

YARD. DOÇ. DR. FİGEN CEYLAN
Akdeniz Üniversitesi
Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

Bitkisel yağ üretiminde ve tüketiminde nereye geldik?

Türkiye bitkisel yağ üretiminde dünyada ön sıralarda olmasına rağmen, tüketimde aynı konumda bulunmuyor. Bunda hem beslenme alışkanlıkları, hem de medyanın tutumu etkili. Ancak gelişmiş ülkelerde bitkisel yağ tüketimi Türkiye'ye oranla oldukça fazla.

Beslenme alışkanlıklarının 20. yüzyılın son 20 yılından beri sürekli değişmekte olduğunu söyleyebiliriz. Yaşadığımız zaman diliminde hayatın hızlanması, sağlık ile ilgili sürekli değişen algı ve yönlendirmeler ve fiyat konumlandırmaları tüketicilerin her türlü gıda tercihini önemli ölçüde etkiliyor. Ve bireyler giderek daha fazla bilgilenme ihtiyacına sahipler.

Bir uzmanın, toplumu bir besin grubu ile ilgili olumlu ve olumsuz yönlendirmesi çok kolay. Sağlık duyarlılığı kitle iletişim ve sosyal medya aygıtları aracılığıyla kolaylıkla etkilenebiliyor. Bu nedenle kimi zaman protein ağırlıklı besinler övülürken, kimi zaman bireyler karbonhidrat tüketimine teşvik ediliyor. Ama hiç değişmeyen bir suç var. Hayvansal ya da bitkisel olsun, yağ ve yağ ürünlerinin tüketiminin azaltılması gerekliliği sürekli vurgulanıyor.

Oysa insan vücudunun hepsine birden ihtiyacı var. Değişen mevsim koşulları, hareketlilik düzeyi ve sağlık durumuna bağlı olarak yağ ürünlerine ihtiyacımız var. Yağ ürünlerinin önemli ihraç kalemlerinden birisi olduğunu da unutmazsak, Türkiye'de hem üretici hem de tüketici için önemini daha rahat idrak edebiliriz. Bu önemi daha görünür kılmak için Mayıs ayının başında Yağ Bilimi ve Teknolojisi Derneği Tekirdağ'da 2. Bitkisel Yağ Kongresi'ni gerçekleştirdi. Bu kongre kapsamında bitkisel tabanlı sıvı ve katı yağların üretim teknolojisindeki gelişmeler, gelecek için iyileştirme ve Ar-Ge ihtiyaçları, hem tüketici hem de endüstriyel pazarın mevcut konumu ve piyasalardaki gelecek beklentileri değerlendirildi. Burada yağ tüketimi hususundaki doğru bilinen yanlışlar ve yanlış bilinen doğruların da değerlendirildiğini belirtebiliriz.

Türkiye'de nihai tüketiciye sunulan sıvıyağ grubunda ayçiçek yağı, mısırözü yağı, zeytinyağı ve son 20 yılda artan şekilde fındık yağı ve ithal ürün olarak soya yağı sayılırken; pamuk, kolza, palm, yer fıstığı ve susam gibi tohumların yağları daha çok gıda sanayi tarafından hammadde olarak kullanılıyor.



Türkiye yağ tüketiminde 30. sırada

Biz biraz daha detaylı bir şekilde tüketim tarafına bakmaya çalışalım. Öncelikle kişinin yaşadığı coğrafi koşullar; mevsim özellikleri ve hareket potansiyeline bağlı olarak değişmekle birlikte, ortalama bir yetişkinin günlük kalori ihtiyacının yaklaşık üçte birini yağdan alması gerektiği biliniyor. Bu da ortalama 60-70 gram kadar yağ tüketimi demek. Ancak iç pazarda özellikle tüketicilerin daha az yağ tüketme yönünde yönlendirildiği, eğitim düzeyi yükseldikçe yağ tüketiminin de azaldığı biliniyor. Türkiye'de ortalama kişi başı

tüketimin 55 gram olduğu ve bu miktarın gerekli düzeyin yaklaşık olarak yüzde 18–20 altında olduğu biliniyor. Bununla birlikte Türkiye günlük yağ tüketimi açısından 2015 verilerine göre 54 ülke arasından 30. sırada geliyor.

Bu sıralamaya göre gelişmiş ülkelerde beklenenin tersine (örneğin; Belçika 95 gr, Almanya 86,5 gr, Finlandiya 80 gr) günlük yağ tüketiminin yüksek; az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ise tüketimin ortalamanın çok altında olduğu (Örneğin; Hindistan 10 gr, G. Kore 20,7 gr, Filipinler 21,5 gr) görülüyor. Bu durumun başlıca nedenleri olarak kültür ve inanış, ekonomik düzey, iklim ve coğrafi koşullar gösterilebilir. Burada toplumların beslenme alışkanlıklarının da yağ tüketimini etkilediğini gözden kaçırmamak gerek. Daha açık ifade edersek; hayvansal protein tüketiminden kaçınan toplumlarda hem hayvansal hem de bitkisel yağ tüketiminin azaldığını, soğuk kuşakta yer alan ülkelerde ise yağ tüketiminin özellikle arttığını göz ardı etmemek gerekiyor.

