

Türkiye pancarın kıymetini biliyor



2 AR-GE

Sezona iki ürün
çalışmalarında sona gelindi

3 konyaşeker
5 sıra birden
yükseldi

4 Torku ÇİKOLATA
Torku, bu bayram
çok farklı

5 Torku SÜT
hem tüketiciden hem
dağıtım kanalından
tam not aldı

6 ALTINEKİN
Konya Şeker Ham Yağ
Tesislerini kurdu, Konya Ovası
ayçiçeği tarlasına döndü

7 SEYDİBEY
Tarım Ülkesi Türkiye'de %100
İthal Aynısına Son! Patates
Nişastasını Kendimiz Üreteceğiz

8 konyaşeker
Türkiye pancarın
kıymetini biliyor

Başkandan...



**GELECEĞİ
ŞEKİLENDİREN KONYA**

Dünyamız her yıl bir
önceki yıldan daha fazla
kaynak kullanıyor kullan-
mak zorunda. Binli yıllara
Asya'dan Avrupa'ya,
Afrika'dan Amerika'ya,
Avustralya... **Devami 2'DE**

Dünyamız her yıl bir önceki yıldan daha fazla kaynak kullanıyor kullanmak zorunda. Binli yıllara Asya'dan Avrupa'ya, Afrika'dan Amerika'ya, Avustralya'dan Antartika'ya tüm kıta ve yerlerde ev sahipliği yaptığı 310 milyon toplam nüfus ile adım atan dünyamız 1650'ler ile birlikte yarım milyarı geçerken, 1800'lü yılların başında milyar sınırını aştı. 1900'lü yıllara 1 milyar 650 milyon nüfusla giren dünyamızın nüfusu bir asırda yaklaşık 4 kat arttı ve milenyumda 6 milyarın üzerinde nüfusla girdi. Aradan geçen 13 yılda nüfusu 1,1 milyar daha artan ve bugün 7,2 milyara yaklaşan dünya nüfusunun 2050 yılında 10 milyarın üzerine çıkması bekleniyor.

Yani önümüzdeki her yıl hem ülkemizin hem dünyanın nüfusu artacak. Katlanarak ve hızla artacak. Bu artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için dünyamızın kaynakları daha çok kullanılacak, imkânlar daha fazla zorlanacak. Elbette ki herkes yine dünyaya nasibiyle adım atacak ve henüz keşfedemediğimiz imkânlarını sunarak dünyamız o katlanan nüfusun da ihtiyaçlarını karşılayacak.

Nüfusu 35-40 yıl gibi kısa bir sürede yaklaşık %30 artacak olan dünyamızda gelecek ile ilgili en kesin ve en keskin tahmin her halde gıdaya olan talebin kesinlikle artacağına dair olmalıdır. Elbette artan nüfus, tıpkı gıdada olduğu gibi konuta, otomobile, hastaneye, okula, enerjiye , aklı gelen her ürüne olan talebi de arttıracak. Ancak gıdayı diğerlerinden ayıran bir husus var, o da hayati bir ihtiyaç olmasıdır. Malum insanlar cep telefonu olmadan yaşayabilir. Çamaşır makinesi, buzdolabı, bulaşık makinesi olmadan da yaşayabilir. Arabasız bir hayat da pekala mümkündür. Ancak ne nefes almadan ne su içmeden, ne de yemek yemeden yaşamak mümkün değildir.

Dünya nüfusunun yaklaşık %30 artacağı önümüzdeki yıllarda her şey çok daha hızlı şekillenecek, dengeler çok daha hızlı değişecek. Milletler nezdinde gıda güvenliği bugünkünden çok daha önemli hale gelecek. Gıdada kendi kendine yeten ülkelerin sesi gür, itibarı kuvvetli olacak. Kendi ihtiyacına yetecek üretimi yapamayanlar hep ister konumda olacak geleceğin dünyasında. Tükettiğinden fazlasını üretenler, üretebilenler ise ellerindeki kozla kelami dinlenen, selamından medet umulan kudretli devlet olacak.

Bunlar herkesin bildikleri ve nüfus artışı ile gıda ihtiyacı arasında korelasyon kuran herkesi üç aşağı beş yukarı aynı cümlelerle aynı sonuca götüren gerçekler.

Peki bunları bilmenin bize faydası ne? Bunları bilmenin üretici, Konya çiftçisi açısından umuttan başka anlamı var mı? Eğer bilir de bilmekle yetinirsek ve geleceği şekillendirmek yerine geleceğin bizi şekillendirmesini beklersek yarın elimizde ben dediydim avuntusundan başka bir şey olmayacak.

NÜFUS ARTACAK, GIDA KIYMETLENECEK

Nüfus bugün artmaya başlamadı. Ülkemizin de dünyanın da nüfusu hep artıyordu. Muhtemelen bizden önceki kuşaklarda aynı tespiti yapmıştır. Nüfus artacak, gıda kıymetlenecek. Mesela Konya Şeker ilk üretime başladıktan sadece bir sene sonra 1955 yılında Türkiye'nin nüfusu yaklaşık 24 milyonmuş. Yarım asırdan biraz fazla zaman geçmiş o 24 milyon nüfus üç kattan fazla artmış ve 75 milyonun üzerine çıkmış. O günün Türkiye'sinin sadece %25'i şehirlerde yaşıyormuş, bugünün Türkiye'sinin %75'i şehirlerde yaşıyor. Yani daha az insan üretiyor, daha çok insan tüketiyor.

Biz üreten taraftayız, daha fazla tüketen ve daha fazla tüketecek bir dünyada üretmenin ne demek olduğunu biliyoruz, önümüzdeki fırsatların farkında, o fırsatları değerlendirmek için yapmamız gerekenlerin idrakindeyiz. Konya Şeker o geleceğe hazırlanıyor, üretici ortakları için geleceği hazırlıyor, geleceği şekillendiriyor.

Daha çok tüketecek dünyadan üreticisinin daha çok pay alması, gıdaya ve dolayısıyla da tarımsal ürüne talep artarken o artan talebe Konya çiftçisinin cevap üretebilmesi için ne yapıyor, ya da neleri yaptı Konya Şeker?

KONYA ŞEKER NE YAPTI?

Konya Şeker önce kendi ana faaliyet alanını sağlama aldı. Ticarette gümrük duvarlarının kalkacağı, sınır fiyat farklarının olmayacağı bir geleceği hesap ederek, pancar şekeri üretimini teminat altına aldı. Neyle yaptı bunu? Önce 1954'te kurulan şeker fabrikasını rehabilite etti,

Başkandan...



GELECEĞİ ŞEKİLLENDİREN KONYA

Recep KONUK
Pankobirlik Genel Başkanı

hemen ardından şeker sanayinde dünyanın en son teknolojisine sahip, dünyanın en modern şeker fabrikasını şeker sektöründeki ikinci fabrikası olarak üretici ortaklarına kazandırdı. Bu iki fabrika işletme verimliliğinde Türkiye ölçeğinde kıyas kabul etmeyecek oranda önde ve şeker sektöründe dünyadaki her ülke ve şirketle yarışabilecek durumdadır.

Şeker fabrikası sayısını 1'den ikiye çıkaran Konya Şeker bölgedeki şeker pancarı üretimini ikiye katlarken, kristal şekeri çeşitlendirip sanayide pancar şekeri ile rekabet edenlerle rekabet edebilmek için Sıvı Şeker Üretim Tesislerini kurdu, şeker sanayinin desteklediği yan sektörlerle doğru da genişleyerek ana faaliyet alanını koruma altına aldı. Yani Konya Şeker'in şeker üretim süreci sonrası çıkan yan ürünleri girdi olarak kullandığı Biyoetanol Üretim Tesisini, Organik Gübre Tesisini, Sıvı Karbondioksit Tesisini, Buharlı Küspe Kurutma Tesisini, Paketli Küspe Tesisini, Yem Fabrikasını, atık ısı ile çalışan Ultra Klimalı Seralar gibi sıfır atıkla çalışmamızı sağlayan tesisler ana faaliyet alanımız olan pancar şekeri için sigorta işlevi gören tesislerdir. Şeker sektöründe rüzgar terse döne bile üreticinin tarlada pancar üretebilmesinin sigortası, bu tesislerdir.

TORKU, EN HIZLI BÜYÜYEN MARKA OLDU...

Konya Şeker sadece yan ürünleri değerlendiren ana faaliyet alanını koruma altına almakla kalmadı, ana faaliyet alanının desteklediği katma değerli sektörlerle de adım atarak ana faaliyet alanının desteklediği sektörlerde oluşacak gelirden üreticisine pay alabilmek için stratejik bir hamle yaptı. Bu yeni strateji sonucu Konya Şeker doğrudan tüketiciye ulaşacak ürünler üretmek üzere Paketli Şeker, Sert Şeker, Şekerleme, Şekerli Mamuller, Çikolata, Unlu Mamuller, Bisküvi, Kek ve Gofret Üretim Tesislerini kurdu. Bu gün Torku markasıyla girdiği atıştırmalık pazarında en genç marka olmasına rağmen en hızlı büyüyen marka haline geldi.

Ana faaliyet alanımızı tahkim etmek ve gelecekte gelebilecek tehditleri şimdiden bertaraf etmek, şekerin girdi olarak kullanıldığı sektörlerle adım atarak tüketimde dönen kaynaktan üreticinin doğrudan pay almasını sağlayacak yatırımları yapmak üreticinin meselesinin sadece bir kısmına çare üretmektir. Üreticinin tek ürünü ve tek üretim meşgalesi şeker pancarından ibaret değildir. Konya Şeker diğer ürünler ve çiftçinin diğer meselelerine de çözüm üretmek konusunda önemli ve ciddi adımlar atmıştır.

