi
- **İnsan Kaynakları Yönetimi:** İşe alım, eğitim, ücretlendirme politikası
- **Teknoloji:** Uzmanlık, yöntemler, know-how
- **Tedarik:** Satın alma (faaliyetlerde kullanılacak tüm satın alma işlemlerini kapsar)

## 4.2 Mekansal Değer Zinciri Analizi Modeli

Hızlı değişen küresel ekonomide Porter'ın değer zincirinin güncellenmesi gerektiğine yönelik bazı eleştiriler getirilmiştir. Geleneksel yapıdaki ekonomik sisteme bağlı olan modelin dijital dönüşümün yeniliklerine uyarlanması gereği doğmuştur. Porter'ın modelinde e-ticaretin getirmiş olduğu çok farklı yapıdaki üretim ve tedarik süreci yer almamaktadır.

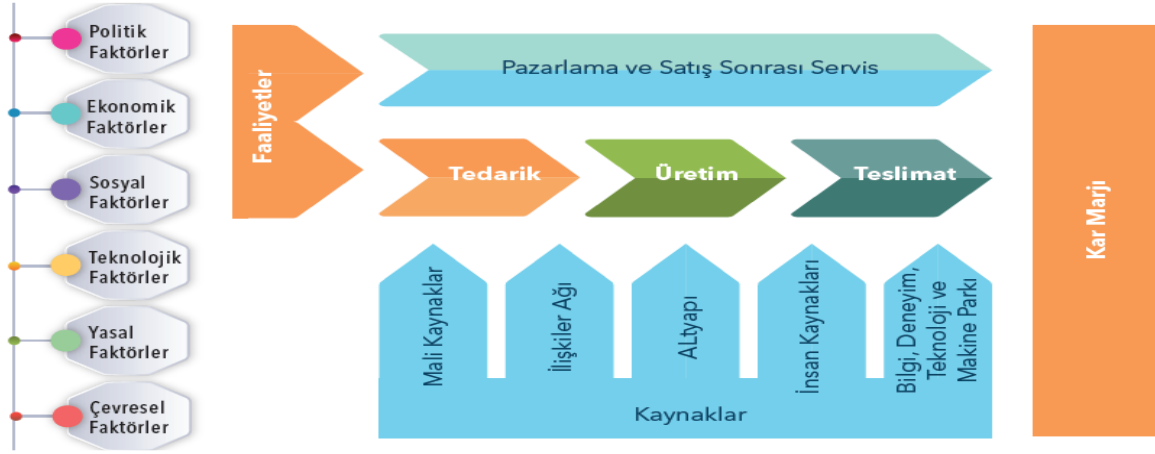
Modele getirilen bir diğer eleştiri ise dış çevrenin yani siyasi, ekonomik, toplumsal, teknolojik, hukuki ve çevresel bileşenlerin ihmal edilmesidir. Mekan kavramı firmanın faaliyetlerini



gerçekleştirdiği alandan ziyade pazara uzaklık, işgücü havuzu durumu, altyapı ve ulaştırma, iş birliği ortamı gibi birçok ölçükle ifade edilmektedir.

Bu nedenlerle Porter'ın modelinin eksikliklerinin giderilmesi ve "mekan" kavramının modele dahil edilerek geliştirilmesiyle "mekânsal değer zinciri analizi" kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram günümüzün küresel ekonomik yapısına uyumlu olması nedeniyle desteklenmiştir (Ekonomi Bakanlığı, 2019).

Şekil 7 - Mekansal Değer Zinciri Modeli



Değer zinciri kapsamındaki üç ana bileşen şunlardır:

### Faaliyetler

- **Pazarlama ve Satış Sonrası Faaliyetler:** Porter'ın modelinden farklı olarak pazarlama faaliyeti zincirin ana faaliyetlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu faaliyetin diğer tüm faaliyetlere yön veren stratejik bir konumu bulunmaktadır. Amaç çeşitli araçlarla pazarları bulmak, elde tutmak ve geliştirmektir. Girdilerin kararı pazarlama stratejisi ile uyumlu şekilde verilir.
- **Girdi-Çıktı Faaliyetleri:** Tedarik, üretim ve teslimat faaliyetleri olarak bu modelde de kullanılmıştır.

### Kaynaklar

Mali kaynaklar, altyapı, ilişkiler ağı, teknoloji, insan kaynakları gibi bileşenler ikincil faaliyet olarak değil kaynaklar olarak sınıflandırılmıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020).

- Mali Kaynaklar
- Altyapı
- İlişkiler Ağı
- Teknoloji
- İnsan Kaynakları



## 5. AFYONKARAHİSAR İLİ YUMURTA SEKTÖRÜ DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ

Bu çalışmada Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü tarafından Kalkınma Ajansları için değer zinciri analizi çalışmalarında kullanılmak üzere hazırlanan “Mekansal Değer Zinciri Analizi için Araç Kiti ve Uygulama Kılavuzu”ndan yararlanılmıştır. Bazı kavramlar ve başlıkların detaylı açıklaması için kılavuza başvurulabilir.

### 5.1 Sektör Seçimi

Yumurta üretimi (gezen, organik, kafes vs.), NACE REV2 kodlarına göre *A-Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık* altında yer alırken, yumurta ürünleri üretimi (pastörize sıvı yumurtalar, kurutulmuş ve toz yumurta, sprey yumurta) *C-İmalat* altında yer almaktadır.

Tablo 8 - Yumurta Üretimi NACE Rev2 Kodları

Nace Rev2 Kod	Tanım
<b>A</b>	Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık
<b>01</b>	Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ile ilgili hizmet faaliyetleri
<b>01.47</b>	Kümes hayvanları yetiştiriciliği
<b>01.47.03</b>	Kümes hayvanlarından yumurta üretilmesi

Kaynak: TÜİK, 2021

Tablo 9 - Yumurta Ürünleri Üretimi NACE Rev2 Kodları

Nace Rev2 Kod	Tanım
<b>C</b>	İmalat
<b>10</b>	Gıda ürünlerinin imalatı
<b>10.89</b>	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer gıda maddelerinin imalatı
<b>10.89.04</b>	Suni bal, karamela, kabuksuz yumurta albümini vb. imalatı

Kaynak: TÜİK, 2021

Yumurta üretimi ve buna bağlı işlenmiş ürünler için GTİP kodları aşağıda verilmiştir.

Tablo 10 - Yumurta Üretimi ve Yumurta Ürünleri GTİP Kodları

GTİP Kodu	Tanım
<b>040721000000</b>	Tavuk yumurtaları (taze) ( <i>Gallus domesticus</i> türü); kuluçkalık olmayan, damızlık olmayan
<b>040899800000</b>	Kabuksuz diğer yumurta
<b>040891800000</b>	Kabuksuz diğer yumurta; kurutulmuş
<b>040819810000</b>	Yumurta sarıları; sıvı halde
<b>040811800000</b>	Yumurta sarıları; kurutulmuş (yenilen)
<b>040819890000</b>	Yumurta sarıları; diğer dondurulmuş
<b>350211900000</b>	Yumurta albümini; kurutulmuş, insan gıdası olarak kullanılmaya elverişli

Kaynak: GİB, 2021



Çalışmanın temelini, sektörde çok büyük ağırlığa sahip olan “01.47.03 NACE kodlu kümes hayvanlarından yumurta üretilmesi” ile “040721000000 GTİP Kodlu Tavuk yumurtaları (taze) (*Gallus domesticus* türü); kuluçkalık olmayan, damızlık olmayan” tavuk yumurtası üretimi oluşturmaktadır. Diğer üretim zincirleri (yumurtanın işlenmesiyle elde edilen ürünler) de incelenecektir.

### 5.1.1 Üç Yıldız Analizi-Sektör Bazında

Bu analiz, sektör/alt sektörlerin bölge/il bazında özelliklerinin özetlenmesine yarayan bir metottur. Analizde büyüklük, başatlık ve uzmanlık başlıkları altında üç oranlama kullanılır. Bu başlıklar ihracat, istihdam, firma sayısı, üretim ciro gibi kriterle irdelenebilir. Büyüklük; bir sektörün ne kadarının o ilde/bölgede olduğunu, başatlık; bir il/bölgedeki değer ne kadarının seçilen bir il/bölgede gerçekleştiğini, uzmanlık ise sektörün bir ildeki/bölgedeki payının aynı sektörün ülke genelindeki payına oranıdır (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2014).

Yumurta üretimi faaliyeti, NACE REV2 kodlamasında *C-İmalat Sanayi* 'nde yer almamaktadır. *A-Tarım, Ormanlık ve Balıkçılık* ana başlığı altında değerlendirilmektedir. Çalışmanın konusu hem yumurta üretimi (bitkisel ve hayvansal üretim) hem de yumurtanın işlenmesiyle elde edilen ürünler (gıda ürünleri imalatı) olduğundan “bitkisel ve hayvansal üretim” faaliyet grubu da imalat sanayisinin yanında politika önceliği olarak incelemeye dahil edilmiştir.

Kriter seçiminde imalat sanayi (yumurta ürünleri üretimi) ile politika seçimi olarak bitkisel ve hayvansal üretimde (yumurta üretimi) istihdam ve firma sayısı önceliklendirilmiştir.

Eşik değerlerin belirlenmesinde<sup>9</sup>:

Büyüklük kriteri ( $e_i/E_i$ ) için; toplam Düzey 3’de 81 il bulunmasından dolayı ve her bir ildeki sektörün ülke genelindeki payı ( $1/81=0,0123$ )\*100 olacağından bu değer büyüklük için eşik değer kabul edilmiştir.

$(e_i/E_i)*100 \geq 1,23$  ise 1 yıldız almış olur.

Başatlık kriteri ( $e_i/e_n$ ) için bölgede üretim yapan 99 sektör bulunduğundan dolayı her bir alt sektörün ildeki payı ( $1/99=0,010$ )\*100 olacağından bu değer başatlık için eşik değer kabul edilmiştir.

$(e_i/e_n)*100 \geq 1,01$  ise 1 yıldız almış olur.

Uzmanlık katsayısı için ise bir sektörün ildeki payının o sektörün ülkedeki payına eşit ya da fazla olması beklenir.

$[(e_i/e_n)/(E_i/E_n)] \geq 1$  ise 1 yıldız almış olur.

### İstihdam

Afyonkarahisar ilinde, imalat sanayi ile bitkisel ve hayvansal üretim, metalik olmayan ürünlerin imalatından sonra istihdamda sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır.

<sup>9</sup> Formülün 100 ile çarpımı değerlerin kolay takip edilmesi adına yapılmıştır. Formülle birlikte hesaplamalar da 100 çarpımı ile genişletildiğinden sonuca etkisi bulunmamaktadır.



Tablo 11 - Afyonkarahisar İli İmalat Sanayi ile Bitkisel ve Hayvansal Üretimde İstihdamda İlk 5 Faaliyet

Sıralama	Faaliyet Kodu	Faaliyet Grupları	Sigortalı Çalışan Sayısı
1	23	Metalik Olmayan Ürünlerin İmalatı	7.030
2	10	<b>Gıda Ürünleri İmalatı</b>	<b>5.731</b>
3	01	<b>Bitkisel ve Hayvansal Üretim</b>	<b>2.733</b>
4	14	Giyim Eşyaları İmalatı	1.713
5	25	Fabrik. Metal Ürün. (Mak. Tec. Har.)	1.189

Kaynak: SGK, 2019

### 10-Gıda Ürünleri İmalatı-İstihdam

**Büyüklik** : Sektörel İstihdam<sub>il</sub> / Sektörel İstihdam<sub>ülke</sub> \* 100  
:  $5.731 / 466.144 = \% 1.23$

**Başatlık** : Sektörel İstihdam<sub>il</sub> / Toplam İstihdam<sub>il</sub> \* 100  
:  $5.731 / 90.628 = \% 6.32$

**Uzmanlık** : Sektör İstihdamı<sub>il</sub> / Toplam İstihdam<sub>il</sub>

Toplam Sektör İstihdamı<sub>ülke</sub> / Toplam İstihdam<sub>ülke</sub>

$5.731 / 90.628$

$= 1.94$

$466.144 / 14.314.313$

### 01-Bitkisel ve Hayvansal Üretim-İstihdam

**Büyüklik** : Sektörel İstihdam<sub>il</sub> / Sektörel İstihdam<sub>ülke</sub> \* 100  
:  $2.733 / 104.869 = \% 2.60$

**Başatlık** : Sektörel İstihdam<sub>il</sub> / Toplam İstihdam<sub>il</sub> \* 100  
:  $2.733 / 90.628 = \% 3.01$

**Uzmanlık** : Sektör İstihdamı<sub>il</sub> / Toplam İstihdam<sub>il</sub>

Toplam Sektör İstihdamı<sub>ülke</sub> / Toplam İstihdam<sub>ülke</sub>

$2.733 / 90.628$

$= 4.11$

$104.869 / 14.314.313$



### Firma Sayısı

Afyonkarahisar ilinde, imalat sanayi ile (politika kararı ile önceliklendirilen) bitkisel ve hayvansal üretim, metalik olmayan ürünlerin imalatından sonra firma sayısında sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 12 - Afyonkarahisar İli İmalat Sanayi ile Bitkisel ve Hayvansal Üretimde Firma Sayısında ilk 5 Faaliyet

Sıralama	Faaliyet Kodu	Faaliyet Grupları	Firma Sayısı
1	23	Metalik Olmayan Ürünlerin İmalatı	560
2	10	<b>Gıda Ürünleri İmalatı</b>	<b>533</b>
3	01	<b>Bitkisel ve Hayvansal Üretim</b>	<b>267</b>
4	33	Makine ve Ekipman Kurulumu ve Onarımı	114
5	31	Mobilya İmalatı	97

Kaynak: SGK, 2019

### 10-Gıda Ürünleri İmalatı-Firma Sayısı

**Büyüklik** : Sektörel Firma Sayısı<sub>il</sub> / Sektörel Firma Sayısı<sub>ülke</sub> \*100  
: 533 / 45.097 = % 1.18

**Başatlık** : Sektörel Firma Sayısı<sub>il</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>il</sub> \*100  
: 533 / 13.292 = % 4.00

**Uzmanlık** : Sektör Firma Sayısı<sub>il</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>il</sub>  
\_\_\_\_\_  
Toplam Sektör Firma Sayısı<sub>ülke</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>ülke</sub>  
533 / 13.292  
\_\_\_\_\_  
= 1.68  
45.097 / 1.891.512

### 01-Bitkisel ve Hayvansal Üretim-Firma Sayısı

**Büyüklik** : Sektörel Firma Sayısı<sub>il</sub> / Sektörel Firma Sayısı<sub>ülke</sub> \*100  
: 267 / 17.193 = % 1.55

**Başatlık** : Sektörel Firma Sayısı<sub>il</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>il</sub> \*100  
: 267 / 13.292 = % 2.00

**Uzmanlık** : Sektör Firma Sayısı<sub>il</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>il</sub>  
\_\_\_\_\_  
Toplam Sektör Firma Sayısı<sub>ülke</sub> / Toplam Firma Sayısı<sub>ülke</sub>  
267 / 13.292  
\_\_\_\_\_  
= 2.20  
17.193 / 1.891.512



## Sektör Seçimi -Üç Yıldız Analizi Sonuç Tablosu

Gıda Ürünleri İmalatı ile Bitkisel ve Hayvansal Üretim sektörleri; büyüklük, başatlık ve uzmanlık alanlarına bakıldığında Afyonkarahisar’da olgun küme konumundadır. Gıda Ürünleri İmalatı istihdamda üç, firma sayısında iki yıldız, Bitkisel ve Hayvansal Üretim ise her iki alanda da üç yıldız almıştır. Bu iki sektörün birbiriyle olan ilişkisi (hammadde-yarı mamul-mamul) de göz önünde bulundurulduğunda il için kritik rolü daha iyi anlaşılmaktadır.

