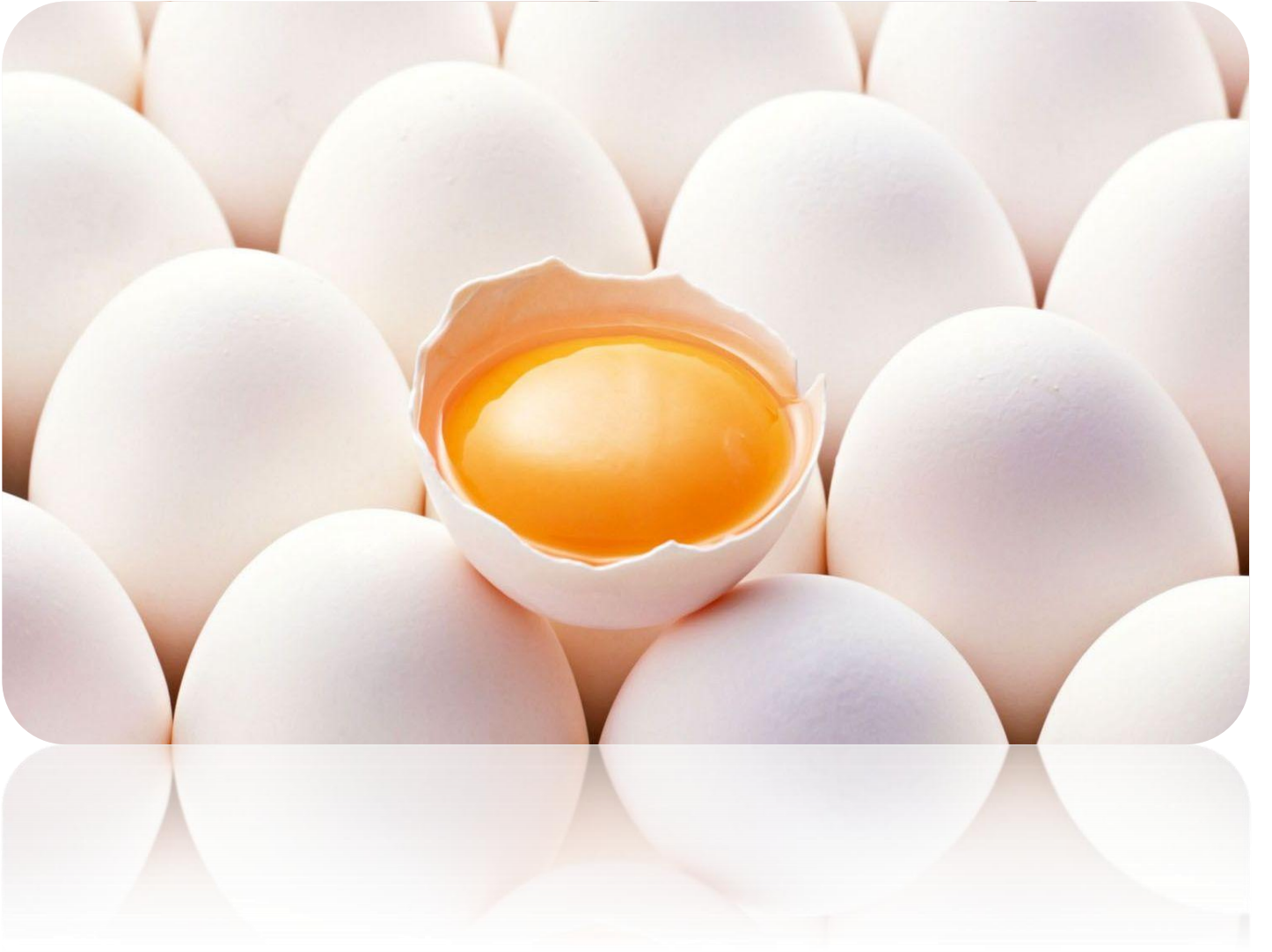




YUMURTA SEKTÖRÜ



Yumurta sektörünün en önemli özelliği canlı materyal ile üretim yapmasıdır. Yumurta üretimine başlama 4.5-5 aylık bir süreçte gerçekleşebilmekte ve üretim döneminde de arz ve talep dengesini oluşturmak zor olmaktadır. Arz talep durumu mevsimsel nedenler, ihracat miktarı ve bazen de piyasada ortaya atılan spekülasyonlardan çabuk etkilenmektedir. Öte yandan yumurtanın pazarda kalma süresi 21 gün gibi çok kısa bir periyottur ve bu sürede yumurtayı çok hızlı bir şekilde pazarlamak gerekmektedir. Yumurtanın depolanma süresi sınırlı ve sıkıntılı bir durumdur ve Ülkemizde yumurta ürünleri sanayi henüz gelişme aşamasındadır.



Ülkemizde yumurta üretim kapasitesi, iç tüketim talebini karşılamada yeterli olmakla birlikte kişi başına yumurta tüketimi hala istenen sayıda değildir.

Türkiye Dünya tavuk yumurtası üretiminde 10. sırada Avrupa'da ise 3. sırada yer almaktadır. Bu rakamlar üretim potansiyeli bakımından sektörün iyi durumda olduğunun göstergesidir.