Ne yapmıştır Konya Şeker; tohuma el koymuştur. Ne yapmıştır Konya Şeker, girdiye müdahil olmuştur. Ne yapmıştır Konya Şeker, üreticinin cebindeki paranın tarımsal ekipman için hortumlanmasına izin vermemiştir. Ne yapmıştır Konya Şeker, üreticinin ürettiği ürünün elinden haraç mezat yok paraya alınmasına göz yummamıştır. Ne yapmıştır Konya Şeker, üreticiyi namerde muhtaç etmemiştir. Ne yapmıştır Konya Şeker, üreticinin tarlaya traktörü sokmak için ne banka kapılarında ne de tefecinin önünde boyun bükmesine rıza göstermemiştir. Ne yapmıştır Konya Şeker, satacak yer olmadığı için üreticinin üretilmediği ürünlerin üretilmesine kurduğu tesislerle ön ayak olmuştur. Ne yapmıştır Konya Şeker Konyalının sektör ağalarının karşısında dik durmasını ve diklenebilmesini sağlamıştır. Ne yapmıştır Konya Şeker, Türk çiftçisinin dünyaya kafa tutabileceğini ispatlamıştır.

TOHUMDA TARİHİ BİR ADIL ATILDI

Konya tarımı için, ülkemiz tarımı için Panplast'tan öncesi ile bugün farklıdır. Türkiye'de 7 senede üzerine zam gelmeyen üstelik 7 sene öncesine göre ucuzlayan belki de tek ürün damlama sulama borularıdır. Üreticinin BETA Ziraat ile kendi tohumunu kendisinin üretmeye başlamasıyla birlikte çok şey değişmiştir Konya'da ve gelecek çok daha fazlasına gebecektir. Bölgeye uygun, bölge iklimine ve toprağına uygun tohumlar üreten BETA şimdi erkenci çeşitlerle uygun bölgelerde aynı arazide iki ürün ekimi konusunda önemli mesafeleri almaya başlamış, Konya Ovasının daha çok üretmesi üretimini katlayabilmesi için tarihi bir adım atmıştır.

Konya Şeker'in Seydibey Dondurulmuş Parmak Patates Üretim Tesisini Konya'nın hem daha çok patates üretmesine imkân sağlarken hem de fiyatların üretici lehine dengelenmesini sağladı. Tesis yüzde yüz yirmilik kapasite artırımı yatırımı ve patates nişastası fabrikasının bitmesiyle bölge üreticisinin çok daha fazla patates üretebilmesine zemin hazırlayacak. Tesise ilave edilen bantlarla dondurulmuş sebze üretimi de başlayacak ve bölge üreticisinin üreteceği sebze de tesis tarafından değerlendirilecek.

AYÇİÇEĞİ ÜRETİMİ 3'E KATLANDI...

Konyalı üretici düne kadar ayçiçeği tarımını bilmiyor muydu? Hem de herkesten iyi biliyordu. Niye ayçiçeği ekmiyordu? Ekmiyordu değil, ekmiyordu. Çünkü ektiği elinde kalıyor, tüccar yolu gözlüyordu. Sonuç, dünyanın en önemli 10 tarım havzasından biri Konya topu topu 50-60 bin ton ayçiçeği üretebiliyor, Türkiye ise her yıl ihtiyacı olan yağ ve yağlı tohumu temin etmek için yurt dışından yaptığı ithalata 3-3,5 milyar dolar döviz ödüyordu. Yani hem Türkiye kaybediyor hem üretici kaybediyordu. Türkiye'nin bu gerçeğini bilmek yeterli mi? Yetmez. Birinin adım atması gerekiyordu, o adımı da Konya Şeker attı ve Hamyağ Fabrikasını kurar kurmaz Konya'nın üretimi 3'e katlandı. Şimdi bunu da üçe-beşe katlayacak adım geliyor. İlk etapta yıllık 150 bin ton üretim kapasitesine sahip bölümü tamamlanan tesis 2014 yılında bu kapasitesini 5'e katlayacak ve Konya'da Konya çiftçisinin üreteceği 750.000 ton yağlı tohumu tek başına işleyebilecek. Her yıl toplam pancar bedelinin yaklaşık 2 katını yağlı tohum için Konya çiftçisine ürün bedeli olarak ödeyecek olan Konya Şeker yaptığı bu yatırımla ülke dışına akan dövizin yönünü Konya'ya çevirirken kazanan sadece üretici olmayacak asıl kazanan daha çok tüketen ve tüketecek dünyada stratejik avantaj sağlayacak ülkemiz olacak.

HAYVANCILIK ASIL GELİR KAPISI OLACAK...

Sahip olduğu arazi varlığı bazı ülkelerden büyük olan Konya'yı, hayvancılıkta da dünya ile yarışır hale getirmek için dev bir adım attı Konya Şeker. Dünya'nın en büyük Et-Süt Entegre tesisini Konya'ya kazandırmak için harekete geçti. Et ünitesinde yaşanan talihsizlik de yıldırmadı Konya Şeker'i ve o tesisin ilk ünitesi yani süt tesisi üretmeye başladı, et tesisi de yıl sona ermeden tamamlanacak. Bu tesisler tam kapasiteye ulaştığında Konya'nın Konyalı üreticinin önünde yeni bir ufuk açılacak. Gelirini ağırlıklı olarak tarladan sağlayan üretici için hayvancılık ek değil asıl kazanç kapısı olacak.

Bunlar daha başlangıç, Konyalı'nın, Konya üreticisinin geleceği şekillendirmek, suyun yatağını Konya'ya çevirmek için attığı ilk ancak sağlam adımlar. Bu adımlar hem çoğalacak hem de hızlanacak. Daha çok tüketen, gıdaya talebi katlanan dünyada başrol Konya'da, Konya Şeker'den olmalı, olacak. Çünkü biz şunu biliyoruz, üzerinde oturduğumuz Ova bereketiyle bu iddiaya teminattır ve bu iddianın en büyük dayanağı Konya çiftçisinin geleceği şekillendirme konusunda sergilediği kararlılık ve iradedir.

Konyalının, Konya üreticisinin daha parlak bir gelecek iddiasının sembolü olan Konya Şeker'in değişmez gayesinin sırtı pek, alnı açık, başı dik, müreffeh, bolluk ve bereketle kavuşmuş bir Konya tarımı olduğunu belirtir, üretici ortaklarının her bayramı bir önceki bayramdan daha huzurlu ve daha neşeli karşılaşması için gayret eden, zenginlik ve refah kapısını üreticisine aralamak için özveri bir gayret sergileyen tüm Konya Şeker Ailesi adına ailenizle birlikte daha nice Ramazanlara kavuşmanız dileğiyle Ramazan Bayramınızı sağlık, sıhhat ve huzur dileklerimizle kutlar, kalbi sevgi ve selamlarını sunarım.

Konya Şeker Tarımsal AR-GE ile Konya Ovası'nda Yeni Bir Çığır Açmaya Hazırlanıyor...



Sezona İKİ ÜRÜN çalışmaları sona gelindi

fiğ ve arpa veya yulaf gibi tahıllar karışık kış dönemi için ekilebilir. Bu karışımlar ertesi yılın ilkbaharında yani Nisan sonu veya Mayıs başında hayvanların beslenmesinde kullanılmak üzere yeşil ve kuru ot kaba yem ihtiyacı için hasat edilebilir.

Özellikle bir baklagil olan fiğ ve buğday karışımı yetiştiriciliği, tarım topraklarının azot miktarının ve organik madde miktarının zenginleşmesini sağlarken elde edilen otun da proteince zengin olması nedeniyle hayvanlar için çok besleyici bir kaba yem üretilmesini sağlıyor. Bu ekim kış döneminde eğimli arazilerde örtü bitkisi görevi de gördüğünden toprak erozyonunu da önüyor" dendi.



Tarımsal sanayi yatırımlarıyla son döneme damga vuran Konya Şeker, AR-GE Müdürlüğü kanalıyla da İç Anadolu şartlarında aynı araziden aynı üretim sezonunda üreticinin iki ürün alabilmesi için çalışmalarını son aşamaya getirdi.

Ar-Ge çalışmalarını Alakova İstasyonu'ndaki deneme tarlalarında sürdüren Konya Şeker, buğday, arpa, fiğ ve kanola gibi ürünlerin hasadından sonra ekilebilecek soya, mısır, ayçiçeği, anız fasulyesi ve susam gibi ürünlerin denemelerini yapıyor.

Konya Şeker AR-GE Müdürlüğü'nün deneme tarlalarında tek yılda iki ürün alma çalışmalarından istenilen sonucun alınması halinde, üretim araziye yayılacak ve ekilebilecek ürün deseni artış gösterirken, özellikle İç Anadolu bölgesindeki üreticilerin gelirlerinde büyük bir artış yaşanacak.

Ülkemizin Akdeniz, Ege, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde iklim şartlarının elverişli olması sebebiyle bu bölgelerdeki üreticilerin bir kısmı aynı tarlada sezonda iki ekim gerçekleştirebilirken, yaz sezonunun kısa olduğu İç Anadolu'da aynı tarlaya aynı sezonda iki ürün ekimi yapılamıyordu. İç Anadolu şartlarında bir sezonda iki ürün alma çalışmalarında erkenci çeşitler dâhil değişik yöntemler üzerinde denemeler gerçekleştiren Konya Şeker Ar-Ge ekibi

yaptığı çalışmalarda son aşamaya geldi.