Tablo 13 - Sektör Seçiminde Üç Yıldız Analizi Sonuç Tablosu<sup>10</sup>

NACE KODU	SEKTÖR	İstihdam			Firma Sayısı		
		Büyüklük	Başatlık	Uzmanlık	Büyüklük	Başatlık	Uzmanlık
10	Gıda Ürün. İma.	1,23*	6,32*	1,94*	1,18	4,00*	1,68*
01	Bit. ve Hay. Üre.	2,60*	3,01*	4,11*	1,55*	2,00*	2,20*

### 5.2 Alt Sektör Seçimi

Yumurta üretimi (gezen, organik, kafes...), NACE REV2 kodlarına göre *A-Tarım Ormançılık ve Balıkçılık* altında yer alırken, yumurta ürünleri üretimi (pastörize sıvı yumurtalar, kurutulmuş ve toz yumurta, sprey yumurta...) *C-İmalat* altında yer almaktadır.

Türkiye’de yumurta üretimi yumurta tavuğu varlığı bakımından incelendiğinde 2019 yılı verilerinde Afyonkarahisar (%13,2) Türkiye’deki en önemli yumurta üretim merkezi konumunda olup ilin Başmakçı ilçesi Türkiye yumurta borsasına ev sahipliği yapmaktadır. (Şekil 2)

Afyonkarahisar işletme sayısında Konya’dan (133 firma) sonra ikinci sırada, kümes sayısı, kapasite ve yumurta tavuğu sayısında ise ilk sırada bulunmaktadır. (Tablo 1 ve Tablo 2)

Bu veriler Afyonkarahisar ili yumurta üretiminin tarım ve hayvansal ürünler ile buna bağlı gıda sanayisinde bölgedeki ve ülkedeki konumunu göstermektedir.

### 5.3 Anket Çalışması

#### 5.3.1 Karşılaştırma Analizi

Seçilen alt sektörün genel yapısına uygun olarak üretim, istihdam ve ihracatta küçük, orta ve büyük ölçekli firmalardan seçilen örnekleme yapılan anket çalışması sonrası ortaya çıkan profil aşağıda özetlenmiştir. Yumurta sektörünün genel görünümü; sektörün durumunu, güçlü-zayıf yönlerini, fırsat-tehditlerini, dış çevre analizini, sonuçta da temel sorunlarını ve çözüm önerilerini içeren yükseltme planını tespit etmede bir resim sunmaktadır.

<sup>10</sup> Büyüklük için eşik değer  $(e_i/E_i)*100 \geq 1,23$

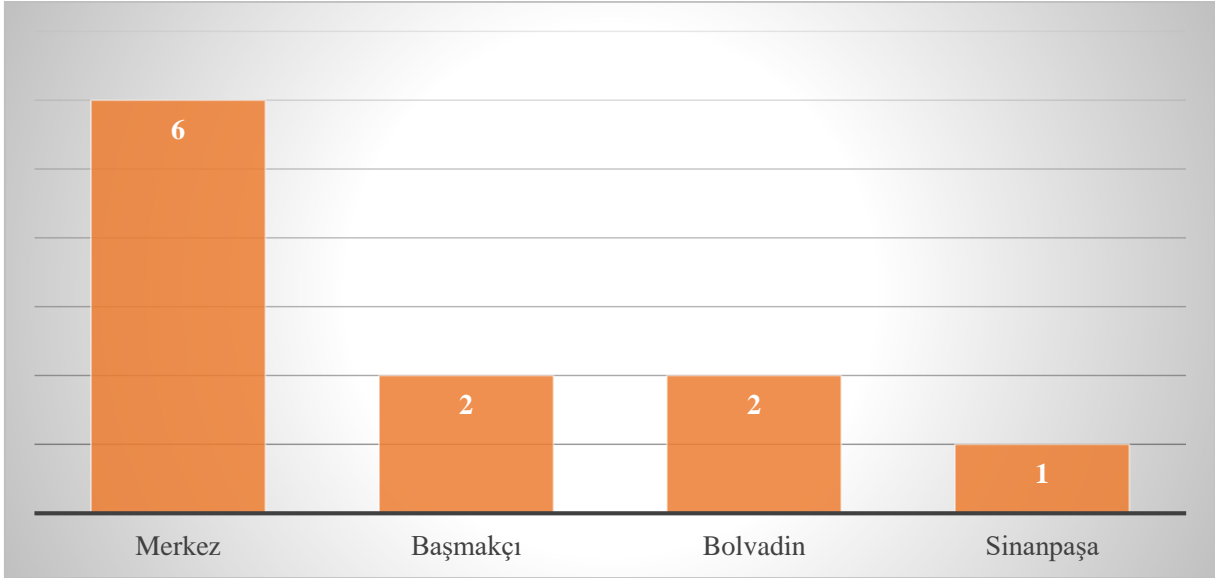
Başatlık için eşik değer  $(e_i/e_n)*100 \geq 1,01$

Uzmanlık için eşik değer  $[(e_i/en)/(E_i/En)] \geq 1$



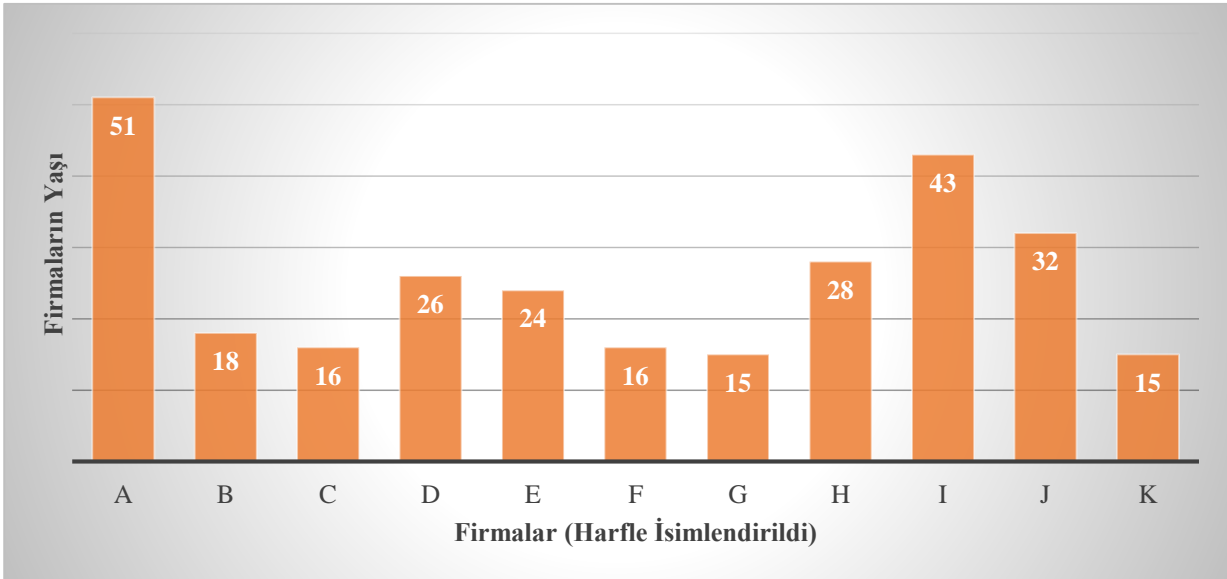


Grafik 16 - Anket Yapılan Firmaların İlçe Dağılımı



Afyonkarahisar’da yumurta üretiminin yoğun olduğu alanlar göz önünde bulundurularak Merkez’de altı, Sinanpaşa’da bir, Başmakçı’da iki ve Bolvadin’de iki firmayla görüşülmüştür.

Grafik 17 - Anket Yapılan Firmaların Sektör Tecrübesi



Anket ve yüz yüze görüşme yapılan firmaların tamamı en az on beş yıllık olup köklü firmalardır. Firmaların içinde kırk yılı aşkın faaliyet gösteren firmalar da bulunmaktadır.

Firmaların sektöre yönelik bilgi birikimi ve tecrübesi sektörün geçmiş ve bugünkü durumunu anlamada ve yükseltme planını oluşturmada önemli katkılar sunacaktır.

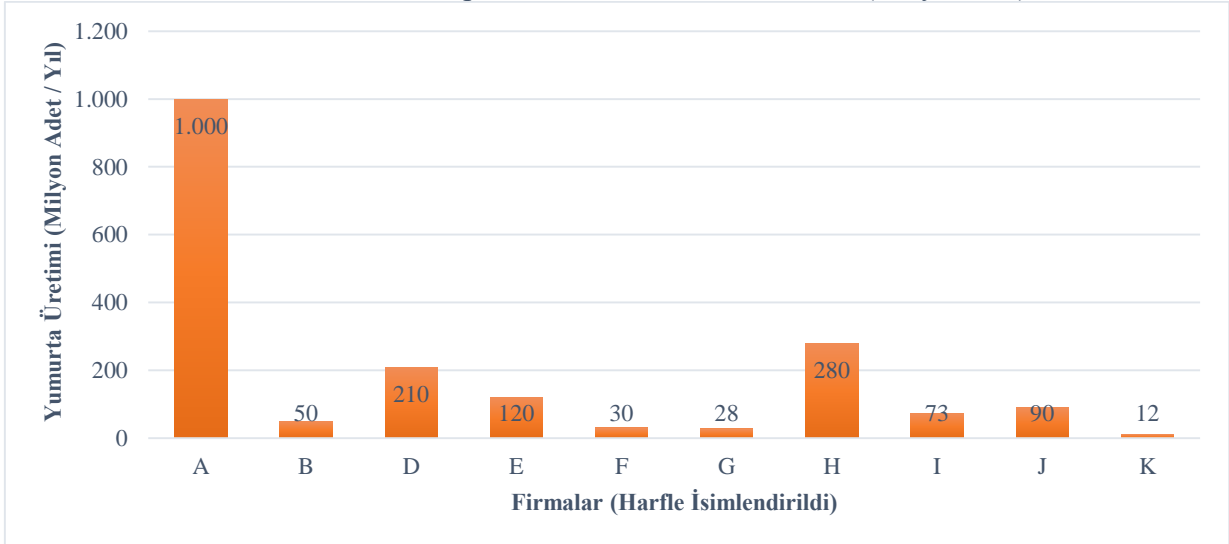


Tablo 14 - Anket Yapılan Firmaların Üretim Çeşitleri

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Likit Pastörize Yumurta Akı	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)	Standart (Kafes)
Gezen Tavuk Yumurtası		Likit Pastörize Yumurta Sarısı		Yem	Yem				Yem	
Organik Yumurta		Likit Pastörize Yumurta Karışık								
Yem										

Anket gerçekleştirilen firmalar ağırlıklı olarak sektör profiline de uyumlu şekilde kafeste kabuklu yumurta üretimi gerçekleştirmektedir. Büyük ölçekli (A) firması standart yumurtanın dışında gezen tavuk yumurtası ve organik yumurta üretimi de gerçekleştirmektedir. Yine (A) firması ile yapılan görüşmede kendilerine yeterli derecede olmasa da tüketimlerinin bir kısmını karşılayan yem üretimi de yaptıklarını belirtmektedirler. Firmalardan dört tanesi ağırlıklı olarak kendi tüketimleri olan tavuk yemini de üretmektedir. Dokuz firma sadece kafeste standart üretim gerçekleştirmekte bu firmalardan üçü ise standart üretimin yanında yem üretimi de gerçekleştirmektedir. (C) firması ise kabuklu yumurta üretiminden farklı olarak likit pastörize yumurta üretimi gerçekleştirmektedir.

Grafik 18 - Anket Yapılan Firmaların Üretim Adedi (Milyon/Yıl)

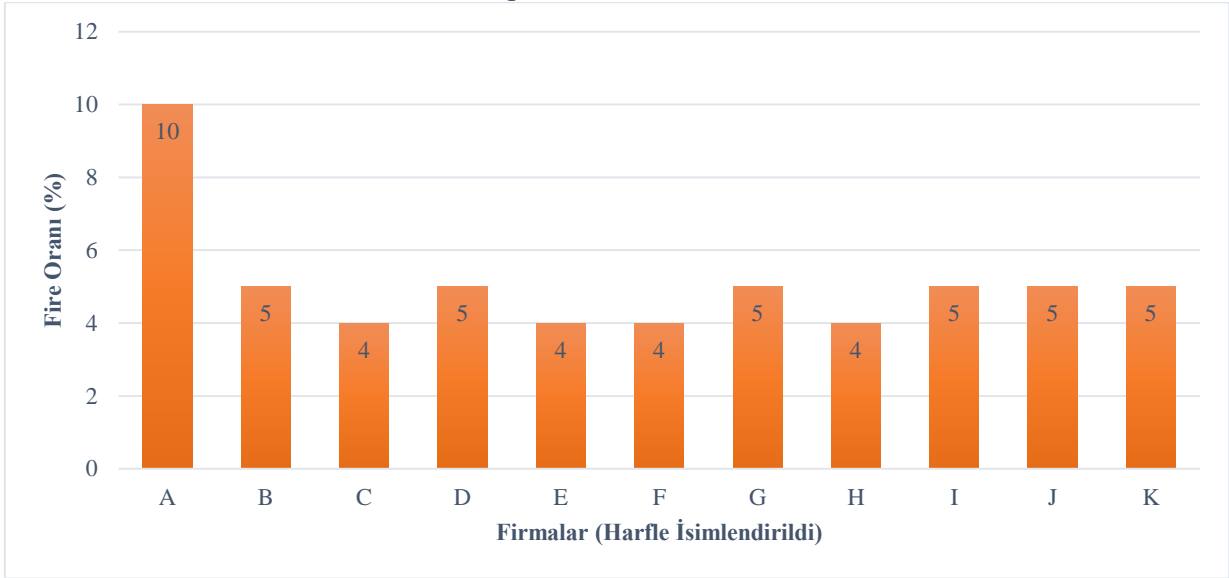


(A) firması yıllık bir milyar yumurta üretimiyle sadece Afyonkarahisar'ın değil Türkiye'nin önde gelen yumurta üreticilerindedir. Altı firma yıllık yüz milyon adet üretimin altında kalarak nispeten küçük ölçekli üretim gerçekleştirmektedir. Diğer üç firma ise yıllık yüz milyon adedin üstünde nispeten orta ölçekli üretim yapmaktadırlar.