Pazar koşulları yağ seçimini etkiliyor

Türkiye'de farklı özelliklerdeki bitkisel yağ tüketim seyrinin de özel olarak değerlendirilmesinde fayda var. Çünkü ürünlerin tüketiminde yıllar içerisinde oluşan değişikliklerin nedenleri de farklılık gösteriyor. Bitkisel yağ ürünleri çeşitlilik gösterdiği gibi, ürünlerin hitap ettiği piyasa da çeşitlilik gösteriyor. Türkiye'de nihai tüketiciye sunulan sıvıyağ grubunda ayçiçek yağı, mısırözü yağı, zeytinyağı ve son 20 yılda artan şekilde fındık yağı ve ithal ürün olarak soya yağı sayılırken; pamuk, kolza, palm, yer fıstığı ve susam gibi tohumların yağları daha çok gıda sanayi tarafından hammadde olarak kullanılıyor. Dolayısıyla ürünlerin tüketiminde farklılıktan bahsederken, değişen pazar koşulları hem nihai tüketici hem de gıda sanayi hakkında bilgi veriyor.

Dünya verileri incelendiğinde, nihai tüketim ürünü olan ayçiçeği ve zeytinyağı tüketiminin en fazla Akdeniz ülkelerinde yoğunlaştığı görülüyor. Örneğin, ayçiçeği yağı en fazla İspanya, onun ardından da Türkiye ve Yunanistan'da tüketiliyor. Ayçiçeği yağının 1992–2011 yılları arasında kişi başı yıllık tüketim ortalaması bu ülkeler için sırasıyla 9, 6 ve 5 litrenin üzerinde. Dünya ortalamasının bu dönem için 1,3 litre, AB ortalamasının ise 4,5 litre olduğu düşünülürse; Akdeniz ülkelerinin iklim avantajları daha net görülebilir. Türkiye'deki tüketimin hayvansal yağların daha az tercih edilmesi dolayısı ile 2000'li yıllarda özellikle arttığı biliniyor.

Zeytinyağı tüketimi ihracattan az

Akdeniz ülkelerinin asıl önemli avantajı, zeytinyağı üretim ve tüketiminde. Besleyici özellikleri ve sağladığı kalorinin kalitesi nedeniyle giderek daha fazla tercih edilen zeytinyağının Akdeniz'in kuzeyindeki ülkeler arasında en az tüketildiği ülke Türkiye. 2011 itibariyle İtalya, Yunanistan ve İspanya'da yıllık kişi başı tüketim ortalama 10 litrenin çok üzerindeyken, Türkiye'de bu miktar 2 litre civarında. Verimli ve verimsiz senelerin birbirini takip etmesine bağlı olarak, önemli bir üretici olan Türkiye'nin tükettiğinden çok daha fazlasını ihraç ettiğini söylemek mümkün.

Özellikle işlenmiş gıda ürünleri piyasasının yan girdisi olarak değerlendirilebilecek olan pamuk yağında ise Türkiye'de 1992-2011 yıllarının dünya ortalaması olan 0,6 litrenin yaklaşık dört katı kadar tüketim gerçekleşiyor. Bununla birlikte önemli bir ithal ürün kalemi haline gelen palm yağının da gıda sanayindeki yeri ve önemi arttı. Dünya'daki kişi başı tüketim 1992–2011 yılları arasında yaklaşık yüzde 100 artış ile 2,2 litre olurken, dönem ortalaması yaklaşık 1,5 litre olarak gerçekleşti. Türkiye'de ise 2000 yılı sonrasında kişi başı ortalama 5 litrenin üstüne çıkarken, 20 yıllık ortalamanın 4 litre civarında olduğu biliniyor. Bu da Türkiye'nin giderek artan bir palm yağı ithalatçısı haline geldiğinin göstergesi.

Yağ işleme sistemleri gelişiyor

Türkiye'nin üretimi ile ilgili önemli bir diğer bilgi, ham ve işlenmiş yağ alım-satımı ile ilgili. Geçtiğimiz yıllar içerisinde Türkiye'de ham yağ satışı azalıp, işlenmiş yağ satışı artarken; işlenmiş yağ alımı özellikle lüks tüketim dışında azalıyor. Bu da ülkede yağ işleme sistemlerinin gelişimi ve yaygınlaşması ile ilgili önemli bir durum değişikliğine işaret ediyor. Ayrıca, yağlı tohum üreticileri ile yağ endüstrisi temsilcilerinin, iklim koşullarındaki değişikliklere adapte olunabildiği sürece, hem gelirleri hem de yarattıkları katma değer yükseliyor. Özellikle sektöre yapılan tanıtım çalışmalarının olumlu etkileri 2000'li yılların ikinci yarısında yoğunlaşmaya başladı ve Türkiye'nin bitkisel yağ ihracatı da ciddi oranlarda arttı.

Dolayısıyla, yağlı tohum üretimi, işlemesi ve yağ endüstrisi temsilcileri için esas olan, günümüzde teknolojik Ar-Ge çalışmaları geliştirmek ve ilerlemelere kısa sürede uyum sağlamak. Bu hususta sektörün sivil toplum düzeyinde temsili ve karar mercileri ve araştırma geliştirme kuruluşları ile yakın işbirliği, ülkenin gelecekte yağ endüstrisinde daha ciddi söz sahibi konumuna gelmesine katkı sağlayacak. Dolayısıyla gıda sektörünün de yağlı tohum ve yağ üreticileri ile işbirliklerini arttırması, sektörün en önemli girdilerinden olan bitkisel yağ ihtiyacını iç piyasadan uygun koşullarda temin etmesi yolunda yeni gelişmelerin önünü açacak.

