

Sản xuất bánh kẹo của Thổ Nhĩ Kỳ

Sản xuất bánh kẹo của Thổ Nhĩ Kỳ có chi u dài l ch s v i nhi u s n ph m truy n th ng. Thổ Nhĩ Kỳ s kh i L u c a ngành bánh kẹo là t các nhà máy nh s d ng các nguyên li u thô L c khai thác t i L a ph ng, nh s n xu t k o d a vào nguyên li u sekerlemelerin truy n th ng Thổ Nhĩ Kỳ. Ngày nay, trong th i k t do hóa th ng m i, s n xu t bánh kẹo L c th c hi n b i công ngh truy n th ng c i c ng công ngh hi n L i và L ã th c s tr thành m t ngành công nghi p. S gia t i dân s , tiêu dùng và thói quen truy n th ng là L ng l c L phát tri n ngành s n xu t bánh kẹo c a qu c gia này.

1. Các dòng sản phẩm

Th tr ng bánh kẹo của Thổ Nhĩ Kỳ L c chia thành nhi u dòng nh bánh kẹo truy n th ng, L ng, sô-cô-la, gôm, bánh ng t, bích quy...

Ng i Thổ Nhĩ Kỳ có câu ng n ng ời n ng t L nói cho ng tô. Câu này ph n nào nói lên s thích và tính cách c a ng i Thổ Nhĩ Kỳ B i l , h r t thích N L ng t, nói nhi u và r t đ thuy t ph c ng i khác qua l i nói c a mình.

Nói L n bánh kẹo truy n th ng c a Thổ Nhĩ Kỳ tr c h t ph i k L n s n ph m Turkish Delight. Sản phẩm này có t th i ã ch Ottoman, kho ng th k 14 ã 15, khi nhà vua th i Ló yêu c u m t ng i th s n xu t bánh kẹo làm cho gia L ã ông ta và b n bè m t vài lo i L ng t. Sau Ló, Turkish Delight phát tri n m nh vào th k 19. ã c tr ng c a s n ph m này là r t ng t, th m, bùi và h i dai và L c bao b c b i m t l p b t, nó L c làm t s pha tr n gi a ch t ng t (L ng), b t ng i c , n c , trái cây, h t.

Turkish Delight L c bi t L n ph ng Tây vào th k th 19 khi m t khách du l ch ng i Anh L n th i thành ph Istanbul, Thổ Nhĩ Kỳ sau khi N th ông ta r t thích mùi v c a s n ph m này và ngay l p t c L ã mua r t nhi u và L óng gói g i v Anh. Sau Ló, s n ph m này L c nhi u n i trên th gi i bi t L n.

Ngoài Turkish Delight, m t s n ph m bánh ng t truy n th ng n i ti ng khác c a Thổ Nhĩ Kỳ là Halva c i c L c u thích t i qu c gia này. Lo i này th ng L c s d ng trong b a N sáng và tráng mì ng.

Dòng sản phẩm bánh kẹo Láng đóng vai trò quan trọng trong truyền thống của người Thổ Nhĩ Kỳ. Láng đã được rỗng rãi khắp nơi từ xưa đến nay, là quà tặng trong các dịp lễ giáng sinh, Lễ Phục sinh và các dịp lễ khác. Bánh kẹo Láng là quà tặng phổ biến khi đến với người Thổ Nhĩ Kỳ gia đình, bạn bè. Nhờ vậy, bánh kẹo Láng Thổ Nhĩ Kỳ đã được nhiều người khác trên thế giới.

Tuy nhiên, bất chấp sự nổi tiếng của mình, các sản phẩm bánh kẹo truyền thống của Thổ Nhĩ Kỳ vẫn bị lấn át bởi những thách thức mà thị trường sản phẩm bánh kẹo khác, đặc biệt là bánh kẹo sô-cô-la. Bánh kẹo sô-cô-la là một trong những sản phẩm nổi tiếng nhất Thổ Nhĩ Kỳ nhờ hương vị ngọt ngào, dễ ăn và dễ tiêu. Hơn nữa, nhờ sự xuất hiện của những nhà sản xuất sô-cô-la nổi tiếng nhanh chóng, các kênh phân phối phát triển, sự đầu tư phát triển các sản phẩm mới cũng như, tích cực quảng cáo. Nhiều nhà sản xuất đã trở thành công ty trong việc sản xuất và phân phối sản phẩm.