Grafikte (C) firmasına yer verilmemesi bu firmanın pastörize yumurta üretimi yapmasından kaynaklanmaktadır. Firma yıllık üç bin ton pastörize sıvı yumurta üretimi gerçekleştirmektedir.

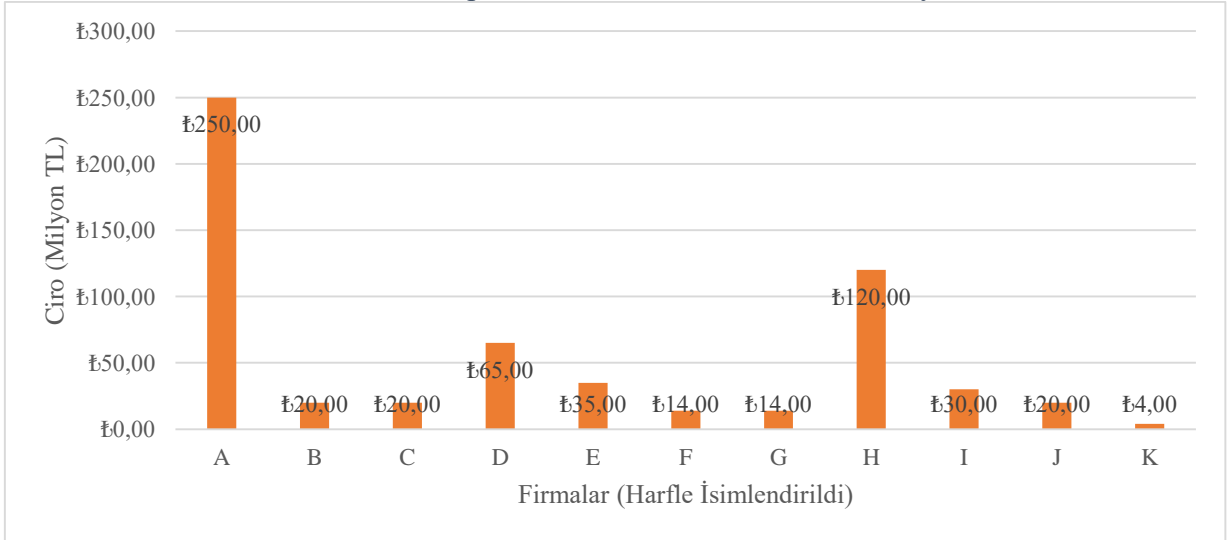


Grafik 19 - Anket Yapılan Firmaların Üretimde Fire Oranı



Grafikte de görüldüğü üzere firmaların biri hariç tamamı ortalama fire oranlarına sahiptir. En yüksek üretime sahip firma olan (A)'da fire oranının yüzde onlarda olmasının nedeni, fire oranının daha yüksek olmasının beklediği gezen tavuk yumurtası ve organik yumurta üretimi de gerçekleştirmesidir.

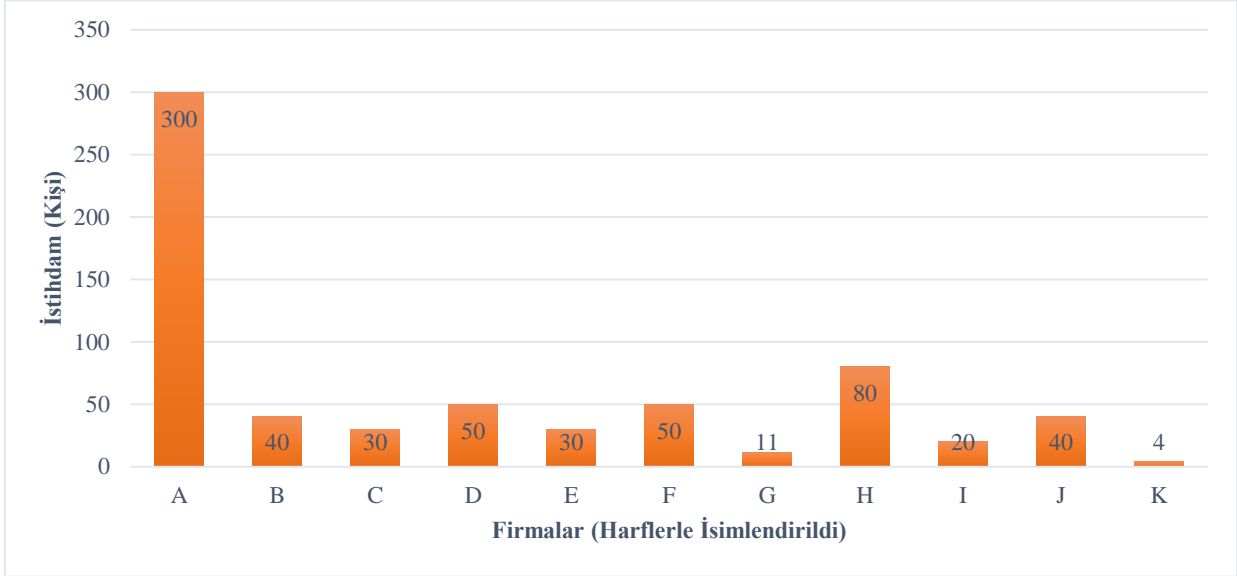
Grafik 20 - Anket Yapılan Firmaların Ciro Durumu (Milyon TL)



Firmaların ciro durumu üretim miktarlarıyla doğru orantılı dağılım göstermektedir. Üretim kapasitesinde olduğu gibi ciroda da geniş bir dağılım gözlemlenmektedir. Yıllık en düşük ciro dört milyon TL ile (K) firmasında, en yükseği ise iki yüz elli milyon TL ile (A) firmasındadır. Firmaların tamamı pandeminin cirolarını olumsuz etkilediğini özellikle belirtmişlerdir.

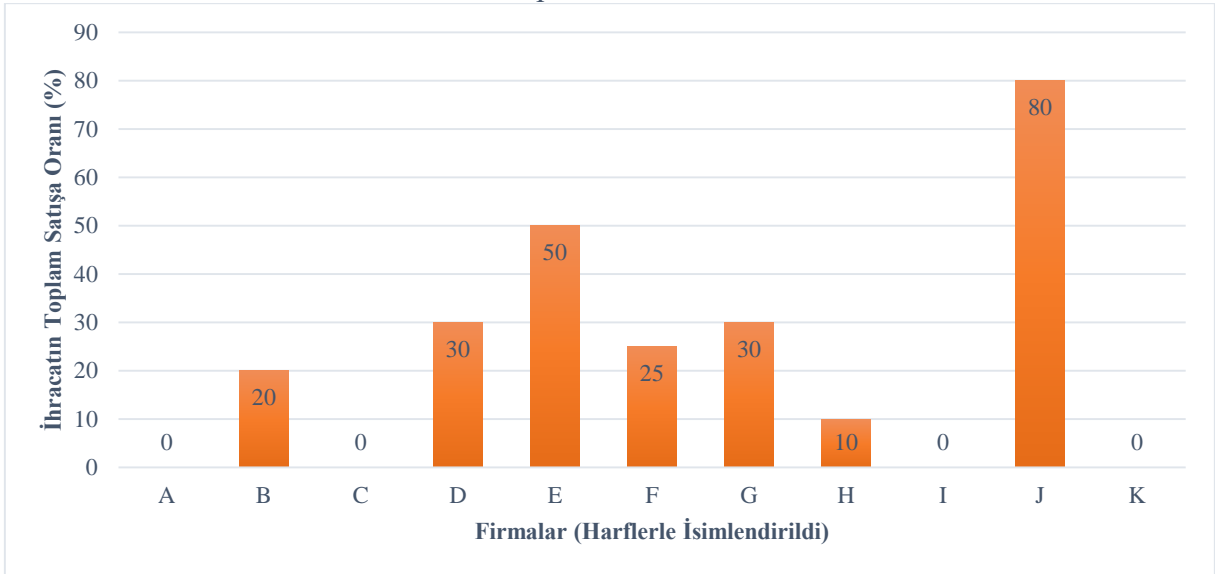


Grafik 21 - Anket Yapılan Firmaların İstihdam Sayıları



Firmalarda istihdam oranları dönemsel olarak değişiklik gösterse de orta büyüklükte bir firma için bu sayı ortalama kırk-elli kişidir. Üretimle doğru orantılı olarak (K) firması dört kişi ile en az, (A) firması ise üç yüz kişi ile en çok istihdam sayılarına sahip firmalardır.

Grafik 22 - Anket Yapılan Firmaların İhracat Oranları



Firmaların yurtdışı pazarlardaki satış oranlarına baktığımızda en yüksek ciro, istihdam, üretim rakamlarına sahip (A) firmasının ihracat yapmadığı, ortalama altı istihdam, ciro, üretim değerlerine sahip (J) firmasının ise satışlarının yüzde seksenini dış pazarlara yaptığı görülmektedir. Bu durum firmaların pazarlama stratejileri ve büyük ölçekli satış anlaşmalarına bağlı olarak açıklanabilir.



Tablo 15 - Anket Yapılan Firmaların Yurtdışı Pazarları<sup>11</sup>

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
-	Irak	-	Irak	Irak	Irak	Irak	Irak	-	Irak	-
			Katar		Suriye	Katar				
			BAE		BAE					

Yumurta ihracatının pazarı Ortadoğu özellikle de Irak olarak göze çarpmaktadır. Görüşülen firmalar içinde AB pazarına ihracat yapan firma bulunmamaktadır.

Tablo 16 - Anket Yapılan Firmaların Satış Ağları

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Market	Toptancı	Bayı	Bayı	Toptancı	Toptancı	Toptancı	Bayı	Toptancı	Toptancı	Toptancı
			Market	Market				Market		

Sektörde yurtiçi pazarda özellikle tüccarların (toptancı) satış ağı üzerinde ciddi etkisi göze çarpmaktadır. Bunun yanında yüksek ölçekli üretim yapan firmalar ulusal market zincirleri ile anlaşmalar yoluyla ürünlerini satmaktadırlar. Bayi yoluyla satış da sektörde yaygın durumdadır. Ayrıca sektöre has çok ortaklı anonim şirket yoluyla satış gerçekleştiren firmalar da bulunmaktadır.

Tablo 17 - Anket Yapılan Firmaların Kooperatif-Şirket-Birlik Üyeliği/Ortaklığı

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
-	-	-	Şirket	Şirket	Şirket	Şirket	Birlik	Birlik	-	-
						Birlik				

Dört firmanın bir anonim şirkete ortaklığı bulunmaktadır. On ortaklı bu şirket; satış, pazarlama ve ambalajlama gibi hizmetler sunmaktadır. (G) firmasının hem şirket ortaklığı hem de birlik üyeliği bulunmakta iken (H) ve (I) firmaları ise sadece birliğe üyedirler. Beş firmanın ise herhangi bir şirket ortaklığı ya da birlik/kooperatif üyeliği bulunmamaktadır.

Eldeki verilere dayanarak ildeki sektörde birlikte iş yapma/ortaklık kültürünün gelişmiş olduğu söylenebilir.

Tablo 18 - Anket Yapılan Firmaların Beyaz Yaka İstihdamı

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Ve	2	2		1	1	2		1	1	1	
Gm	5	1	2								
Zm					4	3					
Te			2		2						
Hi							1				1

Ve: Veteriner, Gm: Gıda Mühendisi, Zm: Ziraat Mühendisi, Te:Tekniker, Hi: Hizmet Alımı

<sup>11</sup> Türkiye'nin yumurta ihracatında ana pazarı olan Irak'ın Türkiye'den yumurta ithalatını durdurması sektördeki birçok firmanın pazarını kaybetmesine neden olmuştur. Bu nedenle tablodaki pazarlar firmaların bu kriz öncesi pazarlarına ilişkin verilerdir. Şu anda yapılan ihracatın dağınık ve düzensiz olduğu firmalarca vurgulanmıştır.



Sektörün teknik eleman istihdamına bakıldığında küçük ölçekli firmaların (**G ve K**) ihtiyaçlarını (veteriner ve sağlık hizmetleri) hizmet alımı yoluyla diğerlerinin ise ihtiyaçlarını personel istihdamıyla çözdüğü görülmüştür.

Sektör bu yapıyla teknolojiye olduğu gibi beyaz yaka insan kaynağında da gıda sektöründe ortalamanın üzerinde bir yeterliliğe ve gelişmişliğe sahiptir.

Tablo 19 - Anket Yapılan Firmaların Gıda Kalite ve Güvenliği Yönetim Sistemleri

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
ISO 9001	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ISO 22000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
HACCP	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
HELAL	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓		
FSSC 22000			✓								
BRC						✓					
ISO 14001	✓										
IFS	✓										
Kosher			✓								

Sektör, gıda güvenliği ve kalitesinde de sahip olduğu sertifikalarla dünyayla rahatlıkla rekabet edebilecek pozisyonundadır. Firmalardan en düşük üretim kapasitesine sahip olan (**K**) firması dışında diğer firmalar gıda kalite ve güvenliği yönetim sistemlerine sahiptir. Özellikle gıda sektöründe temel yönetim sistemleri olan ISO 9001 ve ISO 22000 standartları (**K**) firması hariç tüm firmalarda bulunmaktadır. Yine birçok firmanın HACCP ve HELAL sertifikalarına sahip olduğu görülmektedir.