Kişi başına yumurta tüketimi 2005 yılında 115 iken 2014 yılında 194 olarak gerçekleşmiştir. On yıllık süre zarfında kişi başına yumurta tüketimi 101 adet olarak artış göstermiştir. Yine kişi başına yumurta tüketimi 2012 yılı 175 adet iken 2014 yılında 194 adet gerçekleşmiş ve yaklaşık % 10'luk bir artış kaydedilmiştir.

Yumurta tüketiminde kısa vadedeki hedef kişi başına yumurta üretimi olan 226 adet/kişi/yıl rakamını yakalayabilmek olmalıdır.



Yumurta tavuğu yemleri genellikle mısır-soya esaslı olarak hazırlanmaktadır. Rasyonlarda mısır ve soyanın yanı sıra buğday, arpa, ayçiçeği ve pamuk tohumu küspesi gibi hammaddeler de kullanılmaktadır. Soyanın tamamı ve mısırın belli bir kısmı ithalat yolu ile temin edilmektedir. Bu nedenle tavuklar çoğunlukla kesif yemle beslendiklerinden, artan hammadde fiyatları nedeniyle yem maliyeti toplam maliyetin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Ülkemizde yumurta maliyet unsurları Yum-Bir tarafından civciv/yarka %20, kümes-amortisman %2, İşçilik %5, veterinerlik hizmetleri %2, Su- elektrik %6, viyol %3 ve yem maliyeti %65 olarak tespit edilmiştir.

Yumurta üretiminde maliyetlerin oldukça yüksek olduğu ve üretici açısından kar marjının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Ocak, Şubat ve Eylül ayları dışında yumurta satış fiyatının hemen hemen maliyetlere yakın olduğu hatta Mayıs ayında maliyetin altında yumurta satış fiyatının gerçekleştiği görülmektedir.

Bu durumu pozitif yöne çevirmenin yollarından biri hammadde fiyatlarının düşürülmesi ve dolayısıyla karma yem maliyetinin azaltılmasıdır. Hammadde fiyatlarının düşürülmesi ithalatın azaltılması, iç üretimde sadece üretime değil ürün işleme teknolojisini de içine alacak şekilde bir destek ve teşvik paketi geliştirilmesi ve bunun büyük bir üretim planlaması çerçevesinde bir eylem planı dahilinde ele alınması en akılcı çözüm yolları olarak görülmektedir.



Türkiye bugün yumurta ihracatında oldukça önemli bir noktaya gelmiştir. Ülkeler bazında yumurta ihracat rakamları Ülkeler bazında ihracat incelendiğinde 2013-2014 yılları arasında Irak damızlık ve yemeklik yumurta ihraç edilen ülkeler arasında 1. sırada yer almaktadır.

Irak'tan sonra Suriye 2. Sırada ve Azerbaycan ise yemeklik yumurta ihracatında İsrail'den sonra 3. sırada yerini almıştır. Özbekistan ise damızlık yumurta ihracatında 2013 yılında Irak, Azerbaycan ve Suriye'den sonra 4. sırada yer alırken 2014 yılında 2. Sıraya yükselmiştir. Rusya'ya yumurta ihracatı 2014 yılında çok küçük miktarlarda da olsa başlatılmıştır.

İhracat rakamları incelendiğinde ülkeler bazında tam bir istikrardan söz etmek mümkün değildir. Bu istikrarsızlıkta, ülkelerle olan ikili ilişkiler ve Dünya konjektöründeki yeni yapılanmalar etkili olmaktadır. İhracat yapılan ülkeler incelendiğinde daha çok yakın komşu ülkelerin çoğunlukta yer aldığı görülmektedir. Ancak bu coğrafyada yer alan ülkelerdeki istikrarsızlık ve ulusal politikalar dolayısıyla önemli ihracat pazarlarımızı kaybetmekteyiz.

Yumurta ihracatındaki asıl hedef Amerika ve Avrupa Ülkelerine açılabilmek ve istenen kalite ve nitelikte ürün üretebilmek olmalıdır. Bununla birlikte yumurta ihracatında uluslararası normlara uygun ve yasal koşulları sağlayacak önlemler alınmalı ve bununla ilgili yeni politikalar geliştirilmelidir.



Türkiye’de yumurta tavukçuluğu sektörü büyüme ve ilerleme yolunda önemli bir ivmeye sahiptir. Yumurta üretimi, tüketicilerin yumurta tüketimini karşılayacak tavuk ve işletme kapasitesine sahiptir. Ancak Türkiye’de kişi başına yumurta tüketimi hala yeterli ve beklenen sayıda değildir. Bu sayının artırılması için kamu kurumları, sektörle ilgili sivil toplum kuruluşları ve üniversitelere büyük görevler düşmektedir. Yumurta ihracatı bakımından Ülkemizde yumurta tavukçuluğu sektörü önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin iyi şekilde değerlendirilip, Ortadoğu Ülkelerinin yanı sıra Rusya, Amerika ve Avrupa Ülkelerine ihracat fırsatlarının ortaya çıkarılması ve uluslararası standartlarda ihraç ürünü elde etmenin yollarının araştırılması gerekmektedir.