Dòng sản phẩm kẹo gồm có các loại kẹo quan trọng trong nhóm hàng bánh kẹo của Thổ Nhĩ Kỳ. Những loại kẹo này rất cần thiết cho người dân địa phương và các nhà sản xuất đồ ngọt quy mô lớn tại địa phương và các công ty nước ngoài hoạt động lâu năm trên thị trường. Vì vậy, sự xuất hiện của các sản phẩm kẹo đã trở nên liên tục kể từ năm 2000.

Một dòng sản phẩm khác là bánh bích quy, ra đời vào năm 1924 và có thể nói là yêu thích tại Thổ Nhĩ Kỳ. Hiện nay, với công nghệ hiện đại, việc sản xuất và phân phối sản phẩm này đã trở nên khá tốt.

2. Sản xuất và tiêu thụ

Thổ Nhĩ Kỳ có lợi thế về vị trí địa lý và nguồn cung cấp trong ngành thành phẩm chính của sản phẩm bánh kẹo, đó là Láng. Quốc gia này có nền nông nghiệp phát triển, chiếm 8,8% GDP. Việc trồng các loại cây trồng và làm việc trong hai nguyên liệu chính là sản xuất Láng tại Thổ Nhĩ Kỳ. Nhà máy chế biến Láng đầu tiên của Thổ Nhĩ Kỳ đã được thành lập vào năm 1926 với tên gọi là Usak. Cùng năm này, nhà máy sản xuất Láng Apullu đã được thành lập. Đến năm 1986, nhà máy Láng đầu tiên đã được thành lập tại tỉnh Adana.

Ngoài ra, Thổ Nhĩ Kỳ còn có một lợi thế khác về mặt nguyên liệu làm nên hương vị, mùi vị của những sản phẩm bánh kẹo. Đó là việc cung cấp các loại quả khô như nho khô, mận khô, vừng khô và nhiều loại hạt khác như hạt hạnh nhân (hazel nut), hạt hồ đào (pistachio). Trong Láng, đặc biệt là những loại bánh kẹo được làm từ những nguyên liệu này trong sản phẩm bánh kẹo của

Thị trấn Nhị Khê Ví dụ, bột mì, bột mì Lúa rang lên và lát lát ra, Lúa sắn ngâm vào sữa bột kô, bánh ngọt, bánh bích quy, còn bột nhào bột mì Lúa sắn ngâm vào sữa bột các sản phẩm sô-cô-la.

Thị trấn Nhị Khê không chỉ có thu nhập từ việc các thành phố phụ thuộc trong sữa bột bánh kô mà còn tạo ra những cơ hội tốt cho các nhà sản xuất và xuất khẩu bánh kô. Vì dân số tăng lên, sản phẩm sữa bột và các thiết bị nướng như bột mì, mì nướng to lớn trong việc phát triển du lịch làm cho nhu cầu thiết bị nướng.

Xu hướng sản xuất các sản phẩm bánh kô của Thị trấn Nhị Khê có quan hệ mật thiết với nhu cầu trong và ngoài nước về chủng loại, mẫu mã, chất lượng, thời gian...Khả năng sản xuất bánh kô của Thị trấn Nhị Khê Lúa giá rẻ cao, Lúa ngâm Lúa như cũ và nhu cầu công ty quy mô và lớn Lúa và Lúa xuất khẩu thành công sản phẩm của họ.

Theo số liệu thống kê, số lượng các công ty hoạt động trong lĩnh vực bánh kô, ca cao, sô-cô-la của Thị trấn Nhị Khê năm 2009 là 1.317 công ty, chiếm 7,55% trong tổng số các công ty hoạt động trong ngành công nghiệp thực phẩm và Lúa. Lúa lượng lao động gần 79.000 người. Tính hiện nay có khoảng 1.400 công ty hoạt động trong lĩnh vực này.