#### 5.4 Çalıştay

Çalışma kapsamında kamu kurumları, meslek odası, birlik, ortak şirketler, üniversite, dernek ve üreticilerin davet edilmesiyle Afyonkarahisar Merkez’de bir çalıştay gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda üzerinde durulan PESTLE ve Fonksiyon-Kaynak analizlerinin sonuçları tabloda belirtilmiş; neden-sonuç ilişkisi ve sorunlara çözüm önerileri bu analizlerin ve anket çalışmasının kaynak olarak kullanılacağı GZFT ve yükseltme planında ele alınmıştır.

##### 5.4.1 PESTLE Analizi

Dış çevre; işletmelerin rekabet, karlılık ve verimlilik seviyesini etkilemektedir. PESTLE, ortama kuş bakışı bakılmasına imkan sağlayarak firmanın tüm faaliyetlerine etki etmektedir. Bu analizle ihracat-ithalat, maliyetler, yasal prosedürler ve vergi politikaları, devlet destek, teşvik ve hibeleri, çevresel sorunlar, teknoloji gibi etkenleri incelemeye fırsat vermektedir.

PESTLE analizi irdelenen başlıkların ilk harflerin kısaltmasından oluşmaktadır: (P (Political-Politik), E (Economical-Ekonomik), S (Social-Sosyal), T (Technological-Teknolojik), L (Legal-Yasal), E (Environmental-Çevresel).



PESTLE Analizi

<b>Politik Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-TMO'nun verilerinin halka açık olmaması</li><li>-Soya ve mısırın ekiminin yetersiz olması</li><li>-Alternatif yem kaynakları (kurtçuk, böcek vs.) üretiminin yetersiz olması</li><li>-Ortadoğu'da ihracat potansiyeli bulunan ülkelerle siyasi ilişkilerin zayıflığı</li><li>-Ana pazarımız olan Irak'ın ülkemizden ithalatı durdurması</li><li>-İhracatta desteğin ve vergi kolaylığının bulunmaması</li><li>-AB pazarı için lobi faaliyetlerinin zayıflığı</li><li>-Ortadoğu pazarında karayolu lojistiğinin güvenlik sorunları</li></ul>
<b>Ekonomik Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Lojistik maliyetlerinde artış yaşanması</li><li>-Zincir marketlerin piyasayı belirlemesi</li><li>-Enerji maliyetlerinin yüksek olması</li><li>-Yem maliyetlerinin yüksek olması</li><li>-Yem, civciv, aşı gibi ana girdilerde ithalata bağımlılık</li><li>-Arz fazlası</li></ul>
<b>Sosyal Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Vasıfsız işgücünün mesleki eğitim ihtiyacı</li><li>-Tüketici bilincinin düşük olması</li><li>-Sektörde ortaklık kültürünün olmaması</li><li>-Yumurta tüketiminin mevsimsel tüketim algısı</li></ul>
<b>Teknolojik Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Sektörde kamu-üniversite-sanayi işbirliğinin dolayısıyla AR-GE kapasitesinin zayıf olması</li><li>-Yumurta kabuğu, zarı gibi alanlarda AR-GE'nin zayıf olması</li><li>-Sektörde AB Yeşil Mutabakata yönelik uyum çalışmasının olmaması</li></ul>
<b>Yasal Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-AB mevzuatında bulunan C sınıfı yumurtanın mevzuatta yerinin olmaması</li><li>-Yumurta ürünlerine yönelik tebliğin bulunmaması</li><li>-Mevzuatımızın AB mevzuatıyla uyumsuzluğu</li><li>-Gümrük işlemlerinin uzun sürmesi</li><li>-Hibe veren kamu kurumlarında kırtasiyenin ve bürokrasinin yoğunluğu</li><li>-Tarımda yasal denetimlerin zayıflığı</li><li>-Yem hammaddelerinde gümrük vergilerinin yüksek olması</li><li>-Depolarda karaborsacılığın artması</li><li>-İmha edilecek yumurtaların kontrol mekanizmasının bulunmaması</li></ul>
<b>Çevresel Sorunlar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Küresel ısınmanın sektöre olumsuz etkisi</li><li>-Biyogüvenlikle (kuş gribi, tifo vb. hastalıklar) ilgili kısmi tehditlerin sürmesi</li></ul>



#### 5.4.2 Fonksiyon-Kaynak Analizi

Çalıştayda üzerinde durulan bir diğer analiz ise fonksiyon kaynak analizidir. Bu analiz, ana faaliyetlerin temelini oluşturan pazarlama ve üretim kabiliyetlerinin; insan kaynağı, bilgi-deneyim, makine-teknoloji, finansal kaynaklar ve ilişkiler fonksiyonları üzerinden incelenmesini içermektedir. PESTLE'nin aksine bu analiz dış faktörler yerine iç faktörleri irdeleme imkanı sunmaktadır.

Fonksiyon Kaynak Analizi		
	Pazarlama Kabiliyetleri	Üretim Kabiliyetleri
<b>İnsan Kaynağı</b>	-Sektörde pazarlama geleneği bulunmuyor. Market zincirler ve ihracat pazarı piyasayı belirliyor.	-Nitelikli mavi yaka istihdamında sorun yaşanıyor. -Mültecilerin yasal statülerindeki sorunlar devam ediyor.
<b>Bilgi Deneyim</b>	-Pazarın özellikle tek bölgeye (Ortadoğu) yoğunlaşması pazarlama kabiliyetini zayıflatıyor.	-Sektör köklü ve tecrübeli bir yapıya sahip. Bu konuda bir eksiklik hissedilmiyor.
<b>Makine-Teknoloji</b>	-Sektör, makine-ekipman teknolojisinde dünyada önemli bir konumda ve teknoloji ihraç edebiliyor.	-Sektörde kullanılan makine ekipmanın büyük çoğunluğu yerli üretim ve temininde sorun yaşanmıyor.
<b>Finansal Kaynaklar</b>	-Lobicilik ve fuar destekleri yeni pazar arayışları için önem arz ediyor. -Yumurta üreticileri avantajlı faizle finansmana ulaşım şansına sahip değil.	-Yem ve yumurta üreticisinin finansmana erişiminde sıkıntılar yaşanıyor. -Kamu hibelerine ulaşım zor ve prosedürler yorucu.
<b>İlişkiler</b>	-Ortak kurulan ihracat firmaları ile pazarlama daha rahat sürdürülebilir.	-Üretim aşamasında sektörde ortaklık kültürü zayıf, girdilerin temininde de ortaklık yapısına ihtiyaç var.





### 5.5 GZFT Analizi

GZFT analizi, bir sektörün, kurumun, sürecin veya kişinin güçlü yönleri (G), zayıf yönleri (Z), fırsatları (F) ve tehditleri (T) belirlemede kullanılan bir analizdir.

Bu çalışmada sektörün GZFT'sini çıkarabilmek için Afyon YUM-BİR yönetimi ile görüşmeler yapılmış, Başmakçı Yumurta Borsası ziyaret edilmiş, YÜSAD'la toplantı gerçekleştirilmiştir. Ayrıca sektör yapısına uygun alınan örnekleme on bir firma ziyaret edilerek kendileriyle anket ve mülakat gerçekleştirilmiştir. Yükseltme planına altyapı oluşturacak bu analiz için ayrıca üniversite, kamu kurumları, meslek kuruluşları, üreticiler, dernekler ve birliklerin katıldığı bir çalıştay düzenlenmiş, çalıştayda PESTLE ile Fonksiyon-Kaynak analizi tamamlanmıştır. Elde edilen tüm bu veriler ışığında sektörün GZFT'si ortaya çıkarılmıştır.



### 5.5.1 Hammadde

## HAMMADDE



### GÜÇLÜ YÖNLER

- Yumurta üreticilerinin yem de ürettiği olması



### ZAYIF YÖNLER

- Yem girdilerinin yurtiçi yetersizliği nedeniyle büyük oranda ithal edilmesi
- Yerli yem girdilerinin kalite ve verim düşüklüğü
- Damızlık civcivde ithalat bağımlılığı
- Ambalajda ithalat bağımlılığı



### FIRSATLAR

- Yem hammaddelerinin ekiminin artırılması ile yurtiçi yeterliliğin sağlanması
- Damızlık civcivlerde yerli üretim
- Yerli mısır, soya, ayçiçeği üretiminde verimin ve kalitenin artırılması
- Ambalajda yenilikçi yaklaşımlar
- Alternatif yem (böcek, kurtçuk) üretimi



### TEHDİTLER

- Lisanslı depoculukta karaborsacılığın ortaya çıkması
- Pandemi ile ulusal gıda stoklarının artırılması ile yem hammaddelerine ulaşımın zorlaşması

- Yumurta üreticilerinin bir kısmı kendilerine yetecek düzeyde olmasa da yem için mısır, soya, ayçiçek tarımı yapmakta ve yem üretebilmektedirler.
- Yumurta üretiminde en büyük gider kalemi yemdir. Yem ithal edilmese de yem girdileri büyük ölçüde ithaldir.
- Yemin ana girdileri olan mısır ve soyada yerli üretim kalite olarak yeterli değildir. Yerli üretim soya ve mısırın besin değerleri ithal tahıla nispeten düşük kalmaktadır.
- Yine damızlık civcivlerin yerli üretiminin dahi yurtdışından damızlık anaç tavuğa bağlı olduğu düşünülürse yemden sonra en önemli maliyet olan damızlık üretiminde de dışa bağımlılık söz konusudur.
- Ambalaj üretiminde kullanılan temel girdiler (kağıt, karton vb.) ithal edilmektedir.
- Lisanslı depoculuğun artmasıyla yerli üretim yem hammaddelerinin fire oranı düşmüş ancak bu sefer de fırsatçılık ve karaborsacılık doğmuştur. Sektörle ilgisiz kişiler mısır ve soya depolayarak fiyatların yükselmesini beklemekte asıl yem ihtiyacı olan üreticiler ya pahalı hammadde satın almak zorunda kalmakta ya da ürünün pahalılaşmasını bekleyen tüccarlar yüzünden hammaddeye ulaşamamaktadırlar.
- Pandemi nedeniyle lojistikte ortaya çıkan sorunlar, ülkelerin bazı gıda maddelerinde stoklarını arttırmaları ve üretim dalgalanmaları nedeniyle yeterli miktarda tavuk yemi hammaddesine ulaşımında sıkıntı çekilmektedir.
- Yem hammaddelerinin (soya, mısır, ayçiçeği) ülke içinde üretimin artırılması ve kendi kendine yeterlilik bu girdilerin maliyetini düşürecektir. Üretimin artırılmasının yanında bu ürünlerde verimin ve kalitenin artırılması adına da çalışmaların yapılması yumurta sektörünün ana sorunu olan “yem sorunu”nu çözmek adına fırsat yaratacaktır.



- Yemden sonra en önemli girdi maliyeti olan damızlık civciv için birkaç yerli üretici firma da damızlık anaç tavuk ithal ederek Türkiye’de üretim yapmaktadırlar. Damızlık civcivin yanında anaç tavukların da yerli olarak üretilmesiyle ithalata bağımlılık azaltılabilir.
- Ambalajda yenilikçi yaklaşımlar için AR-GE çalışmaları yapılabilir, bu çalışmalar neticesinde ambalaj maliyetleri düşürülebilir. Çevreye duyarlı ambalaj üretimiyle de hem çevre dostu üretim hem de müşteri memnuniyeti sağlanabilir.
- Dünyada kullanılmaya başlanan alternatif yem kaynaklarına (kurtçuk, böcek vb.) yönelim sektörün yem sorununu çözmeye ya da en azından hafifletmeye katkı sağlayabilir.



5.5.2 İnsan Kaynağı

# İNSAN KAYNAĞI



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Sektörün teknik personel ve beyaz yaka istihdamındaki gücü



## ZAYIF YÖNLER

- Mavi yaka olarak çalıştırılacak işçi bulunamaması



## FIRSATLAR

- Meslek edindirme programlarıyla vasıfsız insan kaynağının eğitilerek istihdam edilebilmesi



## TEHDİTLER

- Sigortasız mülteci çalıştırılmasında artış yaşanması

- Sektörde teknik personel (beyaz yaka) bulunabilmektedir. Gıda sektörünün geneline bakıldığında yumurta sektörü teknik personel istihdamında bir adım önde gözükmektedir.
- Özellikle işçi (mavi yaka) bulmakta zorluk çekilmekte, insanlar bazı dezavantajları (koku, gübre vs.) nedeniyle tavuk çiftliklerinde çalışmak istememektedir.
- İşgücü arzının talebi karşılayamaması nedeniyle mültecilerin çalıştırılması zorunlu hale gelmiştir ancak bu durum sigortasız işçi çalıştırılmasına sebep olabilir. Mültecilerin yasal statülerinin netliğe kavuşturulması gerekmektedir.
- Vasıfsız işgücüne meslek edindirme programları ve kurslarıyla eğitim verilerek vasıf kazandırılması mavi yaka talebinin giderilmesine katkı sağlayacaktır.



# TEKNOLOJİ



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Sektörün teknolojik altyapıdaki gücü ve kapasitesi



## ZAYIF YÖNLER

- Küçük ölçekli firmalarda verimsiz üretim
- Üniversite-sanayi işbirliğinin yetersizliği



## FIRSATLAR

- Küçük ölçekli firmalara verimliliği (üretim, enerji, pazarlama) artırıcı desteklerle güçlendirilmesi



## TEHDİTLER

- Küçük ölçekli firmalarda verimsiz üretim nedeniyle rekabet gücünün düşmesi

- Sektör genel olarak dünyayla rekabet edebilecek teknolojik altyapı, yeterlilik ve kapasiteye sahiptir.
- Sadece küçük ölçekli üretim yapan az sayıda firma için düşük verimlilikle üretim söz konusudur.
- Sektörde üniversite-sanayi işbirliğinin zayıf olması firmaların AR-GE kapasitesini de olumsuz etkilemektedir.
- Küçük ölçekli firmalarda verimsizlik, maliyetleri arttırmakta ve rekabet gücünü düşürmektedir.
- Mikro ölçekli ve KOBİ sınıfındaki üreticilere verimlilik artırıcı destekler sağlanarak üretim yapısı güçlendirilebilir.