Konuya ilişkin Konya Şeker Ar-Ge biriminde yapılan açıklamada, "Ülkemizde 4,5 milyon hektar civarında bulunan sulanabilir tarım alanından daha verimli faydalanabilmek için bir yılda iki ürün veya iki yılda üç ürün alma imkânı var. Özellikle yetişme döneminin uzun sürdüğü Akdeniz, Ege, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgesi ile Trakya'da sulanabilir tarım alanlarında kış döneminde yetiştirilen buğday, arpa, fiğ, kanola gibi ana ürünlerin hasadından sonra aynı tarlada yazlık ikinci bir ürün yetiştirebilir. Bir bölgede ikinci ürünün yetiştirilebilmesi için o bölgede sonbaharda ilk donların ve kışın düşeceği tarih önem taşıyor. Örneğin; Kasım ayı başında ilk don veya kışağı düşüyorsa, 15 Haziran-5 Temmuz Ekim 20 Ekim-5 Kasım hasat dönemi olmak üzere yaklaşık 5 aylık süreyi kapsayan bu dönemde ikinci ürün olarak soya, mısır, ayçiçeği, anız fasulyesi ve susam gibi ürünler yetiştirebilir.

Bir başka örnek de kış döneminde üretici ana ürün olarak tahıl veya kanola yetiştirecek olursa Haziran ve Temmuz aylarında yapılacak hasattan sonra çok rahat ayçiçeği, anız fasulyesi, susam, dane ve silajlık mısır yetiştirilebilir. Bu ürünleri Ekim ayı içinde hasat ettikten sonra aynı tarlada Kasım ayında macar fiği,



Konya Şeker 5 sıra birden yükseldi

ISO 500'de 5 Basamak Yükselen Konya Şeker İlk 50'de Yerini Sağlamlaştırdı

İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından her yıl gerçekleştirilen Türkiye'nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu 2012 Araştırmasının sonuçları açıklandı. Üretimden satışlara göre yapılan sıralamada 40 Milyar Liralık satış hasılatıyla TÜPRAŞ birinci sırada yer alırken, ikinci sırada Ford Otomotiv, Üçüncü sırada ise Oyak-Renault yer aldı. Türkiye'nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu arasında ilk sıraları enerji, otomotiv ve metalürji şirketleri paylaşıırken, Sanayi Devleri arasında ilk 50'de sadece üç gıda şirketi yer alırken, ilk yüzdeki tek kooperatif şirketi Konya Şeker Türkiye'nin 44'ncü büyük şirketi oldu.

İSO'nun yaptığı çalışmaya göre Türkiye'nin en büyük 500 Sanayi kuruluşunun 2011 yılına göre 2012 yılındaki satış hasılatları ortalama %9,2 artarken Konya Şeker, Türkiye ortalamasının iki katından daha iyi bir performans sergileyerek satış hasılatını bir önceki yıla göre %20,2 arttırdı. 2011 yılı üretimden satışlara göre yapılan sıralamada Türkiye'nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu arasında 49'uncu sırada yer alan Konya Şeker 2012 yılında sergilediği ve Türkiye ortalamasını 2'ye katlayan bu performansıyla 5 sıra birden yükselerek 44'üncü sıraya yükseldi.

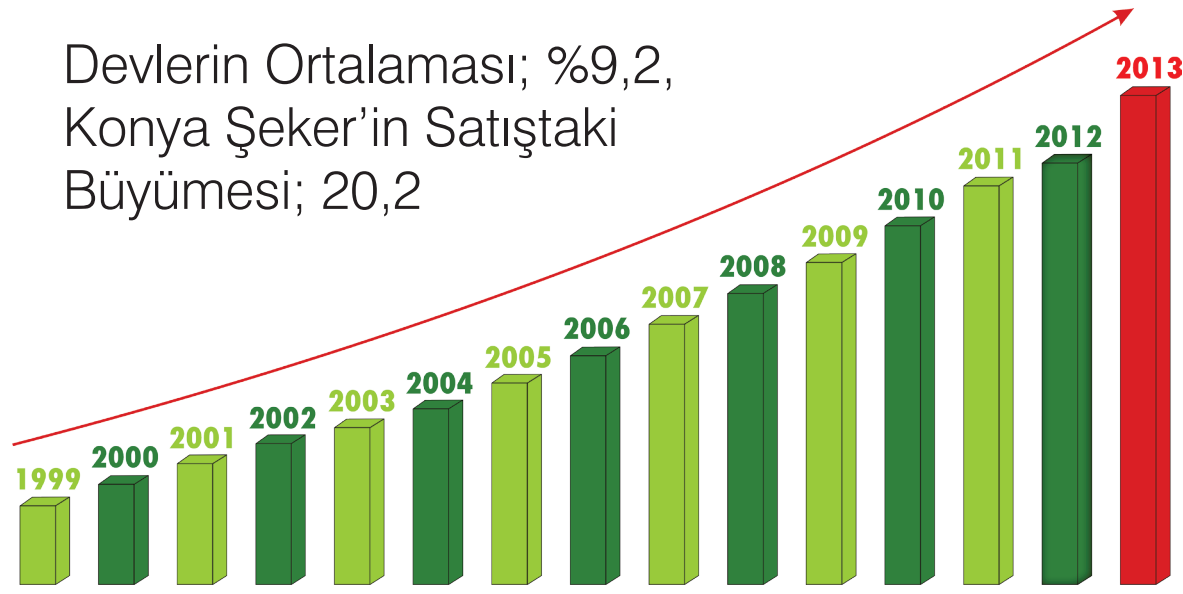
2012 yılında cirosunu bir önceki yıla göre yaklaşık 243 milyon lira artıran Konya Şeker, 2011 faaliyet yılında 1.204. 158.537 lira olarak gerçekleşen net satış hasılatını 2012'de 1.447.201.610 liraya çıkardı. 2011 yılına göre satış hasılatını %20,2 arttıran Konya Şeker ilk 50'de yer alan şirketlerin

birlikte yer alan Konya Merkezli 8 (isminin açıklanmasını istemeyen şirket hariç) şirketin toplam satış hasılatı 3.151.014 TL oldu. Bir üretici kuruluşu olarak otomotivden, kimya sanayine, beyaz eşyadan, çimento sanayine kadar pek çok tanınmış marka ile kamu ve yerli/yabancı sermayeli büyük sanayi kuruluşlarını geride bırakan Konya Şeker, listenin ilk ellisindeki en büyük tarımsal sanayi kuruluşu olarak da dikkat çekti.

İstanbul Sanayi Odası'nın 2012 yılı verilerini baz alarak hazırladığı Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Sıralamasında Konya Şeker'in 49'ncu sıradan 44'ncü sıraya ilerleyişini değerlendiren Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk, Konya Şeker'in son 12 yıldır istikrarlı bir şekilde yatırım yaptığını ve yapılan yatırımların büyüme rakamlarına, dolayısıyla da satış hasılatına yansıdığını ve bunun sonucunda da sanayi kuruluşları arasında hedefine ulaşma yolunda azimle ilerlediğini vurgulayarak şunları söyledi;

“Bu tür çalışmaları önemsememizin bir sebebi var. Bu tür çalışmalar bize bir yıllık performansımızı Türkiye'nin diğer şirketleri ve diğer sektörleri ile kıyaslama imkânı veriyor. Yani kendimizi ölçme, performansımızı tartma fırsatı buluyoruz. Neleri başarmışız, eksiklerimiz var mı tespit etme imkânına sahip oluyoruz. Diğer sektörlerde göre neredeyiz, performansımız hangi seviyede onu görebiliyoruz. Mesela bu sene Türkiye'nin ilk 500'ündeki Sanayi devleri üretimden satışlarını %9,2 arttırmış.

Devlerin Ortalaması; %9,2,
Konya Şeker'in Satıştaki
Büyümesi; 20,2



yerleştik. Şunu hemen belirtmem lazım bir önceki yıla göre bizim şeker üretim kotamız artmadı. Bu satış rakamları üretimden satışlarımızdaki bu artışın kaynağı yaptığımız yatırımların ciromuza verdiği katkıdır. Biz yatırımlarımızla şunu yaptık, ana faaliyet konumuz şeker üretimi sonrası ortaya çıkan atıkları ve yan ürünleri ekonomik değere dönüştürecek yatırımlar gerçekleştirdik. Mesela çöpe giden küspeyi kurutacak, paketeleyecek tesisler kurduk ve bunu ekonomik değeri olan bir ürüne dönüştürdük. Küspesini fabrikadan almaya bile tenezzül etmeyen üreticilerimizin küspesini birkaç kat fiyat vererek biz aldık. Mesela melası da heba etmedik. O da şeker üretimi sonrası çıkan bir yan üründür ve biz bunu nasıl daha değerli hale getiririz diye çalıştık. Biyoetanol üretim tesisini

eden Recep Konuk, Konya Şeker'in Türkiye Sanayisinin sadece belli bir coğrafi bölgede kurulu olursa gelişim gösterebileceği ya da başarılı olabileceği ezberini de, tarımsal sanayinin rantabl olmadığı yanlışlığını da, çok ortaklı şirketlerle ilgili yanlış algıları da, kooperatif şirketlerin başarılı olamayacağı ön yargısını da son on yılda gösterdiği performansla yerle bir ettiğini, Anadolu'dan da, tarım sektöründen de sanayi devleri çıkabileceğini, kooperatif şirketlerin de başarılı olabileceğini tüm Türkiye'ye ispatladığını, bunun da İSO'nun açıkladığı sıralama ile teyit edildiğini belirterek şu değerlendirmeyi yaptı:

