

Buğday, Binyılların Bitkisi

Ekmek Kutsal Miras



Muharrem DEMİR
APACK Genel Müdürü

Ekmek sofralarımızın olmazsa olmazıdır. Üzerine türküler yakılmış, atasözleri türetilmiş, masallarda, efsanelerde baş köşeyi tutmuştur. Uğruna savaşılmış, uğruna çalışılmıştır. Kıymetlimizdir.

Ülkemizde onlarca çeşit değişik ekmek ürünü çeşitli yöntemlerle tüketiciye ulaşmaktadır. Son yıllarda gıda ürünlerinin hazırlanmasında uluslararası hijyen ve üretim kurallarının uygulanması mecburiyeti, üretim işlemlerinin de çağdaş teknolojiyle tanışmasını sağlamıştır.

Sektörel olarak her türlü unlu mamülün işlenmesi ve paketlenmesinde yeni üretim ve sunum konseptleri üzerine çağdaş çözümler üretmenin artık zamanı geldi.

Unlu mamüller denildiğinde, ya tüketime hazır yada ön işlem uygulanmış ve sonradan ek bazı işlemlerle tüketilebilecek duruma gelebilen ve hububat unlarından elde edilen pişirilmiş ürünler anlaşılmaktadır. Kek, pasta, turta, tart, yufka, çeşitli yağlı, sütlü çörekler, börek, gofret, tuzlu ve katkı kurabiyeler, hazır pasta atlıği, peksimet, bisküvi ve benzeri ürünler bu gruba girerler.

Bu ürünler başlıca yaş ve kuru olmak üzere iki gruba ayrılırlar: ***Kuru unlu mamüller;** uzun süre depolanabilir, kırılğan, gevrek, yabancı tat-koku maddelerini çekebilen, su oranları düşük, higroskopik yapıda olup, oksidasyona, enzimatik tepkimelere, enzimatik olmayan esmerleşme reaksiyonlarına ve ışığa duyarlı gıdalardır.

***Yaş ürünler ise;** orta ve uzun süre depolanabilir, kırılğan, tat-kokularını yitirebilir, yabancı tat-koku çekebilen dış yüzeyleri depolama boyunca kuruyabilen, yüksek su aktivitesinden dolayı oksidasyona enzimatik tepkimelere ve mikrobiyal değişikliklere duyarlıdır.

Ülkemizde ortalama ekmek tüketiminin kişi başına 400 g. olduğu kabul edilmekte, bireylerin sosyo-ekonomik durumlarına göre unlu mamüller tüketiminde alt gelir gruplarında artış gözlenmektedir. Alışkanlık / Çalışma koşulları / Cinsiyet / Çocukluk / Yaşlılık / Toplu tüketim yerlerinde uygulanan belirli miktarlardaki tahsisler bu tüketimi etkileyen faktörlerin başında gelir.

Son dönemde besin değeri ve işleme-ambalaj teknikleri üzerine ciddi çalışmalar olduğunu görüyoruz. Buğday dışında soya fasülyesi, rüşeym, kepek, kuru gıdalar, süt tozu, tereyağı, peynir altı suyu gibi ek malzemelerle besin değeri değiştirilmiş ürünler üzerine çalışmalar yapılmaktadır. Ayrıca light, diyabetik, vitaminli, glutensiz gibi besin değerine ilişkin uygulamalar market raflarında yerini almaya başladı.

Diğer taraftan öğütme teknolojisi, hamur, PLC destekli fırın, fonksiyonel pişirme, dondurma teknolojisi, ekşi-hamur yöntemi, ambalaj teknolojisi ve ambalaj malzemelerindeki gelişmeler sektörü yeniden yapılandırmaktadır.

Unlu mamül satışları nüfus artışına paralel bir artış göstermektedir. Başta ekmek olmak üzere hemen her öğünde tüketilmekte ve temel gıda olarak kabul edildiğinden, satışları enflasyon veya diğer ekonomik problemlerden genel olarak etkilenmemektedir. Gerçekte, satışlar kriz dönemlerinde artış gösterme eğilimindedir.

Unlu mamüller (Ekmek, pastane ürünler, kekler) satışlarının değeri toplam sektör satışlarının yaklaşık %91.1 olmuştur.

Yeni ürün geliştirme, yoğun reklam kampanyaları ve kalabalık yaşam tarzı unlu mamüller satışlarının artışına yardımcı olmuştur. Çalışan çiftlerin sayısı arttıkça, tüketiciler tüketime hazır gıdalar ve kolay ürünler için süpermarketlere yönelmektedirler.

Unlu mamüllerde yerel üreticilerin (fırın / pastahane) sektöre hakim olma eğilimi gösterdiği bir unlu mamüller pazarımız vardır. Özellikle fast-food sektöründeki unlu mamüller ve tatlıların kullanımı ciddi bir pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. Unlu mamüller ve tatlı pazarı hayatımızın vazgeçilmezleri içindedir.

AB uyum çalışmaları çerçevesinde yüzyıllardır belli alışkanlıklar çerçevesinde ürettiğimiz ve tükettiğimiz unlu mamüller ve tatlılarımızı farklı bir gelecek bekliyor. Üretim sürecinde, üretim teknolojileri, katkı maddeleri ve ürün çeşitliliği konusunda yenilikler sektörümüzü yönlendirirken, tüketim sürecinde açığa satılan, elleyerek tazeliğini test ettiğimiz hamur işlerine ve tatlılara veda edeceğiz gibi gözüküyor.

Bu değişim rüzgarını akıllı biçimde değerlendirirsek yelkenimizi rüzgarla doldurur geleceğe yol alırız. Ancak bu değişim rüzgarı tek nemizi alabora da edebilir.

Ekmeğimizi gelenekselliğini bozmadan son teknolojiyle ve çok sağlıklı, faydalı, ucuz üretebiliriz. Sektör olarak hepimiz bu konuda var gücümüzle çalışmalı, binyılların mirası gıdalarımızı çağa uydurmalıyız.

Diğer taraftan unlu mamüllerde elde ettiğimiz yerel başarıyı teknolojinin imkanları ve logistik alt yapı ile Dünya mutfağına ulaştırmak için ciddi alt yapı çalışmaları artık ilk sonuçlarını vermiş ve birkaç ürünümüz simit, bakalava ve börek dünya mutfağına ulaşmış olup tüm paydaşlarımıza emekleri/sabırları için huzurlarınızda teşekkürler...

Muharrem Demir / APACK Genel Müdürü



apack
packaging technologies