5.5.4 Lojistik

# LOJİSTİK



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Birçok üretici firmanın sahip olduğu lojistik ağı



## ZAYIF YÖNLER

- Sürekli artan lojistik maliyetleri



## FIRSATLAR



## TEHDİTLER

- Bazı pazarlardaki güvenlik sorunları
- Gümrüklerde yaşanan sorunlar
- İthalatçı ülkelerin altyapı sorunları

- Sektörde özellikle orta-büyük ölçekli firmaların kendi lojistik ağları bulunmaktadır.
- Pandemiyle birlikte bozulan lojistik ağı sektöre daha çok yük bindirmiş olup lojistik maliyetleri sürekli artmaktadır.
- Ortadoğu'da yaşanan güvenlik sorunları pazarı etkilemektedir.
- Dış ülkelerin siyasi tavırları nedeniyle gümrüklerde bekleme süreleri artmaktadır.
- İhracat yapılan ülkelerdeki altyapı ve insan kaynağı yetersizliği nedeniyle ulaşım, taşıma ve ürünün dağıtımında önemli oranda fire de verilmektedir.



### 5.5.5 Pazarlama/Reklam

## PAZARLAMA/REKLAM



### GÜÇLÜ YÖNLER

- Ortak olunan şirketlerle daha güçlü pazarlama ağı



### ZAYIF YÖNLER

- Sektörde reklam ve tanıtım faaliyetlerinin olmaması



### FIRSATLAR

- Kamu spotları ve reklamlarla tüketici bilinci dolayısıyla tüketimin artırılması



### TEHDİTLER

- Tüketici bilincinin oluşturulamaması
- Tüccar ve marketlere bağımlı satış ağı

- Sektörde birlik, şirket ortaklığı kanalıyla pazarlama faaliyetleri yürütülebilmekte, bu durum küçük ve orta büyüklükteki firmalara rekabet gücü kazandırmaktadır.
- Sektörün genel yapısına bakıldığında reklam ve tanıtımın neredeyse hiç yapılmadığı tespit edilmiştir.
- Reklam ve tanıtım eksikliği ürün ve firma konusunda tüketici bilincinin oluşmamasına neden olmaktadır.
- Reklama ve tanıtıma ihtiyaç duyulmaması pazarlama ağının tüccarlar ve ulusal zincir marketler aracılığıyla yapılmasından kaynaklanmaktadır.
- Kamu spotları ve reklamlar kanalıyla tüketici bilinci oluşturularak tüketimin dolayısıyla üretimin artırılması sağlanabilir.



5.5.6 İhracat

# İHRACAT



## GÜÇLÜ YÖNLER

- İhracatta tecrübe ve köklü geçmiş
- Yüksek ürün kalitesi



## ZAYIF YÖNLER

- Yüksek üretim ve girdi maliyetleri
- AB pazarında Türkiye'nin yeri
- İhracatta yeterli devlet desteğinin bulunmaması



## FIRSATLAR

- Yeni pazarlar



## TEHDİTLER

- Yeni rakipler
- Siyasi kararlar

- Türkiye yumurta ihracatında tecrübesi ve ürün kalitesiyle dünyada önemli bir aktördür.
- Ancak üretim ve girdi maliyetlerinin artması yurtdışı rekabeti olumsuz etkilemektedir.
- AB ülkelerinin yumurta ithalatı yüksek ise de Türkiye'den yumurta almayı tercih etmemektedirler.
- Devletin teşvik, vergi indirim gibi ihracat desteklerinin yetersizliği ihracatçıyı uluslararası rekabette zor duruma sokmaktadır.
- Türkiye'nin hakim olduğu pazarlara özellikle Irak'ın Türkiye'den alım yapmayı durdurmasıyla Ukrayna ve Polonya da dahil olmuş, özellikle Ukrayna'nın yem maliyetlerinin düşüklüğü Türkiye ile rekabet edebilmesinin önünü açmıştır. AB ülkeleri de Ukrayna ve Polonya gibi yem maliyeti nispeten düşük ve lojistik olarak daha avantajlı alanlara yatırım yapmaktadırlar. Ayrıca Hollanda da AB pazarına genel olarak hakimdir.
- Bu tür siyasi krizlerin gelecekte de var olacağı öngörülerek ürün değişikliği ve pazar çeşitlendirilmesine gidilmesi riskleri azaltarak yeni fırsatların doğmasına neden olacaktır.





# FİNANSMAN



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Köklü ve büyük ölçekli firmaların mali dayanıklılığı



## ZAYIF YÖNLER

- Küçük ölçekli firmaların mali dayanıksızlığı
- Sektörün bir süredir sürekli zarar etmesi
- Kar marjının düşüklüğü
- Hibe veren kamu kurumlarında kırtasiye ve bürokrasi



## FIRSATLAR

- Devlet destek, teşvik ve hibeleri



## TEHDİTLER

- Kredilerde yüksek faiz
- Yüksek döviz kuru

- Son yıllarda oluşan zararlara köklü ve büyük ölçekli firmalar geçmiş birikimlerine veya farklı sektörlerdeki yatırımlarına bağlı olarak dayanabilmektedirler.
- Bunun yanında küçük ölçekli ve yeni kurulmuş firmalar bu duruma birkaç yıl dahi dayanamayıp iflas etmektedirler. Kredilere ulaşımında faiz oranları ve ithalata dayalı üretimi etkileyen yüksek döviz kuru da üreticiyi zora sokmaktadır.
- Devlet desteklerinde kamu kurumlarının prosedürlerinin zorlayıcı olması ve kırtasiye yükü firmaları finansmana erişimde yormaktadır.
- Devlet kurumlarının -yeni yatırım olmamak üzere- üreticiye finansman sağlamada destek olması, krizi atlama adına sektöre nefes aldıracaktır. Ayrıca yenilenebilir enerji (biyogaz ve GES) destekleri de firmaların enerji giderlerini azaltarak mali yapısına katkı sağlayacaktır. Fakat bu desteklerde sanayideki tüm kesimlerin şikayetçi olduğu bürokrasi ve kırtasiye azaltılmalıdır.



5.5.8 Üretim-Tüketim

# ÜRETİM-TÜKETİM



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Üretim altyapısı ve teknoloji
- Yumurtanın gıda sektörünün birçok alanında kullanılması



## ZAYIF YÖNLER

- Üreticinin düşük pazarlık gücü
- Ürünün son kullanım ömrü
- Arz fazlası
- Düşük kişi başı tüketim
- Yurtiçi ve Yurtdışı Rekabet
- Piyasadan çıkmanın zorluğu
- Denetim yetersizlikleri
- Mevzuatın güncel olmaması



## FIRSATLAR

- Ürünün işlenerek katma değerinin artırılması ve ömrünün uzatılması
- Yumurta kabuğunun değerlendirilmesi
- Tüketicimin artması
- Altlıkların değerlendirilmesi
- Planlı üretime geçiş
- Yumurtanın kilo ile satılması



## TEHDİTLER

- Sektörel büyüme
- Yeni girişimciler
- İnsan sağlığını tehdit eden kaçak satışlar
- Fiyat dengesizliği ve döviz kuru oynaklığı
- Küresel ısınma ve iklim değişikliği

- Türkiye yumurta üretiminde önemli bir geçmişe sahip, yüksek kalitede ve verimde üretim yapabilen bir ülke konumundadır.
- Yumurta gıda sektörünün birçok alanında hammadde olarak vazgeçilmez bir ürün konumundadır.
- Yumurta kısa süreli son kullanma tarihi nedeniyle üretimden hemen sonra satışa sunulması zorunlu bir üründür. Bu durum fiyatı üreticinin belirlemesine olanak vermemektedir.
- Özellikle ihracat pazarlarının daralması ve kapasite fazlası nedeniyle yurtiçinde artan yumurta arzı, fiyatları üretim maliyetinin de altına çekmektedir.
- Buna ülkemizdeki kişi başına yumurta tüketiminin düşüklüğü de eklenince durum üreticisi açısından daha da zorlaşmaktadır.
- İhracat pazarlarının kapanması ile ihracatçı firmaların yurtiçine dönmesi yurtiçi rekabeti arttırmış ve fiyatları aşağıya çekmiştir. Yurtdışında da güçlü rakiplerin (Ukrayna, Polonya) pazara dahil olmasıyla rekabet kızışmıştır.
- Sektörde bazı alanlarda devletin denetim mekanizmasındaki aksaklıklar hem haksız rekabete yol açmakta hem de halk sağlığını tehdit etmektedir.
- Yumurta ürünleri üretim ve ihracatında mevzuat AB mevzuatı ile uyumlu değildir. Bu durum hem üretimde hem de ihracatta rekabette önemli dezavantajlar getirmektedir. Özellikle yumurta ürünlerine yönelik tebliğin bulunmaması, AB mevzuatında C sınıfı olarak yer alan; pet ve balık yemi üretiminde kullanılan yumurtaların ülkemizde imha edilerek ekonomik kayıpların yaşanmasına sebebiyet vermektedir.



- Yumurta üretiminde sanayide olduğu gibi üretime ara vermek ya da üretimi durdurmak mümkün olmamaktadır. Yumurtanın kaynağı olan tavukların her canlıda olduğu gibi günlük gıda ihtiyacı bulunmaktadır. Damızlık civcivler et için üretilen tavuk cinsi “broiler” dan farklı olduğundan tüketiciler tarafından eti için tercih edilmemekte, üretici tavuğu kesime göndermek isterse aldığı fiyatın onda birine satabilmektedir. Sektörde piyasadan çekilmek bu nedenle çok zordur. Ayrıca kullanılan kafes ve diğer ekipmanlar da ciddi değer kaybıyla elden çıkarılmaktadır.
- Geçtiğimiz dönemlerde yumurta üretiminde yeni yatırım için verilen destek ve teşvikler sektörü çok büyütmüş, arz ve talep dengesini bozmuştur. Yeni girişimcilere verilecek benzer destekler bu bozulmayı daha da hızlandıracaktır.
- İnsan tüketimine uygun olmayan kirli, kırık, çatlak yumurtaların pazarlarda satışı hem rekabeti olumsuz etkilemekte hem de halk sağlığını tehdit etmektedir.
- Üretimin ithalata ithalatın da döviz kurlarına bağlı olması fiyat dengesizliğine neden olmakta, fiyatlar tüketicinin üreticiye güvenini sarsmaktadır.
- Küresel ısınma ve iklim değişikliği nedeniyle tarım ürünleri verimi ve kalitesinde düşüşler yaşanacak bu durum halihazırda yüksek olan yem maliyetlerini daha da arttıracaktır
- Yumurtanın işlenebilmesi; pastörize sıvı yumurta ve yumurta tozu olarak uzun son kullanma tarihi ile satışa sunulmasına olanak sağlamaktadır.
- Yumurta işlenen fabrikalarda yumurta kabuğu da değerlendirilerek ilaç, kozmetik sektörlerine yarı mamül olarak pazarlanabilmektedir.
- Kişi başı yumurta tüketimi yeterli seviyede olmasa da yıl bazında atış yaşandığı bilinmektedir. Tüketicinin artırılması için farklı çalışmalar yapılması (kamu spotu ve devlet alımları gibi) arz talep dengesi açısından önemlidir.
- Altlıkların (tavuk dışkısı) biyogaz tesislerinde işlenerek elektrik üretilmesi ve kalan malzemenin gübre olarak değerlendirilmesi fırsatı bulunmaktadır.
- Küresel ısınma ve iklim değişikliği ile mücadele edebilmek için planlı tarımsal üretim tek fırsatımız olarak görülmelidir. Tarım arazileri ihtiyaç doğrultusunda planlanarak tarım ve hayvancılığın kritik girdileri için düzenlenmelidir.
- Yumurta adet satışı yerine kilo ile satılırsa hem üreticilerin küçük ve düşük kalitede yumurta satan firmalarla rekabeti sağlanmış hem de kilo olarak düşük maliyetli protein alan tüketici bilinçlenmiş olacaktır.



## HİZMETLER



### GÜÇLÜ YÖNLER

- Aşı, ilaç gibi hizmetlerin düzenli ve kaliteli olması
- Ülkenin güçlü sağlık ar-ge altyapısı
- Hayvan sağlığı konusunda güçlü altyapı ve tecrübe



### ZAYIF YÖNLER

- Aşı ve ilaçların büyük oranda ithal olması
- Bazı aşılarla zaman zaman ulaşımda sıkıntı yaşanması



### FIRSATLAR

- Yerli aşı ve ilaç çalışmaları



### TEHDİTLER

- İthalata bağımlı hayvan sağlığı ve hizmet üretimi

- Sektörde veterinerlik hizmetleri düzenli ve kaliteli şekilde ifa edilmektedir.
- Ülkenin güçlü sağlık altyapısı; insan ve hayvan sağlığı üzerine yapılan AR-GE çalışmaları ile (özellikle son dönemde yerli ilaç üretiminin artması ve yerli covid-19 aşısı çalışmaları) önemli bir noktaya gelmiştir.
- Sektör 2000'li yıllardan itibaren kuş gribi ile mücadelede ciddi yaralar almasına rağmen önemli tecrübeler edinmiştir.
- Yumurta sektöründe kullanılan aşı ve ilaçların birçoğu ithal edilmektedir. Bu girdiler yem ve yarka maliyetlerinden sonra üçüncü sırada gelen maliyetlerdir.
- Bazı aşılarla (tifo aşısı gibi) zaman zaman ulaşımda zorluklar yaşanmaktadır.
- Halihazırda ithalata bağlı olan üretim, hayvan sağlığı konusunda da ithalata bağımlı olduğunu göstermekte ve sektörün sürdürülebilirliği açısından tehdit oluşturmaktadır.
- Sektörün sürdürülebilirliği ve üretimin devamlılığı açısından yerli aşı ve ilaç çalışmaları hızlandırılmalıdır. Üretilecek yerli aşı ve ilaçlar ithal bağımlılığını frenlemede fırsat oluşturacaktır.