“İstanbul Sanayi Odasının her yıl yaptığı bu sıralama bir tespittir. Yani ülkedeki sanayi kuruluşlarının bir yıllık fotoğrafını çekiyor. 2012 yılı için hazırlanan raporda Konya Şeker tüm kuruluşlar arasında 44'üncü özel sektör kuruluşları arasında 39'ncu sırada yer aldı. Bu bizim için bir gurur tablosudur. Bizimle birlikte ilk 44'te yer alan kuruluşlardan 5'i kamu kuruluşu diğerleri özel sektör. Bu kuruluşlar İstanbul, Kocaeli, Sakarya ve İzmir'de yer alıyor. Bu önemli bir ayrıntıdır. Birçok ilden hiçbir sanayi kuruluşunun ilk 500'de yer alamadığı listede hem üst sıralarda Konya şeker'in yer alması hem de listede başka sanayi kuruluşlarının da olması Konya'da yatırım ikliminin iyileşmesi ve moral değerlerin yükselmesi açısından önemlidir. Bu sanayileşme yarışında önlere koşmayı başaran Konya Şeker, özel şirketler arasında 39'ncu sırada yer alan bir kooperatif şirkettir. Bu önemlidir. Çok ortaklı şirketlere karşı yanlış bazı ön yargıları, ezber haline gelmiş yaklaşımları, Konya Şeker'in gösterdiği performans bozmuştur. Bir diğer ayrıntı, listenin üst sıralarında artık bir tarımsal sanayi kuruluşu vardır ve oradan kopmayacağını, daha da yukarılara tırmanacağını son yıllarda istikrarlı bir şekilde yükselişini sürdürerek ispatlamıştır. Bu da ülke tarımı ve tarım sektörü açısından son derece önemlidir. Biz listedeki bugünkü yerimize 12 yıldır yaptığımız yatırımlarla ulaştık. Hep daha çok üretmeyi hedefledik. Üretirken de, daha çok üretirmeyi hedefledik. Bu halisane yaklaşım, üretim odaklı yatırım planlaması bizi sanayi devleri arasında 44'üncülüğe taşıdı. Biz Konya Şeker olarak bu yetmez diyoruz. Daha çok yatırım, daha çok ürün, daha çok üretim diyoruz ve daha çok yatırım iddiamızı gerçekleştirmiş olmanın öz güveni ile üretici ortaklarımızın daha çok üretmesine ve daha çok kazanmasına imkân verecek yeni tesislerimizin de devreye girmesi ile önümüzdeki birkaç yıl içinde Türkiye'nin 500 Sanayi devi arasında Konya Şeker'in oğul vereceğini, Konya Şeker'den doğmuş ve ona eşlik edecek kuruluşların da bu listeye dâhil olacağını belirtmek istiyorum. Yani birken iki, iki iken üç olacağız ve sanayileşme, kalkınma yarışında bayrağı, bayrakları köylerimize de taşıyacağız, refahı ve zenginliği oralara da ulaştıracacağız.”



net satış hasılatındaki %11'lik büyüme rakamını da yaklaşık ikiye katlayarak ilk 50 içinde en hızlı büyüyen 10 şirketten biri oldu. 2012 sıralamasında Konya Şeker, Türk Şeker ile birlikte ilk 50 içinde daha üst sıralara ilerlerken, ilk 500 içindeki kooperatif şirketlerinden 2011 yılında ülkemizin 500 Sanayi Devi arasına 105'nci sıradan giren Kayseri Şeker 2012'de 135'nci sırada yer alırdı. 2012 yılındaki üretimden satışları dikkate alarak İstanbul Sanayi Odası'nın açıkladığı Türkiye'nin 500 Sanayi Kuruluşu sıralamasında bir önceki yıla göre 5 basamak birden yükselerek ilk 50 arasındaki yerini koruyan ve yaptığı bu yükselişle iş dünyasında dikkatleri üzerinde toplayan Konya Şeker'in büyümesinin tesadüfi veya konjonktürün bir sonucu olmadığı açıklanan rakamlarla bir kez daha teyit edildi.

1 milyar 447 milyon liralık satış hasılatı ile listeye 44'üncü sıradan giren Konya Şeker dışında Konya'dan isminin açıklanmasını istemeyen bir şirket ile birlikte 8 şirket daha ilk 500 içinde kendisine yer bulurken, sıralamaya Pakfen 190'ıncı, Tümosan Motor Fabrikası 287'nci, Konya Çimento 346'nci, Ova Un 451'nci, Helvacıza 473'ncü ve Enka Süt 474'ncü sıradan girmeyi başardı. İlk 500 içinde Konya Şeker ile

Biz %20,2 arttırmışız. Yani ortalamanın üzerinde bir performans sergilemişiz. Bu şu açıdan önemli, bizim büyümemiz, bizim üretimdeki büyümemiz üreticinin de büyümesi demektir. Bizim daha çok ürettirmemiz demektir.

Konya Şeker'in bu sıralamada yukarılara doğru tırmanması bir tesadüf sonucudur değildir. Konya Şeker kriz dönemlerinde ya da ekonomide yaşanan dalgalanma dönemlerinde bu listede bir parlayıp bir sönen şirketlerden de değildir. Konya Şeker son 12 yıldır istikrarlı bir şekilde yatırım yapıyor. Daha çok üretmek, daha çok ürettirmek için yatırım yapıyor. Bizim sloganımız belli, Konya Şeker ismini biz Türkiye'nin üreten gücü olarak tarif etmiştik. Bu bir inancın, iddianın ve hedefin ifadesiydi. Biz o iddia ve inancın gereği olarak hedefimizi her yıl bir önceki yıldan daha çok üretmek olarak belirledik. Bu iddia ve inançla yola çıkıp, hedeflerimizi de birer birer gerçekleştirince İSO'nun her yıl açıkladığı listede Konya Şeker'in istikrarlı bir şekilde üst sıralara tırmanması da zaten doğal bir sonuçtur.

Burada bir ayrıntıya dikkat çekmek istiyorum. Bu sene bir önceki yıla göre %20,2 büyüyerek 5 basamak daha ilerledik ve İlk 500'ün içinde 44'ncü sıraya

kurduk. Bu tesiste atıktan biyoetanol üretmeye başladık. Yine hem ülkemiz hem üretici hem kurum kazançlı çıktı. Şimdi yine üretim faaliyetimiz sonrası çıkan atıklardan organik gübre, sıvı karbondioksit üretmeye başladık. Bunlarla da kalmadık. Kota artmadı, şeker fiyatları artmadı üretimden satışlardaki artış nereden kaynaklandı diye merak edenler için söylüyorum. Biz ürettiğimiz kristal şekeri de katma değerli hale getirecek yatırımlar yaptık. Bunlardan biri sıvı şekerdir. Sıvı şekerden sonra, baklava ve tel kadayıf şerbeti, sütlü tatlılar için şerbet, dondurma şurubu gibi fonksiyonel ürünleri de üretmeye başladık. Yani hem ürettiğimiz ürünü katma değerli hale getirecek yatırımları yaptık hem de işletmemizi atık atmayacak hale getirdik. Üretimden satışlardaki her yıl istikrarlı artışın kaynağı budur. Benim sıkışma yatırımları dediğim ve yan ürünleri ekonomik değere dönüştüren, nihai ürünümüzü de katma değerli hale getiren bu yatırım yaklaşımı Konya Şeker'in hem büyümesini hem yeni yatırımlara sağlam finans kaynağı bulmasını hem de üretici ortaklarının ürettiği tarımsal ürünlere daha yüksek ürün bedeli verebilmesini sağlamaktadır.” Son 12 yılda yaptığı yatırımlar ve koyduğu vizyon ile Konya Şeker'in Sanayi devleri arasında üst sıralara tırmanmasına önderlik

Torku Çikolata ve Sert Şekerleme üretiminde geçen yıla oranla % 50 artış oldu.

Torku markasıyla çikolata pazarına hızlı bir giriş yapan Konya Şeker, ikramlık çikolata kategorisinde ürettiği 14 yeni ürünle bayrama giriyor. Türkiye'nin en büyük şeker üreticilerinden biri olan Konya Şeker, Torku markalı ikramlıklarını dünyanın en modern entegre tesislerinde, GDO'suz ve yüzde 100 pancar şekerinden üretiyor.



Torku, bu bayram çok farklı

2007 yılında çikolata pazarına giren Konya Şeker, çikolata, şekerleme, lokum ve unlu mamulleri "Torku" markasıyla pazara sunuyor. Konya ve Çumra'da Kurulu iki fabrikasıyla Türkiye'nin şeker ihtiyacının yaklaşık yüzde 25'ini karşılayan Konya Şeker, çikolata, lokum, unlu mamuller ve şekerden oluşan ikramlık pazarında da kısa sürede önemli bir pazar payı elde etti. Geçtiğimiz Ramazan'da ürettiği ikramlık çikolatalarla tüketicinin beğenisini kazanan ve

bayramlık pazarında önemli bir konuma gelen Konya Şeker, bu ramazanda da hem üretimini hem de ürün çeşitlerini geçen yıla göre % 50 artırarak bu sene piyasaya 1.700 ton ürün sundu.

Bu yıl 14 adet yeni ürünle tüketicilerin karşısına çıkan Torku, ürünlerinin tamamında gerçek çikolata kullanırken, ürünleri yeni bir teknolojiyle ince kabuk ve bol dolgu oranıyla üretiyor. İkramlık ürünlerde her damak tadına hitap

edebilecek akışkan kremalar ve karamellerle birlikte çeşni olarak badem, fındık ve fıstık kullanılıyor. Torku bu yıl ürünlerin sunumuyla da sektörde farklılaşacak. Ürünler çok çeşitli sunum konseptleriyle tüketiciye ulaşacak. Tüketiciler ürünleri hediyecek kutulardan, dökme ambalajlara kadar alternatif gramajlarda ve çeşitte raflarda görebilecek. Böylece tüketiciler her bütçe ve isteğe uygun ürünler bulabilecek.



Kalite ve lezzet deyince Torku akla geliyor

bildirimler ve teşekkürler alıyoruz. Özellikle üretim üssümüzün Anadolu'nun göbeğinde olması, bu bölge insanının büyük teveccühünü kazandırıyor" dediler. "Torku" markası gün geçtikçe tüketiciler tarafından bilinen ve tüketici nezdinden değer kazanan marka olma yolunda hızla ilerlediğini belirten yetkililer; "Marka bilinirliğinin Türkiye genelinde hızla artması ve kısa zamanda tüketiciler tarafından ürünlerin tercih ediliyor olması büyük bir başarının eseri. Tüketiciler, Torku markasının Konya Şeker şemsiyesi altında olduğunu öğrendikçe ürünlere güvenleri daha da artıyor. "Torku İletişim Merkezine" gelen geri bildirimlerde Torku markasının "güven", 'kalite' ve 'sağlık' anahtar mesajları ile anıldığını görüldü. Ayrıca ürün çeşitliliğinde pazara sunduğumuz ilkler, yenilikler nedeniyle markamızın tüketici nezdinde farklılaşma olgusunu da çağrıştırdığını görüyoruz. Tüketiciler piyasaya sunulan ya da sunulacak olan Torku markalı ürünlerde farklılık arıyor. Torku markamız kısa sürede gıda sektöründe adından söz ettirmeyi başardı ve tüketici algısında kısa sürede olumlu bir konuma geldi. Bugün ve sonrasında, daima kaliteli, sağlıklı ve yenilikçi ürünler üretmeye, kendisinden söz ettiren ve güvenle tüketilen ürünlerimizle markamızın tercih edilebilirliğini artırmaya devam edeceğiz" diye belirttiler.

Torku'da ürün yelpazesi hızla genişliyor

Torku 2013 yılı itibarıyla unlu mamuller yatırımını gerçekleştirdi ve bu yatırımın meyvelerini almaya başladı. Gofret tesislerinde üretilen kaplamalı ve kaplamasız olmak üzere toplam 10 çeşit ürün pazarda büyük beğeni topladı. Aynı başarıyı bisküvi, kek ve diğer şekerleme gruplarında da yakalamak için yoğun bir şekilde Ar-Ge faaliyetlerine ve üretim denemelerine devam ediliyor. Bisküvi üretimi ile ilgili çalışmalarda ise sona yaklaşıldı. Önümüzdeki okul sezonunda ürünler piyasaya çıkacak şekilde planlama yapılıyor. Kek tesislerinde de ilk deneme üretimleri kısa süre içerisinde başlayacak. 2013 yılı sonunda keklerin tüketicinin beğenisine sunulması planlanıyor.

Bu çalışmaların yanı sıra montajı hızla devam eden jelly şeker hattında deneme üretim çalışmaları temmuz sonu itibarıyla başlayacak. En kısa sürede bu çeşitleri piyasaya sunabilmek için görevliler yoğun bir şekilde çalışıyor. Tüketicinin damak tadına uygun olarak hazırlanan yeni ürünler de bundan önce olduğu gibi Torku markası ve kalitesiyle tüketiciye ulaşacak.



Torku'nun 2007 yılında pazara girmesiyle birlikte her geçen gün ürünlere tüketicinin ilgisi artarak devam ediyor. Torku yetkilileri yaptıkları açıklamada: "İnsanlar Torku markasını gördüklerinde akıllarına en başta "kalite" ve "lezzet" in geliyor. Türkiye'nin hatta dünyanın sayılı markaları ile karşılaştırdıklarında, ürünlerimizin lezzeti hakkında onlardan daha iyi olduğumuz yönünde

Torku Banada Kids, Buz Devri'nin sevilen karakteri Scrat ile çocukları fındığa ulaşma yolculuğuna davet edecek.

Çocukların peşini bırakmayacağı Torku Banada Kids çıktı



Konya Şeker, çocukların vazgeçemeyeceği Torku Banada Kids kakaolu fındık kremasını çocukların beğenisine sundu. Çocukların en beğendiği animasyon filmlerden biri olan Buz Devri'nin sevilen karakteri Scrat'ın marka yüzü olduğu Torku

Banada Kids ürünü daha çok fındık arayan çocukların favori lezzeti olacak ve "Lezzetin Peşini Bırakma" sloganı ile çocukların kalbini fethedecek. Yüzde yüz doğal pancar şekerinden ürettiği yüzde yüz doğal lezzetleri tüketiciyle buluşturan Konya Şeker'in pazara sunduğu Torku Banada Kids kakaolu fındık kreması fındık seven çocukların favori lezzeti olacak. Çocukların ilgi ile takip ettiği Buz Devri

filminin sevilen karakteri Scrat'ın marka yüzü olduğu Torku Banada Kids ürünü çocukları fındığa ulaşma yolculuğuna davet edecek. Bol fındıklı ve bol sütlü Torku Banada Kids trans yağ, koruyucu ve renklendirici içermiyor. Üretici kuruluşu Konya Şeker'in güvencesini taşıyan Torku Banada Kids'i anneler çocuklarına gönül rahatlıkla yedirebilecek.



Torku Süt hem tüketiciden hem dağıtım kanalından tam not aldı

Konya Şeker'in Avrupa'nın en büyük lezzet üssünde ürettiği, süt ve süt ürünleri pazarındaki ilk ürünü Torku Süt hem tüketiciden hem de dağıtım kanalından tam not aldı. Bugün itibarıyla Türkiye'deki 70 ilde ve önemli 135 zincir mağazanın 50'sinde satışa sunulan Torku Süt, yakın zamanda Türkiye'nin her noktasına ulaşacak

Tarım sektöründeki faaliyetleri ile üreticinin ürününe değer katan Konya Şeker, şimdi de hayvancılık sektöründe faaliyet gösteren üretici ortaklarının gelişimine destek oluyor. Tamamlandığında dünyanın en büyük Et-Süt Entegre Tesisi unvanına sahip olacak gıda kompleksindeki Süt Fabrikasında Torku Süt'ü üreten Konya Şeker'in süt ve süt ürünleri pazarındaki ilk ürünü hem üretici hem tüketici nezdinde beğeni topladı. Torku süt ambalajının kapaklı ve etrafa sıçramadan kolay dökülür olma özelliği, tutuş açısından ergonomik olması, boyut itibarıyla dolapta kolay stoklanabilir olması da tüketici tarafından çok sevildi. Konya Şeker, iletişim çalışmaları ile de ürün satışlarını desteklemeye devam ediyor. Konya Şeker'in yine "önce çiftçi" dediği yatırımda, Torku markalı sütler dünyanın en modern tesisinde, süreçlerin tek noktadan yönetildiği bir sistem ve son teknolojiyle, el değmeden özenle işleniyor. Bu yatırımın devreye girmesiyle sektör büyük bir oyuncuya daha kavuştu.

Torku Süt, "Tarladan Sofraya Torku Güvenilir Gıda Zinciri" ile üretiliyor

Konya Şeker'in 900 bin çiftçi ailesinin gücüyle oluşturduğu "Tarladan Sofraya Torku Güvenilir Gıda Zinciri" ile hammadde tedariki sağlanıyor. Sertifikalı Çiftçi Modeliyle çiftçilere yönelik yaptığı eğitimler, veteriner kontrolleri, hijyenik sağıma gösterdiği hassasiyet, sağım sonrası fabrikaya ulaşmadan önceki soğutma tankı desteği ile sütlerin bozulmadan sevk ediliyor olması Konya Şeker'i sektörde farklılaştırıyor. Çiftçilere yönelik verdiği eğitimleri Selçuk Üniversitesi'nin Ziraat ve Veterinerlik Fakültesi ile birlikte yürüten Konya Şeker, çalışma çerçevesinde çok değerli akademisyenler ve meslek mensuplarıyla bizzat sahada eğitimler gerçekleştiriyor. Süt üreticisi olarak eğitimini tamamlayıp sertifikalandırılan çiftçilere yönelik olarak yem fabrikasında üretilen, süt hayvancılığı için özel formüle edilmiş yem temin ediliyor. Sertifikalı çiftçilerin sütleri analiz edilerek kontrolden geçiriliyor. İlk güğümde başlayan, soğutma tankında devam eden, fabrikaya sevk ve fabrikaya girişle birlikte de nihayete ulaşan Konya Şeker'in hassas kalite kontrol zinciri ile Tarladan Sofraya Torku Güvenilir Gıda Zinciri olarak tanımladığı hammadde temini anlamlı bir sürece dönüşüyor. Tek bir merkezden üretim süreçlerinin yönetildiği akıllı havalandırma sistemine ve en son teknolojiye sahip tesiste Konya Şeker'in kurduğu bu zincirin bir uzantısı olarak öne çıkıyor.