5.5.10 Trendler ve İkame Ürünler

# TRENDLER VE İKAME ÜRÜNLER



## GÜÇLÜ YÖNLER

- Sektör bilgi deneyimi ve inovasyon kapasitesi



## ZAYIF YÖNLER

- Kabuklu yumurtanın piyasayı domine etmesi
- Yüksek yatırım maliyetleri



## FIRSATLAR

- İkame ürünlerle yeni pazarlara açılım kolaylığı
- Trend (organik, gezen tavuk) ve ikame ürünlerin (pastörize, yumurta tozu) yüksek katma değer ve getirisi
- İkame ürünlerin dayanım süreleri



## TEHDİTLER

- Tüketici alışkanlıkları
- İkame ürünlerin fiyatı

- Sektör yetkilileri üretimdeki kabiliyetleri ve tecrübeleri nedeniyle trend (gezen tavuk, organik yumurta) ürünleri de üretebilecek kapasiteye sahiptir.
- Piyasayı kabuklu yumurta domine etmektedir. Organik ve gezen yumurtada olmasa da pastörize yumurta ve yumurta tozu için yatırım maliyetleri yüksektir.
- Tüketiciler uzun yıllardır süren alışkanlıkları nedeniyle kabuklu yumurtayı tercih etmektedirler. Gelir seviyesi yüksek kesim gezen tavuk ve organik yumurtaya yönelmiş olsa da pastörize yumurta ve yumurta tozu sadece sanayide kullanım alanı bulmaktadır. Ayrıca bu ürünler kabuklu yumurtaya kıyasla daha pahalı olduğundan tüketicilerin tercih etmeleri için yoğun reklam ve tanıtım gerekmektedir.
- Yumurtanın işlenmesiyle ürünün dayanım süresi uzayacak, üretici ürününü elden çıkarmak zorunda kalmayarak fiyatı kendisi belirleyebilecektir. Bu ürünlerde katma değer ve kar marjının daha yüksek olduğu bilinmektedir.
- Dayanım sürelerinin artmasıyla yakın coğrafyaya bağlı pazarlar genişleyerek dünyanın her yerine ihracat yapılabilmesinin önü açılacaktır.



## 6. YÜKSELTME PLANI

### 6.1 Sorunlar, Sebepler ve Öneriler

#### SORUN 1: Yem Maliyetleri

**SEBEP:** Yemde (mısır, soya, ayçiçek) girdi maliyetlerinin yurtiçi üretiminin yetersiz kalması, yem üretiminin dışa bağımlı olması

#### ÖNERİ:

Mısır, soya ve ayçiçekte yerli üretim miktarının artırılması

Yem üretiminde yerli ürünlerin verimini arttıracak çalışmaların yapılması

Alternatif ürünlerin (kurtçuk, böcek vb.) yem girdisi olarak ikame edilmesine yönelik AR-GE çalışmalarının yapılması



**Açıklama:** Yem, yumurta üretim maliyetinin yaklaşık üçte ikisine tekabül etmektedir. Yem maliyetlerinin ana girdileri olan mısır, soya ve ayçiçekte yerli üretimin artırılması, kullanılmayan arazilerin yem hammaddeleri üretimi için kullanıma açılması fayda sağlayabilir. Bu tür kritik ürünlerde verim arttırıcı çalışmalarla üretimin artırılması sağlanabilir. Bu gelişme yemde aynı hammaddeye bağımlı büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığa da katkı sağlayacaktır. Yemde kalite, verim ve üretimin artırılması yanında alternatif ürünlerin (kurtçuk, böcek) veya farklı tarım ürünlerinin yem girdisi olarak ikame edilmesine yönelik AR-GE çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

#### SORUN 2: Damızlık Cıvciv Maliyetleri

**SEBEP:** Üretimde önemli maliyetlerden olan damızlık cıvcivlerin yurtiçi üretiminin yetersiz ve dışa bağımlı olması

#### ÖNERİ:

Damızlık cıvciv ve yarkada yerli üretimin artırılması, anaç tavukların yurtiçinden temin edilmesi



**Açıklama:** Damızlık cıvciv, anaç tavuklar ithal edilerek yerli üreticiler tarafından üretilip yumurta üreticisine cıvciv ve yarka olarak satılmaktadır. Damızlık cıvcivde bu üreticilerin sayısı az ve üretim yerli de olsa dışa bağımlı şekilde sürdürülmektedir. Yumurta üretiminde tercih edilen ırkların damızlık çalışmaları yapılarak yüzde yüz yerli üretime geçilmelidir. Yemden sonra en önemli maliyet olan damızlık cıvcivin yerli üretimiyle dışa bağımlılık azalacak, üretim maliyetleri düşecektir.



### SORUN 3: Ambalaj Maliyetleri

**SEBEP:** Ambalaj girdilerinin (kağıt, karton, viyol) yurtiçi üretiminin yetersiz ve dışa bağımlı olması

#### ÖNERİ:

Ambalaj girdi malzemelerinin yurtiçi üretiminin artırılması  
Ambalaj malzemelerinin maliyetini düşürmek adına çalışmalar yapılması  
Sürdürülebilirlik ve rekabet açısından geri dönüşümlü malzemelerin tercih edilmesi



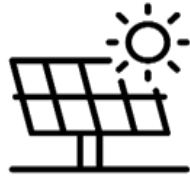
**Açıklama:** Sektörde kullanılan ambalajların çoğu ülkemizde üretilse de kağıt ve karton gibi malzemeler ithal edilmektedir. Ambalaj malzemelerinin (viyol, kutu, karton) maliyetini düşürmek adına çalışmalar yapılabilir. Ayrıca bu malzemelerin geri dönüşümlü ya da doğaya uyumlu üretilmesi ihracat ve pazarlama açısından da rekabet üstünlüğü sağlayacaktır.

### SORUN 4: Enerji Maliyetleri

**SEBEP:** Isınma, havalandırma ve üretimin farklı aşamalarında kullanılan enerji maliyetlerinin yüksek olması

#### ÖNERİ:

Çevreci ve sürdürülebilir üretim ve enerjide ithalata bağımlılığın azaltılması adına kamu eliyle işletmelere GES desteği verilmesi<sup>12</sup>



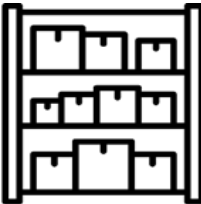
**Açıklama:** Üreticilerin elektrik giderlerini karşılamak adına devlet tarafından GES destekleri sağlanabilir. Bu desteklerle üretim maliyetleri düşecek, çevreci ve sürdürülebilir bir üretim yapısı sağlanacaktır. İthal girdilerden biri olan enerjide de dışa bağımlılığın azaltılmasına katkı sağlanacaktır.

### SORUN 5: Depoculuk ve Stoklamada Şeffaflığın Olmaması

**SEBEP:** Enflasyondan etkilenen yem girdilerinin depolanmasında fırsatçılık ve stokçuluk yapılması

#### ÖNERİ:

Devletin lisanslı depolarda kontrollerini arttırması  
TMO verilerinin üreticilerle paylaşılması



**Açıklama:** Lisanslı depoculuğun artmasıyla üretilen yem hammaddelerinin fire oranı düşmüş ancak bu sefer de fırsatçılık ve karaborsacılık doğmuştur. Sektörle ilgisiz kişiler mısır ve soya depolayarak fiyatların yükselmesini beklemekte asıl yem ihtiyacı olan üreticiler ya pahalı hammadde satın almak zorunda kalmakta ya da ürünün pahalılaşmasını bekleyen tüccarlar yüzünden hammaddeye zamanında ulaşamamaktadırlar. Devletin lisanslı depolarda kontrol ve denetim mekanizmasını arttırması gerekmektedir. Yine TMO gibi kurumların verilerinin üreticiyle paylaşılması üretim planlaması açısından fayda sağlayacaktır.

<sup>12</sup> Afyonkarahisar'ın güneşlenme süresinin GES üretimi için son derece uygun olması önemli bir avantajdır.



#### SORUN 6: Nitelikli İşgücü İhtiyacı

**SEBEP:** Çalışma ortamı (gübre, koku, sosyal ortam vb.) nedeniyle insanların bu iş kolunda çalışmak istememesi, sektörde çalışabilecek nitelikli (özellikle mavi yaka) işçi bulunamaması

#### ÖNERİ:

Sektörde istihdam edilen mültecilerin yasal statülerinin açıklığa kavuşturulması  
Vasıfsız işgücüne mesleki eğitim programlarıyla nitelik kazandırılması



**Açıklama:** Sektörde teknik personel (beyaz yaka) bir şekilde bulunabilse de özellikle işçi (mavi yaka) bulmakta zorluk çekilmektedir. İşgücü boşluğu mülteci istihdam edilerek aşılmaya çalışılmakta ancak bu durum yasal statüleri netleşmeyen mültecilerin uygun olmayan şartlarda ve ücretlerle sigortasız çalıştırılmasına sebep olmaktadır. Vasıfsız işgücüne mesleki eğitim programlarıyla istihdam sağlanabilir. Üreticinin işgücü talebi bu yolla çözülebilir. Ayrıca mültecilerin yasal statülerinin netleştirilmesi acil işçi ihtiyacı nedeniyle elzemdir.

#### SORUN 7: Küçük Ölçekli Firmalarda Düşük Verimlilik ve Yetersiz Kurumsallaşma

**SEBEP:** Küçük ölçekli işletmelerde mali kaynaklar, insan kaynağı ve kurumsallaşmaya bağlı olarak düşük verimlilikte üretim gerçekleşmesi

#### ÖNERİ:

Kamu kurumlarının firmalara verimliliği artırıcı destekler vermesi  
Kamu kurumlarının ihtiyaç duyulan işletmelerde kurumsallaşmaya yönelik danışmanlık sağlaması



**Açıklama:** Sektörün genel teknolojik yapısı oldukça yüksektir. Büyük ölçekli işletmeler kontrol edilebilir sabit giderlerde verimliliğe dikkat etmektedirler. Ancak özellikle küçük ölçekli üreticilerde ısıtma, havalandırma, izolasyon, aydınlatma işlemleri için verimlilik çalışmaları yapılabilir. Yine kurumsallaşma ihtiyacı duyan işletmelere kamu kurumlarınca danışmanlık sağlanabilir.

#### SORUN 8: Yumurta Atıklarının (zar, kabuk) Ekonomiye Kazandırılmaması

**SEBEP:** Yumurta işleyen fabrikaların nitelik ve nicelik olarak yetersiz olması, bu atıkların değerlendirilmesinde farkındalığın düşük olması

#### ÖNERİ:

Yumurta işleyen fabrikalarda atıkların değerlendirilmesine yönelik kamu desteği sağlanması  
Ekonomik açıdan değer arz eden bu atıklarla ilgili farkındalığın oluşturulması



**Açıklama:** Yumurta kabuğunun sağlık, kozmetik gibi sektörlerde kullanımı bulunmaktadır. Yumurta işleyen fabrikalarda yumurta kabuğunun değerlendirilmesine ilişkin AR-GE faaliyetleri yürütülebilir. Aynı şekilde yumurta zarının farklı alanlarda kullanımına yönelik dünyada çalışmalar yürütülmektedir. Kamunun bu alanda özel sektöre desteği önem arz etmektedir, bu tür yatırımların ilk yatırım maliyetleri yüksek olabilmektedir.








### SORUN 9: Kişi Başına Düşen Yumurta Tüketiminin Düşük Olması

**SEBEP:** Yumurta konusunda genel farkındalığın düşük olması, kişi başına düşen tüketimin yetersiz olması

#### ÖNERİ:

Özel sektörün ürettiği ürünle ilgili reklam ve farkındalık çalışmaları yürütmesi  
Kamu spotlarıyla yumurta tüketimine yönelik farkındalık çalışmalarına yer verilmesi  
Sosyal devlet olmanın gereği olarak yapılan gıda yardımlarında, yumurtanın kabuklu ya da işlenmiş şekilde ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması  
Okul çağındaki öğrencilere, üniversite öğrencilerine, askerlere günlük yumurta desteği verilerek hem sağlıklı ve dengeli beslenmeye katkı sağlanması

	<p><b>Açıklama:</b> Görsel yayınlarda sağlıklı beslenme konusunda halkı su, süt, meyve-sebze tüketimine yönlendiren kamu spotlarına ucuz ve kaliteli protein kaynağı olan yumurta da eklenmelidir. Ayrıca sektörün gerek firma özelinde gerekse birlik-kooperatifler üzerinden farkındalık ve bilinçlendirme çalışmalarıyla ürününü tüketiciye tanıtması ve farkındalık oluşturması gerekmektedir. Kişi başına düşen yumurta tüketimi bu sayede artırılabilir.</p>
	<p><b>Açıklama:</b> Ülkemiz sosyal devlet olmanın gereği olarak ihtiyaç sahiplerine gıda, yakacak, giyecek desteği ve nakdi destek sağlamaktadır. Birleşmiş Milletler gibi uluslararası örgütler de dünya çapında büyük ölçekte gıda yardımı yapmaktadır. Yine devlet eliyle kabuklu yumurta alımı ya da yumurta işleyen işletmelerin (pastörize-yumurta tozu) kurulması sağlanabilir. Üreticiden alınan yumurtaların işlenerek veya işlenmiş ürünlerin doğrudan özel sektörden satın alınarak hem yurtiçinde hem de uluslararası kurumlar eliyle ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması sağlanabilir. Bu şekilde ihtiyaç sahipleri sağlıklı, güvenilir gıdaya ulaşırken arz-talep ve üretim dengesine katkı sağlanmış olacaktır.</p>
	<p><b>Açıklama:</b> Başarıyla yürütülen okul sütü kampanyasında olduğu gibi çocukların sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenmesi için devlet tarafından çocuk başına “günde bir yumurta” desteği verilebilir. Hem üretim artırılarak dalgalanmanın önüne geçilmiş olur hem de çocuklarımız kaliteli protein kaynağıyla beslenerek sağlıklı nesiller yetişir. Yine üniversite yurtları ve askeriyede günlük bir yumurta tüketimi gençlerin ve ordu mensuplarının sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenmesine katkıda bulunacaktır.</p>



#### SORUN 10: İhracat Pazarlarının Darlığı

**SEBEP:** Yumurtanın son tüketim tarihi nedeniyle uzak coğrafyalara pazarlanamaması, ihracat potansiyeli bulunan ve katma değeri yüksek işlenmiş yumurtanın üretiminin düşük olması

#### ÖNERİ:

Katma değerinin yüksek olduğu ve uzak pazarlara ihracat yapabilmeye imkan veren işlenmiş yumurta (pastörize sıvı yumurta ve yumurta tozu) üretiminin artırılması, bu kapsamda doğrudan kamu yatırımı yapılması veya özel sektör teşebbüslerinin desteklenmesi



**Açıklama:** Yumurtanın kısa sürede tüketiminin zorunlu olması nedeniyle pastörize yumurta veya yumurta tozu şeklinde işlenerek satılması hem yumurta arzında bir denge sağlayacak hem de üreticiler en azından zarar etmeden ürünlerini elden çıkarabilecektir. Bu tür üretim hem katma değeri arttıracak hem de ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesine katkıda bulunacaktır. Böylelikle birim üründen elde edilen gelir de artmış olacaktır. Ancak bu tür proses teknikleri için büyük ölçekli yatırımlar gerekmektedir. Özel sektörün bu alanda yatırımları devlet eliyle desteklenmelidir.