Bu sistem ve süreç sayesinde Konya Şeker, sütün ilk sağıldığı andaki lezzet ve nefasetini koruyabiliyor, bu da tüketici nezdinde sütün çok lezzetli olduğuna ilişkin geri dönüşler almasını sağlıyor. Tedarik ve üretim alt yapısını oluştururken kaliteye yaptığı yatırımlarla doğallık, hijyen ve kaliteden taviz vermeden üretim yapan Konya Şeker, tüketicinin özlediği lezzetleri sofralarına taşıyor. Torku Süt ile süt ve süt ürünleri sektörüne ilk adımını atan Konya Şeker, gelen olumlu bildirimlerle pazardaki ürün çeşitliğini genişletmeye devam ediyor.

Torku markalı yeni süt ürünleri yolda

Konya Şeker Ağustos sonu itibarıyla peynirden, yoğurda tereyağından ayrana kadar kategorideki diğer ürünleri de tamamlayacak. Ülkemizde özellikle küçük yaşlardan itibaren çocuklara sütü sevdirmek ve süt içmeyi alışkanlık haline getirmek için çikolatalı ve meyveli sütler üretmeyi planlayan Konya Şeker, şu an pazarda olmayan sütlü, süt bazlı farklı ürünleri de Türk tüketicisinin beğenisine sunmayı hedefliyor. Süt ürünlerinin vazgeçilmezi olan yoğurt ve tereyağı ile beyaz, kaşar ve sürülebilir gibi zengin çeşitleri olan peynirler de Konya Şeker'in portföyüne yakın bir süre



sonra eklenecek. Ayran gibi yoğurt bazlı içecekler de özellikle tüketicilerin beklentilerine göre üretilerek kısa zamanda raflarda yerini alacak.

Bölgenin hayvancılıkta yeterince kullanamadığı atıl potansiyel devreye girdi

Konya Şeker, Panagro Et-Süt Entegre Gıda Kompleksi'nde, teknolojik üstünlüklere sahip donanımıyla hijyenik bir ortamda doğal ve sağlıklı üretim gerçekleştirirken, kurduğu üretim zinciriyle bölge ve ülke hayvancılığının da gelişiminde önemli bir rol oynamaya, katma değerli üretimle üreticinin refahını daha da artırmaya başladı.

Bu yatırımla bölgenin hayvancılıkta yeterince kullanamadığı atıl potansiyel ve iş gücünü devreye sokan, bitkisel üretim ve onun atıklarının kullanılıp

arpa, buğday, ayçiçeği akla gelen her ürün de o kadar kıymetlidir ve her ürünün değerini bulacağı bir sistemi kurmak Konya Şeker'in asli vazifesidir. Ancak sadece bitkisel üretimin korunması, bitkisel üretimin değer bulması üreticinin artan refahtan yeterince pay alabilmesi için tek başına yeterli değildir. Bitkisel üretimin en çok desteklediği yan sektör hayvancılıktır ve her üretici aynı zamanda hayvancılık da yapar, yapmak zorundadır. Çünkü sapını samanını, anızını, küspesini hayvancılık yapıyorsa en verimli şekilde ekonomik değere dönüştürebilir. Yani saptan, samandan, ottan, küspeden et-süt üretir. Et ve süt, eğer işlenebilir ise gelir seviyesi ve refah düzeyi yükselen ülkelerde tüketimi gittikçe artan ve üreticisine daha fazla para kazandıran mamul ürünlerin temel girdisini oluşturur. Konya



katma değerli hale getirilerek sağlanan yatırımları et ve süte dönüştürmeye başlayan, verimi yüksek ırkların yetiştirilmesi ile hayvancılığın daha rantabl yapılabilmesi için adım atan Konya Şeker, embriyo üretimi ile de hayvan varlığını artırmayı hedefliyor. Süt Tesisi'nin tam kapasite devreye girmesiyle birlikte ülke hayvan varlığında da hissedilir bir artış sağlanması ve arzu edilen seviyeye ulaşılması sonucuet ve süt ürünleri fiyatlarının konjonktüre göre dalgalanmaması hedefleniyor.

Konya Şeker'in hayvancılık alanındaki adımları ve bu sektördeki vizyonu hakkında değerlendirmede bulunan Pankobirlik Başkanı Recep Konuk, "Konya Şeker'in öncelikli görevi üreticinin yanında olmaktır ve yaptığı her yatırımla üretimde sürdürülebilirliği ve sürekliliği sağlamayı hedeflerken üretici gelirlerini de çeşitlendirmeyi amaçlar. Üreticinin ürettiği şeker pancarı Konya Şeker için ne kadar kıymetli ise patates,

Ovası üretim deseni ile sadece Türkiye'nin değil dünyanın en önemli hayvancılık girdisini sağlama potansiyeline sahiptir. Hem yem bitkileri üretimindeki yüksek verimi, hem en önemli sanayi bitkisi olan şeker pancarının atıkları ile bugün ovada yapılanın üç beş misli hayvancılık yapmak mümkündür. İşte bu potansiyeli harekete geçirip üretici ortaklarının bitkisel üretim dışında da yeni ve daha standart bir gelir kaynağına kavuşmasını arzulayan Konya Şeker hayvancılığa adım atarak etliye sütlüye karışmaya karar vermiştir. Atıl bir potansiyeli harekete geçirerek ülkemizin hayvancılıkta yaşadığı problemlerin çözümüne katkı sunmayı amaçlayan Konya Şeker, aynı zamanda üreticisinin ilave bir gelir kaynağına kavuşmasına imkân oluşturmaktadır. Böylece hem süt hem et fiyatlarında regülasyon sağlayarak üreticinin yaşadığı fiyatlama problemini aşmaya hizmet etmek hedeflenmektedir" dedi.

Ayçiçeğine yoğun talep kapasiteyi 500 tondan 2.400 tona çıkaracak yatırımı başlattı

Konya Şeker Ham Yağ Tesislerini kurdu Konya Ovası ayçiçeği tarlasına döndü

Konya Şeker'in, ülkemizin ithalat kalemleri arasında petrolden sonra ikinci sırada yer alan ve büyük döviz kaybına yol açan ham yağ açığını azaltmak, münavebe ürün yelpazesini genişletmek amacıyla kurduğu Altınekin Yağlı Tohumlar İşleme ve Ham Yağ Tesisleri, hem ülke ekonomisine hem de bölge üreticisine katkı sağlamaya devam ediyor.



Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk'un ekonomik değeri yüksek ürünlerle Konya Ovasının yatırımına start verdiği ve Altınekin'e kurulan Ham Yağ Tesisleri ile Konya Şeker'in, ülkemizin petrolden sonra en çok döviz ödediği ham yağ açığının azaltılması konusunda bölge ve ülke ekonomisine katkısı her geçen gün büyük bir artışla devam ediyor. Hem ülkemizin ham yağ ithalatı için yaptığı döviz sarfiyatını önlemek hem de

münavebe ürün çeşitliliğini geliştirmek amacıyla kurulan tesis, ilk sezonu olan 2012 yılı itibarıyla yaklaşık 40 bin ton ayçiçeği alımı gerçekleştirdi. Alınan bu üründen 18 bin ton ham yağ ve 24 bin ton küspe elde edildi. 2013 sezonunda tesisin ilk yılına göre en az 4 kat ayçiçeği alımı yapması planlanırken, fabrikanın kapasitesinin 5 katına çıkaracak ve tesisin yıllık 700.000 ton yağlı tohum işlemesine imkan verecek kapasite artırımı yatırımı da devam ediyor.

civarında gerçekleşerek üretimin 375 bin ton civarında olacağı tahmin ediliyor. 2010 yılı itibarıyla sadece 50-60 bin ton ayçiçeği üretebilen ve ülkemizin toplam üretimi içinde onda birlik bir orana bile ulaşmayan Konya, 2013 yılı tahmini üretim rakamlarına göre ülkemiz ayçiçeği üretiminin yaklaşık üçte birini karşılamaya başlarken, önümüzdeki birkaç yıl içinde bu oranın % 50'ler seviyesine çıkması bekleniyor. Konya Ovasının ayçiçeği üretiminde

Torku
“DOĞAL OLARAK BİZDEN”

Özlediğiniz gibi...

Torku
doğal SÜT

UHT Whole MILK 1lt

O NEFİS LEZZET HATIRALARINIZDAKİ GİBİ SİZİ BEKLİYOR. TORKU TÜM TÜRKİYE'Yİ ÖZÜNE GERİ GÖTÜRÜYOR. SÜTÜNDEN YOĞURDUNA KADAR HER ŞEY TORKU'DA. ÇÜNKÜ BAZEN HATIRALAR AKILDA DEĞİL DAMAKTA KALIR.

konyaşeker



2011 yılında Konya Şeker'in Ham Yağ Fabrikasının kurulacağını duyurulmasından sonra bölgede ekilen ayçiçeği miktarı, bir önceki seneye göre 2 kat arttı. 2011 TÜİK verilerine göre, Konya'da 98 bin ton olan ayçiçeği üretimi, 2012 yılında 210 bin tona çıktı.

Altınekin kampusunda kurulu Ham Yağ Fabrikasının 500 ton/gün işleme kapasiteli ilk etap yatırımı 15 milyon dolarlık yatırım bütçesi ile tamamlayan Konya Şeker, günlük işleme kapasitesini 5'e katlayacak yatırım ile birlikte toplamda 90 milyon dolarlık bir yatırıma imza atmış olacak. Kapasite artırımı yatırımının tamamlanmasıyla yıllık 150 bin ton olan ayçiçeği işleme kapasitesi 700 bin tona ulaşacak olan Konya Şeker, yıllık 300 bin tonu aşacak ham yağ üretimi ile de Türkiye'nin yaklaşık 1 milyon ton olan yağ ihtiyacının yüzde 30'unu tek başına karşılayabilecek.

Son yıllarda hükümetin yağlı tohumlara verdiği destek ve Konya Şeker'in Ham Yağ Fabrikasını tamamlamasıyla artmaya başlayan ve geçtiğimiz yıl ülke genelinde yaklaşık 900 bin tona ulaşan ayçiçeği üretiminin 2013 yılında 1 milyon 350 bin ton olarak gerçekleşmesi bekleniyor. 2012 yılını göre Türkiye'de ayçiçeği üretiminin yaklaşık %50 oranında artması beklenirken, bu artışın Konya'da %85'ler

harekete geçmesi ve ayçiçeğinin de en çok üretildiği bölge olmasıyla Türkiye'nin yaptığı ayçiçeği ithalatı azalırken hem ithalata daha az döviz harcayacak olan ülkemiz hem de ayçiçeği bedeli olarak yabancı ülkelere giden ürün bedeli kazanç hanelerine yazılacak bölge üreticisi kazanacak. Bu yatırım bölge ekonomisine yeni bir canlılık getirecek ve Konya Bölgesi'ndeki üretim havzasındaki çiftçiler şeker pancarı, arpa, buğday ve patatesten sonra 4. münavebe ürünü olarak ayçiçeği ve kanola bitkisini de gönül rahatlığı ile ekebilecek. Ayrıca hayvancılık açısından da büyük önem arz eden bu yatırımla yağ elde etme işleminden sonra kalan yüksek proteine sahip küspenin tamamı, başta Konya Bölge'si olmak üzere ülkemizde bulunan yem sanayisinin kaliteli hammadde ihtiyacını karşılamak için kullanılacak.

Konya Şeker'in Ham Yağ Tesisleri, ayçiçeği alımlarında yağ ve nem parametreleri ve değerleri üzerinden alım gerçekleştiriyor. Yağ ve nem değerlerini çok kısa sürede ölçen ve dünyada referans kabul edilen cihazlar ile kalite kontrollerini yapan Konya Şeker fiyatlandırmada ölçülebilir bir sistem izliyor. Bu sistemle yüksek yağ oranına sahip tohum çeşitlerinin kullanımını özendirerek teşvik ediyor.

“Türk Çiftçisi Üretsin İthalat Bitsin” Diyen Konya Şeker’den Yeni Hamle;

Tarım ülkesi Türkiye’de %100 ithal ayıbına son! Patates nişastasını kendimiz üreteceğiz...

Seydibey Dondurulmuş Parmak Patates Tesislerinde yapımı devam eden ve bu yıl sonu itibarıyla devreye alınması planlanan Türkiye’nin ilk patates nişastası fabrikası ile Konya Şeker, ülkemizin dışa bağımlı olduğu patates nişastası alanında da Türkiye’nin can simidi olma rolünü bir kez daha üstlenecek. Bu tesisin devreye alınması ile birlikte bebek mamaları başta olmak üzere, gıda, inşaat enerji gibi birçok sektörde kullanılan ve ülke ihtiyacının tamamını ithalatla karşıladığımız patates nişastası artık ülkemizde üretilmeye başlanacak. Tesisin üretime başlamasıyla birlikte tamamını ithal ikamesiyle yurtdışından temin ettiğimiz yaklaşık 30 bin ton patates nişastası Konya Şeker’in Seydibey Tesisleri’nde üretilecek. Bölge üreticisinin üretimini gerçekleştireceği ve her cins ile her ebattaki patatesi işleyebilecek olan tesis, her yıl yaklaşık 35-40 milyon dolar dövizin patates nişastası bedeli olarak ithalata akmasının önüne geçerken bölgedeki patates üretiminin de katlanarak artmasını

sağlayacak.

Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk’un ülke çiftçisi tarafından üretilen ya da üretililecek ürünlerin ithalatının önlenerek ithalata akan dövizin yönünün ülke çiftçisine çevrilmesini sağlamak amacıyla özellikle işlenmiş tarım ürünleri ithalatını önleyecek tesisler kurma stratejisi çerçevesinde yatırımını başlattığı Patates Nişastası Fabrikası tüm nişasta çeşitlerinin yanı sıra, patates proteini de üretecek.

Konya Şeker’in Seydibey Kampüsünde kurduğu Türkiye’nin ilk patates nişastası fabrikasında saatte 30 ton patates işlenebilecek. Fiziki yatırımı tamamlanan ve makine montaj işleri bitme aşamasına gelen tesiste yıl içerisinde deneme üretimine başlanacak. Düşük kaliteli patatesleri de işleyebilecek olan tesis, üreticinin elinde bulunan sarı-beyaz, küçük-büyük patates ayrımı yapmadan tüm ürün guruplarını değerlendirebilecek.



Seydibey’in kapasitesi yüzde 120 artırılıyor, Kaplama patates ürünleri de ilk defa Seydibey’de üretilecek



Türkiye’de dondurulmuş parmak patates pazarına Pratiko markasıyla girmesinin ardından kısa bir süre sonra pazarda yüzde 25’lik paya ulaşan Konya Şeker’in iştiraklerinden biri olan Seydibey Tarım Ürünleri Entegre Tesisleri’nde kapasite artırımına gidiliyor. Sektörde kalitesiyle fark yaratan Konya Şeker, Pratiko markasıyla tüketiciye sunulan ürünlere karşı pazarda talebin gittikçe artması üzerine, artan talebi karşılamak için Seydibey Tesislerindeki mevcut üretim hatlarına yenilerini eklemeye karar verdi. Yüzde 120 kapasite artırımı yatırımının gerçekleştirildiği tesis bu yıl içerisinde tamamlanacak. Bu artırım sayesinde hem ürün gamı genişleyip satış miktarı artarken hem de istihdama katkı sağlanacak. Kapasite artırımı sonucunda bu sezon yaklaşık 30 bin ton daha mamul

ürün bu tesislerde üretilecek ve Türkiye’de ilk defa kaplama patates ürünleri bu tesiste üretilmeye başlanacak.

Seydibey Tarım Ürünleri Entegre Tesisleri’nde yaklaşık 4 yıl önce üretimine başlanılan dondurulmuş parmak patates ürünleri pazarda kısa zaman içerisinde büyük ilgi gördü. Dünyaca ünlü hızlı yemek zinciri şirketlerinin Türkiye’deki işletmelerinde Seydibey’de üretilen Pratiko markalı ürünler kullanılmaya başlandı. Tedarikçileri ile kalite standardı yüksek üst segment ürün tedariki konusunda uzun süreli anlaşmalar yapan, büyük zincirlerin de kalite yaklaşımı ile gözdesi haline gelen Konya Şeker, Seydibey Tarım Ürünleri Entegre Tesisleri’nde dondurulmuş patates çeşitlerinin dışında soğan halkası ve patates kroketi üretimi de yapıyor.

Çiftçi patatesten altın çağını yaşayacak; Dondurulmuş sebze ürünleri üretimi de yapılacak

2012 yılında üreticilerden yaklaşık 55 bin ton patates alan Seydibey Tesisleri, kapasite artırımı ile 2013 patates kampanyası döneminde üreticilerden patates almayı katlayarak sürdürecektir. Konya yöresinde çiftçilerin alışlagelmiş tahıl ürünleri ve şeker pancarı ekimi

yanı sıra alternatif ürün olarak patates üretmelerini sağlayan Konya Şeker, üretilen patatesleri piyasa fiyatlarının üzerindeki fiyatla alarak çiftçiler için büyük bir ek gelir sağladı. 2013 yılında gerçekleştirilecek kapasite artırımı ve yeni kurulacak nişasta fabrikası ile

çiftçilerden daha çok patates alacak olan Konya Şeker, çiftçilerin patatesten elde ettiği geliri artırmalarını sağlayacak. Ayrıca ilerleyen dönemlerde donuk sebze hattının yatırımının tamamlanmasıyla birlikte Konya Şeker, çiftçilere tahıl ürünleri, pancar ve patates üretiminin

yanı sıra bezelye, ıspanak, Brüksel lahanası, tatlı mısır, taze fasulye ve benzeri ürünleri de sanayi ürünü olarak ürettirip, bu ürünlerin fabrika yoluyla çiftçilerden alınmasını sağlayacak ve böylece çiftçiler yeni katma değerli ürünler üretebilecek.



Konya Şeker A.Ş. Adına Sahibi
Hamdi BAĞCI

Genel Yayın Yönetmeni
M. Yusuf İNANÇ

Yazı İşleri Müdürü
Erdoğan NESİMİOĞLU

Yayın ve Danışma Kurulu
Esra ALAGÖZ
Ersal ÖZKAN
A. Fatih SATILMIŞ
Fatih CELİK
Sibel KARACA

Görsel Tasarım
Bay Medya Prodüksiyon & Organizasyon
Melikşah M. Elbasan S. No: 30 Meram / KONYA
T: 0 332 324 18 12 • F: 0 332 324 60 68

Baskı
Bahçıvanlar Basım Sanayi A.Ş.
Fevzi Çakmak M. 10633. S. No: 11 Karatay / KONYA
T: 0 332 345 24 24 • F: 0 332 345 24 25

Basım Tarihi
AĞUSTOS/2013

İletişim Adresi:
Konya Şeker San.ve Tic. A.Ş.
Eski Beyşehir C. N: 47 Meram/KONYA

T: 0 332 324 03 53 F: 0 332 324 03 45-46

dergi@konyaseker.com.tr
www.konyaseker.com.tr



Türkiye pancarın kıymetini biliyor

Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk'un "Dünyanın en pahalı pancarını biz alıyoruz" açıklamasını teyid eden bir araştırma, merkezi İngiltere'de bulunan ve kısa adı ISO olan Uluslararası Şeker Üreticileri Birliği tarafından yayınlandı. ISO tarafından belirli aralıklarla yapılan ülkeler bazındaki pancar fiyat ve gelirleri araştırmasına göre, şeker pancarına ton başına ortalama fiyatta Türkiye birinci olurken ABD ikinci sırada yer aldı.

Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk'un "Dünyanın en pahalı pancarını biz alıyoruz" açıklamasını teyid eden bir araştırma, merkezi İngiltere'de bulunan ve kısa adı ISO olan Uluslararası Şeker Üreticileri Birliği tarafından yayınlandı. ISO tarafından belirli aralıklarla yapılan ülkeler bazındaki pancar fiyat ve gelirleri araştırmasına göre, şeker pancarına ton başına ortalama fiyatta Türkiye birinci olurken ABD ikinci sırada yer aldı.

Türkiye'de 1 ton şeker pancarı karşılığı pancar üreticisinin eline ortalama 71 \$ geçerken bu rakam ABD'de 56, Ukrayna'da 52,6, Çin'de 41, tek fiyat uygulayan ve aralarında İngiltere, Fransa, Almanya, Polonya gibi büyük şeker pancarı üreticilerinin de olduğu AB ülkelerinde 40,3 \$, bir diğer büyük pancar şekeri üreticisi Rusya'da ise 39,3 \$ oldu. Tüm dünyada şeker pancarının fiyat ortalaması 45,8 \$ olurken Türkiye ton başına üreticiye ödediği ortalama 71 \$ fiyatla dünya ortalamasının % 55 üzerinde çiftçisine ödeme yaptı.

Türkiye'de pancar üreticisi 1 ton pancar karşılığında ikinci sıradaki ABD'deki ortalama fiyatlara göre Amerikalı pancar üreticisinden %26,7 daha fazla ürün bedeli alırken, aralarında İngiltere, Fransa ve Almanya'nın da olduğu AB üreticilerine göre de 1 ton pancar karşılığında %76,2, Rusya'daki üreticilere göre %80,7 daha fazla ürün bedeli aldı.

71 dolarlık ortalama fiyatla Türkiye şeker pancarına ton başına en iyi fiyat uygulayan ülke olurken ülkemizde de uyguladığı fiyat politikasıyla Konya Şeker açık ara birinci oldu. 2012-2013 Kampanya döneminde Konya Şeker üreticisinden aldığı toplam 2.981.282. ton A kotası pancara 470 milyon TL ödeme gerçekleştirirken, ton başına ortalama fiyat ise 157,72 TL olarak gerçekleşti. Temiz pancar, nakliye bedeli, yaş küspe ödemesi gibi üreticiye yapılan yan ödemelerle şeker pancarında ton başına üreticisine ortalama 165,50 TL ödeme gerçekleştiren Konya Şeker ürün bedeli ödemesinin gerçekleştirildiği Nisan 2013 tarihi itibarıyla dolar kuru üzerinden yapılan hesaplama ile üreticisine ton başına ortalama 92 \$ ödeme yaptı. Pancara ton başına yaptığı ortalama 92 \$ ödeme ile üreticisine sadece Türkiye'de değil dünyada da açık ara en iyi ödemeyi gerçekleştiren Konya Şeker, verdiği fiyatla dünya ortalamasının % 100,9 üstüne çıkarken, pancara ton başına en iyi fiyat uygulamasında dünyada ikinci sırada bulunan ABD'de üreticiye yapılan ödemelerden %64,3 AB ülkelerinden %128,3, Çin'den %124,4. ve Rusya'dan %134,1 daha fazla ödeme gerçekleştirdi.

İSO'nun yaptığı araştırmaya göre ton başına ortalama şeker pancarı fiyatında dünya şampiyonu olan Türkiye hektara gelirden ise 4187 \$'lık gelirle hektara 4224 \$ gelir elde eden ABD'den sonra dünya ikincisi oldu. Hektara gelir ortalamasında birinci ve ikinci sıradaki ABD ve Türkiye'yi 3.173 dolarla Fransa, 2.782 dolarla İngiltere, 2.334 dolarla Almanya, 2.195 dolarla Çin, 1.812 dolarla Polonya, 1.685 dolarla Ukrayna ve 1.299

dolarla Rusya Federasyonu izledi.

Çeşitli vesilelerle yaptığı açıklamalarda dünyada şeker pancarına en iyi fiyatı Konya Şeker'in verdiğini ve bir üretici şirketi olarak üreticiyi desteklemenin öncelikli görevleri olduğunu söyleyen Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk, pancarın fiyatlamasında herhangi bir problem olmadığını ancak üreticinin gelirini daha da arttırmak için hem hektarda verimliliği arttıracak

Ülkelere Göre Pancar Fiyatları ve Üretici Gelirleri

Ülke	Pancar Fiyatı (\$/ton)	Üretici Brüt Geliri (\$/ha)
Türkiye	71,0	4187
ABD	56,0	4224
Fransa	40,3 (AB Fiyatı)	3173
İngiltere	40,3 (AB Fiyatı)	2782
Almanya	40,3 (AB Fiyatı)	2334
Çin	41,0	2195
Polonya	40,3 (AB Fiyatı)	1812
Ukrayna	52,6	1685
Rusya Federasyonu	39,3	1299
Dünya Ortalaması	45,8	



çarelerin üretilmesi hem de ülkemiz tarımının genelini ilgilendiren yüksek girdi bedellerine çözüm bulunması gerektiğini söyledi.

ABD'deki pancar üreticisinin ton başına Türk üreticisine göre dörtte bir daha az pancar bedeli almasına rağmen hektardan daha çok ciro yaptığına

dikkat çeken Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk, "dünya ile rekabette birinci şart bir dekardan kim hangi verimi alıyorsa o verimi bu topraklarda da almaktır, alabilmektir. Çok şükür Türkiye bu konuda önemli mesafe aldı, özellikle Konya Şeker hinterlandında dekara şeker veriminde dünyada ilk sıralardayız. Bunu sadece şeker pancarında değil diğer tarımsal ürünlerde de gerçekleştirmek için önemli bir döneme adım attık. Hem BETA'nın hem de kuruluş süreci başlayan Üniversitemizin bu alanda önemli katkıları olacak. Orta vadede önce Konya tarımının sonra ülke tarımının hem rengi hem hedefleri hem de rekabetçi görüntüsü bambaşka olacak. Şimdi biz dünya ile kendimizi kıyaslıyoruz, projelerimiz tamamlandığında tarımda doğru yolda mıyız diye dünya bizimle kendisini kıyaslayacak" dedi.

33 Şeker Fabrikası olan Türkiye'nin dünyada şeker pancarına en iyi fiyatı veren ülke olduğunu Türkiye'de ise pancara en yüksek fiyatı veren şirketin Konya Şeker olduğunu belirten Pankobirlik Genel Başkanı Recep Konuk, Konya Şeker'in bir üretici kuruluşu olduğunu ve önceliğinin üretici ortaklarının alın terinin karşılığını vermek olduğunu belirterek şunları söyledi;

"Bizim ülkemizdeki tek sorun pancar tarımının desteklenmemiş olmasıdır. Avrupa veya Amerika'da pancar üretimi destekleniyor ve girdileri bize göre çok düşük. Böyle olmasına rağmen Konya Şeker olarak biz çiftçilerimizin mağdur olmaması için pancara dünyanın en yüksek fiyatını veriyoruz. Nitekim dünyanın en önemli sektör kuruluşlarından birisi olan Uluslararası Şeker Üreticileri Birliği'nin yaptığı araştırma bizi doğruladı ve dünyanın en yüksek fiyatını Konya Şeker'in verdiğini ortaya koyduğu rakamlarla da tescilledi. Biz, elbette üreticilerimizin refah seviyelerinin yüksek olmasını arzu ediyoruz. Ülkemizde üreticilerin ürettiği ürünlerin pazar bulması ve katma değerli hale gelmesi için yatırımlar yapıyoruz. Sadece kristal şeker üreterek üreticilerimize gereken desteği veremeyeceğimizi bildiğimiz için Sıvı Şekeri, Çikolatayı, Sert Şekerlemeyi, Bisküvi, Kek, Gofret ve Unlu Mamulleri, Helva ve Lokum tesislerini kurduk.

Tarımın sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla tarımsal sanayi yatırımlarına ağırlık verdik. Son 10 yıl içerisinde 28 adet tesisi hayata geçirerek toplamda 1.8 milyar dolarlık yatırım yaptık. Bu yatırımları yaparken de tek hedefimiz üreticilerimizin kalkınması, ülke tarımının gelişmesi içindi. Üreticilerimize alternatif ürün ekme fırsatını verecek Seydibey Dondurulmuş Parmak Patates, Patates Niğastası Üretim tesislerini, Yem ve Ham Yağ Fabrikalarını inşa ettik. Bu tesislerimizde üreticilerimizden gelen ürünleri katma değerli hale getirdik ve gelirlerinin artmasına katkıda bulunduk. Üreticinin şeker pancarını yüksek fiyattan almak bir çaredir, ancak üretici sadece şeker pancarı ekmiyor. Üreticinin ürettiği her ürün bizim için değerlidir ve üreticinin ürettiği her ürün değerinden alınıp satılmalı ve değerlendirilmelidir."