#### SORUN 11: Yumurta Ürünleri İhracatında Rekabet Dezavantajları

**SEBEP:** Yumurta ürünlerinde mevzuat sorunları

#### ÖNERİ:

Özellikle yumurta ürünlerinde mevzuatın AB mevzuatına uyumlaştırılması ve güncellenmesi



**Açıklama:** Yumurta ürünleri (pastörize sıvı, toz) ulusal mevzuatında sıkıntılar olması yumurta işleyen firmaların ihracatı ve yurtdışı rekabetine olumsuz yansımaktadır. Yumurtadan elde edilecek katma değerinin artırılması ve bu ürünlerin ihracat kapasitesinin yükseltilmesi adına yumurta ürünleri ile ilgili mevzuatın AB mevzuatına uyumlaştırılması gerekmektedir.

#### SORUN 12: Pazar Çeşitliliğinin Olmaması

**SEBEP:** Yumurta ürünleri üretim ve ihracatının düşüklüğü, lobi faaliyetlerinin yetersizliği

#### ÖNERİ:

Pazar analizlerinin yapılmasına yönelik danışmanlık sağlanması

Lobi faaliyetlerinin geliştirilmesi

Kamu destekleriyle fuar katılımlarının artırılması



**Açıklama:** Olası jeopolitik sorunlara karşın yeni pazar arayışlarına girilerek pazar çeşitlendirilmelidir. İşlenmiş yumurta ürünlerinin dünyanın birçok bölgesine ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Öncelikli olarak pazar analizlerinin yapılması buradan elde edilecek sonuçlara istinaden hedef ülkelere yönelik lobi faaliyetlerinin yoğunlaştırılması ve fuar katılımlarına destek verilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.



#### SORUN 13: Yeni Girişimciler ve Arz Fazlası

**SEBEP:** Sektöre girişin kolay olması, zayıflayan ihracatın da yurtiçi arzı artırması

**ÖNERİ:**

Kamu desteklerinin kapasite artışı ve yeni girişimler yerine verimlilik, kurumsallaşma ve teknolojik dönüşüme yönlendirilmesi



**Açıklama:** Piyasada son yıllarda tavuk ve yumurta üretimine sağlanan destek ve teşvikler nedeniyle piyasaya çok sayıda yeni girişimci dahil olmuş, ciddi arz fazlası oluşmuştur. Sisteme girişin ve kapasite artışının sadece maliyete bağlı olması, sektörün bilgi yoğun bir sektör olmaması yeni girişimciler açısından avantaj gibi görülmektedir. İhracatta yaşanan bazı sorunlar da eklendiğinde arz fazlası nedeniyle zarar edilmekte, mali yapısı zayıf özellikle küçük üreticiler iflas etmektedir. Bu nedenle sektöre yeni girişim ve kapasite artışı sağlayacak destekler ve teşvikler sağlanmamalıdır. Bunun yerine verimlilik ve teknolojik dönüşüme odaklı destekler daha faydalı olacaktır.

#### SORUN 14: Alıcıların Pazarlık Gücü

**SEBEP:** Sektörde ulusal zincir marketlerin üretici fiyatlarını belirlemesi

**ÖNERİ:**

Devletin üreticiyi mağdur etmemesi adına taban-tavan fiyat belirlemesi  
Arz-talep dengesi oluşuncaya kadar üretime kota getirilmesi  
Sektörde markalaşmanın artırılması



**Açıklama:** İhracat pazarlarının kaybedilmesi nedeniyle ihraç edilen yumurta da yerli pazara girmiştir. Arzı bollaşan yumurta maliyetinin altına zararlar elden çıkarılmaya çalışılmaktadır. Üretici kısa sürede belli bir zararlar ürününü elden çıkarmazsa ürünün tamamı çöpe gitmek zorunda kalacaktır. Dolayısıyla üreticiler yüzde yüz zarar etmektense daha düşük zararları göze almaktadırlar. Arz fazlası nedeniyle son birkaç yıldır alıcıların pazarlık gücü çok yüksektir. Sektörde markalaşmanın zayıf olduğu bilinmektedir. Firmalar bu sorundan korunmak için markalaşmaya yönelmelidir. Devlet eliyle bazı ürünlerde olduğu gibi yumurtaya da tavan ve taban fiyat getirilerek üretici zararları ve fiyat dalgalanmalarının önüne geçilebilir. Kısa ve orta vadede üretime kota getirmek arz-talep dengesini sağlamak açısından faydalı olabilir.



### SORUN 15: İnsan Tüketimine Uygun Olmayan Yumurtaların Satışı

**SEBEP:** B sınıfı yumurtaların fahiş fiyatlarla köy yumurtası ve organik yumurta adı altında pazarlarda ve bakkallarda satışı

**ÖNERİ:**

Kamu kurumlarının denetimlerini sıklaştırması ve verilen cezaların ağırlaştırılması  
Uygun olmayan yumurta tüketiminden kaynaklı hastalık riskleri konusunda kamuoyu bilinçlendirilmesi



**Açıklama:** İnsan tüketimine uygun olmayan kırık, çatlak, kirli yumurtaların pazarlarda ve bakkallarda organik yumurta adı altında fahiş fiyatlarla satıldığı görülmektedir. İnsan sağlığını tehdit eden bu tür satışların önüne geçmek adına denetimler sıklaştırılmalı ve bu satışları gerçekleştirenlere verilen cezalar ağırlaştırılmalıdır. Uygun olmayan yumurtaların tüketimiyle ortaya çıkan “salmonella” gibi hastalıklar konusunda bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.

### SORUN 16: Üretim Atıklarının Bertarafı, Çevresel Sorunlar

**SEBEP:** Üretim atıklarının çevresel sorunlar oluşturması, bu atıkların ekonomiye kazandırılmaması

**ÖNERİ:**

Üretim atıklarının değerlendirileceği biyogaz ve gübre tesislerinin yaygınlaştırılması



**Açıklama:** Çiftliklerde oluşan atık diye tabir edilen tavuk gübrelerinden, biyogaz ve gübre tesisleri kurulmak suretiyle istifade edilmelidir. Bu tür bir yaklaşımla hem bertarafı zorunlu ve çevreye zararlı atıklar ekonomiye kazandırılarak gübre olarak kullanılacak hem de elektrik üretimine katkıda bulunulacaktır. Halihazırda bu tür tesisler üretim merkezleri civarlarında bulunmakla birlikte yaygınlaştırılmalıdır.

### SORUN 17: Ortak İş Yapma Kültürü ve Kooperatifçiliğin Gelişmemesi

**SEBEP:** Sektörde ortaklık ve işbirliği kültürünün zayıflığı

**ÖNERİ:**

Üreticilerin meslek odaları ve kamu kurumları aracılığıyla bir araya getirilerek ortaklık kültürünün artırılması



**Açıklama:** Küçük üreticilerin bir araya gelerek kooperatifleşmesi rekabet gücü açısından KOBİ leri kuvvetlendirecek, pazar bulma, hammaddeye erişim, fiyat belirleme, kalite vb. sorunlarla baş etmede özellikle küçük ve orta ölçekli üreticiye fayda sağlayacaktır.

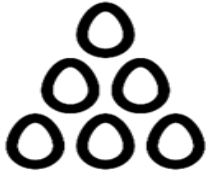


#### SORUN 18: Tüketici Alışkanlıkları

**SEBEP:** Yumurta boyutları ve ağırlığındaki farklar nedeniyle tüketicinin yüksek fiyat algısı

#### ÖNERİ:

Yumurtanın adet bazında değil ağırlık bazında satışa sunulması için gerekli kamu düzenlemelerinin yapılması



**Açıklama:** Yumurta bilindiği üzere adet olarak satılmaktadır. S (küçük boyutlu) yumurta yaklaşık 50 gram iken L (büyük boyutlu yumurta) yaklaşık 70 gramdır. 1 kg S boyutlu yumurta 20 adet iken 1 kg L boyutlu yumurta 14-15 adete tekabül etmektedir. Tüketici daha fazla yumurta aldığını sanarak daha düşük boyutta ve kalitede yumurtaya yönelmekte böylece daha kaliteli ve sağlıklı yumurta üreten firmalar rekabet üstünlüğünü kaybetmektedir. Bu durum yumurta boyutlarında hile yapan firmalar için de fırsat doğurmaktadır. Yumurta kg ile satılırsa bu haksız rekabet önenebilir; tüketici 1 kg yumurtayı (bugün itibarıyla) 15 liraya aldığını gördüğünde diğer protein kaynağı gıdalarla (et, tavuk, balık) kıyas yapabilir, ucuz ve kaliteli protein olan yumurtanın fiyatının yüksek olmadığını da kavrayabilir.

#### SORUN 19: Aşı, İlaç Maliyetleri ve Tedariği

**SEBEP:** Aşı ve ilaçta yurtiçi üretiminin yetersiz olması, maliyetlerin yüksekliği

#### ÖNERİ:

Aşı ve ilaç çalışmalarında yurtiçi üretimin artırılması ve AR-GE çalışmalarının yoğunlaştırılması için kamu desteğinin sağlanması



**Açıklama:** Aşı, ilaç gibi ithal girdilerin yurt içinde üretiminin artırılması ve ithal ikameye yönelik çalışmalar yapılması girdi maliyetlerinin düşmesine ve cari açığın azaltılmasına katkı sağlayacaktır. Sektörün sürdürülebilirliği açısından aşı ve ilaç; yem ve damızlık yumurta kadar elzemdir. Yerli üretimle bu sorunlar azalacağı gibi üreticilerin ithalattan kaynaklı bazı aşılarla (tifo vb.) zaman zaman ulaşamaması gibi sorunlar da ortadan kalkmış olacaktır.



## 6.2 Yükseltme Planı Zaman Çizelgesi Zafer Kalkınma Ajansı Faaliyetleri

YÜKSELTME ÖNERİLERİ-AJANS FAALİYETLERİ		Kısa		Orta	
<b>1</b>	<b>Teknik Destek</b>				
1.1	İnsan Kaynakları Eğitimleri				
1.2	Maliyet Muhasebesi Eğitimleri				
1.3	Yalın Üretim Eğitimleri				
1.4	İhracat Danışmanlığı				
1.5	Verimlilik Eğitimleri				
1.6	Markalaşma Eğitimleri				
<b>2</b>	<b>Yatırım Destek ve Tanıtım Faaliyetleri</b>				
2.1	Firma Ziyaretleri				
<b>3</b>	<b>Finansman Desteği</b>				
3.1	KOBİFİN Programı				
<b>4</b>	<b>Fizibilite Desteği</b>				
4.1	Yeni Yatırım Fizibilitesi				
4.2	Teknolojik Dönüşüm Fizibilitesi				
<b>5</b>	<b>Bölgesel Koordinasyon</b>				
5.1	Yumurta Sektörü Çalıştayını Düzenlenmesi				

Zafer Kalkınma Ajansı olarak sektörü bir adım daha ileriye taşıyabilmek adına yükseltme planı çerçevesinde 5 başlıkta planlama yapılmıştır. Bu başlıklarda Ajans destek mekanizmalarının azami ölçüde kullanılması hedeflenmektedir. Sektör firmalarının kurumsallaşma, üretim ve ihracat kapasitelerinin artırılması adına ücretsiz eğitim ve danışmanlığın sağlandığı teknik destek mekanizması aktif olarak kullanılacaktır.

Bilgilendirme, tanıtım ve farkındalık çalışmalarına devam edilecektir.

Ajans destek mekanizmalarından finansman desteği ile sektöre yatırımda ihtiyaç duyacağı kredi faizsiz olarak sunulacaktır.

Fizibilite desteği ile firmaların bağlı olduğu dernek, birlik vb. organların başvurusuyla yeni yatırımlar ve teknolojik dönüşümlerinin fizibiliteyi desteklenecektir.

Ajansın temel işlevlerinden biri olan bölgesel koordinasyon görevi ile ilgili kamu kurum/kuruluşları, üniversite ve özel sektör arasında koordinasyon ve iletişim sağlanacaktır.



### 6.3 Çözüm Önerileri ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar

SORUN	ÖNERİ	İLGİLİ KURUM/KURULUŞ	ZAMAN PLANLAMASI		
			Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Yem Maliyetleri	Mısır, soya ve ayçiçeekte yerli üretim miktarının artırılması	Tarım ve Orman Bakanlığı			
	Yem üretiminde yerli ürünlerin verimini arttıracak çalışmaların yapılması	Tarım ve Orman Bakanlığı TÜBİTAK Üniversiteler			
	Alternatif ürünlerin (kurtçuk, böcek vb.) yem girdisi olarak ikame edilmesine yönelik AR-GE çalışmalarının yapılması	Tarım ve Orman Bakanlığı TÜBİTAK Üniversiteler			
Damızlık Cıvciv Maliyetleri	Damızlık cıvciv ve yarkada yerli üretimin artırılması, anaç tavukların yurtiçinden temin edilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı Tavukçuluk Araştırma Enstitüsü			
Ambalaj Maliyetleri	Ambalaj girdi malzemelerinin yurtiçi üretiminin artırılması adına destek ve teşviklerin sağlanması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı			
	Ambalaj malzemelerinin maliyetini düşürmek adına destek ve teşviklerin sağlanması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı TÜBİTAK Üniversiteler			
	Sürdürülebilirlik ve rekabet açısından geri dönüşümlü malzemelerin tercih edilmesi	Özel Sektör			



SORUN	ÖNERİ	İLGİLİ KURUM/KURULUŞ	ZAMAN PLANLAMASI		
			Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Enerji Maliyetleri	Çevreci ve sürdürülebilir üretim ve enerjide ithalata bağımlılığın azaltılması adına kamu eliyle işletmelere GES desteği verilmesi	Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tarım ve Orman Bakanlığı TKDK			
Depoculuk ve Stoklamada Şeffaflığın Olmaması	Devletin lisanslı depolarda kontrollerini arttırması	Tarım ve Orman Bakanlığı Ticaret Bakanlığı			
	TMO verilerinin üreticilerle paylaşılması	Tarım ve Orman Bakanlığı TMO			
Nitelikli İşgücü İhtiyacı	Sektörde istihdam edilen mültecilerin yasal statülerinin açıklığa kavuşturulması	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı			
	Vasıfsız işgücüne mesleki eğitim programlarıyla nitelik kazandırılması	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İŞKUR			
Küçük Ölçekli Firmalarda Düşük Verimlilik ve Yetersiz Kurumsallaşma	Kamu kurumlarının firmalara verimliliği arttırıcı destekler vermesi	Kalkınma Ajansları KOSGEB TKDK			
	Kamu kurumlarının ihtiyaç duyulan işletmelerde kurumsallaşmaya yönelik danışmanlık sağlaması	Kalkınma Ajansları			
Yumurta Atıklarının (zar, kabuk) Ekonomiye Kazandırılmaması	Yumurta işleyen fabrikalarda atıkların değerlendirilmesine yönelik kamu desteği sağlanması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı			
	Ekonomik açıdan değer arz eden bu atıklarla ilgili farkındalığın oluşturulması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı			





SORUN	ÖNERİ	İLGİLİ KURUM/KURULUŞ	ZAMAN PLANLAMASI		
			Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Kişi Başına Düşen Yumurta Tüketiminin Düşük Olması	Özel sektörün ürettiği ürünle ilgili reklam ve farkındalık çalışmaları yürütmesi	Özel Sektör Birlikler Kooperatifler			
	Kamu spotlarıyla yumurta tüketimine yönelik farkındalık çalışmalarına yer verilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı Birlikler Kooperatifler			
	Sosyal devlet olmanın gereği olarak yapılan gıda yardımlarında, yumurtanın kabuklu ya da işlenmiş şekilde ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması	Tarım ve Orman Bakanlığı Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı			
	Okul çağındaki öğrencilere, üniversite öğrencilerine, askerlere günlük yumurta desteği verilerek hem sağlıklı ve dengeli beslenmeye katkı sağlanması hem de yurtiçi tüketimin artırılması	Tarım ve Orman Bakanlığı Milli Eğitim Bakanlığı Savunma Bakanlığı			
İhracat Pazarlarının Darlığı	Katma değer yüksek olduğu ve uzak pazarlara ihracat yapabilmeye imkan veren işlenmiş yumurta (pastörize sıvı yumurta ve yumurta tozu) üretiminin artırılması. Bu kapsamda doğrudan kamu yatırımı yapılması veya özel sektör teşebbüslerinin desteklenmesi	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Ticaret Bakanlığı KOSGEB TKDK Özel Sektör			
Yumurta Ürünleri İhracatında Rekabet Dezavantajları	Özellikle yumurta ürünlerinde mevzuatın AB mevzuatına uyumlaştırılması ve güncellenmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı			



SORUN	ÖNERİ	İLGİLİ KURUM/KURULUŞ	ZAMAN PLANLAMASI		
			Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Pazar Çeşitliliğinin Olmaması	Pazar analizlerinin yapılmasına yönelik danışmanlık sağlanması	Kalkınma Ajansları			
	Lobi faaliyetlerinin geliştirilmesi	Ticaret Bakanlığı Dışişleri Bakanlığı			
	Kamu destekleriyle fuar katılımlarının artırılması	Ticaret Bakanlığı KOSGEB			
Yeni Girişimciler ve Arz Fazlası	Kamu desteklerinin kapasite artışı ve yeni girişimler yerine verimlilik, kurumsallaşma ve teknolojik dönüşüme yönlendirilmesi	TKDK Tarım ve Orman Bakanlığı			
Alıcıların Pazarlık Gücü	Devletin üreticiyi mağdur etmemesi adına taban-tavan fiyat belirlemesi	Tarım ve Orman Bakanlığı			
	Arz-talep dengesi oluşuncaya kadar üretime kota getirilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı			
	Sektörde markalaşmanın artırılması	Kalkınma Ajansları TÜRKPATENT			
İnsan Tüketimine Uygun Olmayan Yumurtaların Satışı	Kamu kurumlarının denetimlerini sıklaştırması ve verilen cezaların ağırlaştırılması	Tarım ve Orman Bakanlığı Belediyeler			
	Uygun olmayan yumurta tüketiminden kaynaklı hastalık riskleri konusunda kamuoyu bilinçlendirilmeli	Tarım ve Orman Bakanlığı Sağlık Bakanlığı			
Üretim Atıklarının Bertarafı, Çevresel Sorunlar	Üretim atıklarının değerlendirileceği biyogaz ve gübre tesislerinin yaygınlaştırılması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tarım ve Orman Bakanlığı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı TKDK			



SORUN	ÖNERİ	İLGİLİ KURUM/KURULUŞ	ZAMAN PLANLAMASI		
			Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Ortak İş Yapma Kültürü ve Kooperatifçiliğin Gelişmemesi	Üreticilerin meslek odaları ve kamu kurumları aracılığıyla bir araya getirilerek ortaklık kültürünün artırılması	Kalkınma Ajansları Meslek Odaları Ticaret ve Sanayi Odaları Birlikler			
Yumurta boyutları ve ağırlığındaki farklar nedeniyle tüketicinin yüksek fiyat algısı	Yumurtanın adet bazında değil ağırlık bazında satışa sunulması için gerekli kamu düzenlemelerinin yapılması	Tarım ve Orman Bakanlığı			
Aşı-İlaç Maliyetleri ve Tedariği	Aşı ve ilaç çalışmalarında yurtiçi üretimin artırılması ve AR-GE çalışmalarının yoğunlaştırılması için kamu desteğinin sağlanması	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı TÜBİTAK Üniversiteler			



## 7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yaptığımız araştırma ve analizlerle birlikte; özel sektör temsilcileri, ilgili kamu kurum-kuruluşları, birlikler, dernekler ve üniversitelerden alınan geri bildirimlerle bu çalışma ortaya konmuştur. Çalışmada özellikle ciddi sorunlarla boğuşan sektörün sorunlarına somut önerilerle çözümler getirilmeye çalışılmıştır. Afyonkarahisar yumurta sektörü yapısının ülkenin diğer bölgelerindeki yumurta sektörüyle benzerlik göstermesi sektöre yönelik bu çalışmanın diğer il ve bölgelerde de etki etmesini kolaylaştıracaktır.

Sektörün temel sorunu maliyetlerin yaklaşık üçte ikisine tekabül eden “yem girdileri”dir. Bu sorun hayvancılığın diğer alanlarında (büyükbaş, küçükbaş, kümes hayvancılığı) da göze çarpmaktadır. Ancak diğer maliyetler de (aşı, ilaç, damızlık vb.) göz önünde bulundurulduğunda sektörde asıl sorunun ithalata bağlı üretim dolayısıyla da döviz kurlarına bağlı kırılgan bir mali yapı olduğu söylenebilir. Bu sorunu ancak yerli ve milli üretimle aşabileceğimiz düşünülmektedir.

Diğer bir sorun olarak da ihracatta yaşanan sorunlar ve yurtiçi tüketimin yetersizliği ön plana çıkmaktadır. Yine son yıllarda yeni girişimcilerin artması, ihracatta sorunların yaşanması yurtiçi arzı arttırmış, arz talep dengesini bozmuştur. Bozulan arz talep dengesi ise alıcıların pazarlık gücünü arttırarak üreticilerin fiyatı belirleyememesine dolayısıyla da zararına satışlara yol açmıştır. Sektörde bozulan bu dengenin tekrar sağlanması adına yurtiçi tüketimi arttıracak önlemler alınmalı, yeni ihracat pazarlarına ulaşmak için katma değeri yüksek işlenmiş ürünlere ağırlık verilmelidir. İhracatta rekabetçilik için mevzuat uyumlaştırılması ve güncellenmesi elzemdir. Sektörde işbirliği ve kooperatifçiliğin artırılması da üreticilerin elini kuvvetlendirecektir.

İmalat sanayinin genel sorunu olan vasıflı mavi yaka ihtiyacı da çözülmeyi bekleyen bir diğer sorundur. Bu soruna da yerel, bölgesel ve ulusal kurumların desteğiyle çözüm aranmıştır. Üretimde ortaya çıkan atıklar ve yan ürünlerin değerlendirilmesi için de AR-GE ve yenilikçi yaklaşımlara yer verilmiştir. Yine sektörde düşük markalaşma, özellikle küçük ölçekli firmalarda kurumsallaşamama aşılması gereken diğer sorunlardır. Bölgesel ve ulusal paydaşların eliyle kurumsallaşma, markalaşma ve verimlilik faaliyetleri desteklenmelidir. Ayrıca bu çalışmayla halk sağlığını tehdit eden ürünlerin kontrolü ve tüketici davranışları ile ilgili de yenilikçi çözüm önerileri ortaya konmuştur.

Sonuç olarak ilin yumurta sektörü değer zincirinde sektörün genel yapısı ve mevcut durumu, sektörü bir adım daha ileri taşıyacak adımlar, sorunlara çözüm önerileri çeşitli başlıklarda ortaya konmaya çalışılmıştır. Kurum olarak da destek mekanizmalarımızla sektöre yönelik sunabileceğimiz katkılar belirtilmiştir. Bu alanda atılacak her adım; daha önce de belirtildiği gibi sadece ilin değil tüm ülkenin sektörel yapısına olumlu katkılar sunacaktır. Afyonkarahisar, TR33 Bölgesi ve Türkiye’de sektörün toparlanması başta tarım ve hayvancılık olmak üzere gıda sanayine de güç kazandıracaktır.



## Kaynakça

- Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Derneği*. (2021, 08 01). besd-bir.org.tr: <https://besd-bir.org/tr/> adresinden alındı
- (2021).budivies web adresi. *web kaynağı*. budivies sprej yumurta, İstanbul.
- Çiçekgil, Z. (2020). *Kümes Hayvancılığı 2020-Durum ve Tahmin*. Ankara: T.C Tarım ve Orman Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
- E.Porter, M. (1985). Creating and Sustaining Superior Performance". *Competitive Advantage* (s. 37). içinde
- FAO. (2021, 06 30). *fao web site*. Food and Agriculture Organization of the United Nations: <http://www.fao.org> adresinden alındı
- Fırat Kalkınma Ajansı. (2018). *Tunceli Organik Yumurtacılık Yatırım Rehberi*. Tunceli: Fırat Kalkınma Ajansı.
- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2021, 08 08). *gib.gov.tr*. Gelir İdaresi Başkanlığı web sitesi: <https://www.gib.gov.tr/> adresinden alındı
- Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü. (2021, 07 22). *GKGM*. tarimorman.gov.tr: <https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM> adresinden alındı
- (2021).hammaddeler web sitesi. *web kaynağı*. mağaza.hammaddeler şirketi, İstanbul.
- <http://shellbrane.eu>. (2014, 04 28). <https://tr.euronews.com/next/2014/04/28/yumurta-kabuklarini-degerlendiren-icat>. www.euronews.com: <https://tr.euronews.com/next/2014/04/28/yumurta-kabuklarini-degerlendiren-icat?jwsourc=cl> adresinden alındı
- İmrohoroğlu, A. İ. (2011). Agricultural Productivity and Growth in Turkey . *TEPAV'ın düzenlediği Merih Celasun ödülünü kazanan çalışma*.
- Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü. (2020). Değer Zinciri ve Değer Zinciri Analizi Kavramları. *Mekansal Değer Zinciri Analizi İçin Araç Kiti ve Uygulama Kılavuzu* (s. 7). içinde
- knoema.com. (2021, 07 05). *knoema statics*. knoema.com: <https://knoema.com/> adresinden alındı
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2014). *TR82 Bölgesi 3 Yıldız Küme Analiz Çalışması*. Kastamonu: Salmat Basım Yayıncılık Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.
- (2021, 06 12).Lick web sitesi. *web kaynağı*. lick Pastörize Yumurta, Balıkesir. [www.lick.com.tr](http://www.lick.com.tr) adresinden alındı
- Sanayi Genel Müdürlüğü. (2020). *Gıda ve İçecek Sektörü Raporu*. Ankara: Sanayi Genel Müdürlüğü, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. (2019). *Kümelere İçin Değer Zinciri Yönetimi Kılavuzu-KOBİ İşbirliği ve Kümelene Projesi*. Ankara: ECORYS.



- Tarım Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. (2021). *Tarım Ürünleri Piyasa Raporu-Tavuk Yumurtası*. Ankara: Tarım ve Orman Bakanlığı.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2021, 06 11). <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim>. [www.tarimorman.gov.tr](http://www.tarimorman.gov.tr):  
<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim> adresinden alındı
- Tarımsal Ekonomi Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü. (2021, 07 01). *TEPGE sitesi*. [arastirma.tarimorman.gov.tr](http://arastirma.tarimorman.gov.tr): <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge> adresinden alındı
- Tavukçuluk Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü. (2010). *Yumurta Tavukçuluğu-Temel Bilgiler*. Ankara: Yaygın Çiftçi eğitimi Projesi-YAYÇEP.
- Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı. (2013). *Gıda Sektöründe Değer Zinciri Analizi-Kırmızı Et ve Et Ürünleri, Süt ve Süt Ürünleri, Şeker*. Ankara: TEPAV.
- Türkiye Gezen Tavuk Yumurta Üreticileri ve Satıcıları Fedaerasyonu. (2021, 06 11). [gezentavukfederasyonu: https://www.gezentavukfederasyonu.com/gezen-tavuk-yumurta-nasil-yapilir/](https://www.gezentavukfederasyonu.com/gezen-tavuk-yumurta-nasil-yapilir/) adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021, 07 30). *tüik*. <https://www.tuik.gov.tr/>:  
<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> adresinden alındı
- Yum-Bir. (2021, 6 15). *Yumurta Üreticileri Merkez Birliği İnternet Sitesi*. <https://www.yum-bir.org> adresinden alındı
- Yumurta Üreticileri Merkez Birliği . (2021, 06 12). *Yum-Bir web sitesi*. <https://www.yum-bir.org/> adresinden alındı
- YÜSAD. (2021). YÜSAD Yayınları. *YÜSAD Yıl Sonu Raporu* (s. -). Ankara: YÜSAD.
- Zafer Kalkınma Ajansı. (2020). *TR33 Bölgesi Gıda Haritası*. Kütahya: Zafer Kalkınma Ajansı.



Zafer Kalkınma Ajansı

Cumhuriyet Mah. Öncü Sokak No:39  
Merkez/Kütahya