Số lượng bánh kô của Thị trấn Nhị Khê tăng bình quân hàng năm khoảng 5,5%. Như năm 2001 số lượng sản phẩm này là 897 ngàn tấn thì năm 2005 là 1,141 triệu tấn. Năm 2012, số lượng bánh kô của Thị trấn Nhị Khê là khoảng 1,631 triệu tấn. Trong đó, bích quy chiếm tỷ trọng nhu cầu nhất, khoảng trên 50%, tiếp theo là bánh kô sô-cô-la, kẹo, kẹo chewing gum, Turkish Delight, Halva.

Một số tiêu thụ Lúa dần trở nên phổ biến và thành phố của Thị trấn Nhị Khê và các nhân viên từ thị trấn Turkish Delight, Halva, Evliya, Kent, Ulker...bên cạnh đó có thể tìm thấy các sản phẩm bánh kô của Thị trấn Nhị Khê Lúa bột là trong các siêu thị, cửa hàng thực phẩm và Lúa xuất khẩu các khu vực dân cư sinh sống.

Có thể nói, sản xuất bánh kô của Thị trấn Nhị Khê hướng tới sản phẩm và nhu cầu của thị trường trong và ngoài nước, Lúa Lúa sắn, chất lượng, giá cả cũng như thích. Thị trấn Nhị Khê phân theo Lúa từ 14 tỷ xu chỉ chiếm tỷ trọng tiêu thụ bánh kô lớn nhất với 35,7%, và sô-cô-la là 39%. Dân thành thị chiếm 72,1% trong tổng tiêu thụ bánh kô của Thị trấn Nhị Khê

Vì xã hội ngày càng vững mạnh, hiện tại, phong cách sống ngày càng thay đổi, nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng tăng, nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng tăng, nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng tăng.

Bánh kẹo của Tập đoàn Nhựa Việt Nam đã trở thành một trong những lĩnh vực quản trị nghiêm túc của ngành công nghiệp thực phẩm. Tập đoàn Nhựa Việt Nam sản xuất bánh kẹo của năm nay đang sản xuất công nghệ hiện đại, kết hợp với các phương pháp truy nguyên nên những sản phẩm chất lượng, an toàn, lành tính. Theo đánh giá của các chuyên gia, công nghệ sản xuất bánh kẹo hiện nay của Tập đoàn Nhựa Việt Nam thu hút đầu tư từ nhiều khu vực Trung Đông, Balkans, Bắc Phi, Baltics và Trung Á.

Chất lượng sản phẩm bánh kẹo của các nhà xuất khẩu Tập đoàn Nhựa Việt Nam luôn hàng đầu. Với sự nỗ lực gia nhập vào khối EU, cùng với các lĩnh vực khác, Luật Thực phẩm của Tập đoàn Nhựa Việt Nam đang hướng đến hài hòa hóa với các quy định chung của Liên minh châu Âu (EU) để làm rõ ràng tất cả các khách hàng của Việt Nam sản phẩm an toàn. Ngoài ra, Tập đoàn Nhựa Việt Nam cũng đang tham gia vào Tổ chức Lương thực thế giới (FAO), Tổ chức Y tế thế giới (WHO) trong việc thiết lập các tiêu chuẩn quốc tế. Những nhà máy bánh kẹo của Tập đoàn Nhựa Việt Nam áp dụng các hệ thống chất lượng như HACCP, ISO 9000 standard.

3. Xu hướng phẩm

Kim ngạch xuất khẩu bánh kẹo của Tập đoàn Nhựa Việt Nam tăng dần trong những năm gần đây. Nếu như năm 2008 đạt gần 899 triệu USD thì năm 2011 đạt gần 1 tỷ USD. Riêng năm 2009, do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng bánh kẹo của Việt Nam năm 2008 là 9%.

Bảng thống kê dưới đây cho thấy, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng bánh kẹo của Tập đoàn Nhựa Việt Nam trong năm 2011 đã vượt gần 1 tỷ USD, tuy nhiên chỉ chiếm 0,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của năm nay trong năm 2011 (135 tỷ USD), thấp hơn so với năm 2010. Nhìn chung, ảnh hưởng của nhóm hàng này trong xuất khẩu của Tập đoàn Nhựa Việt Nam chưa lớn.

Bánh kẹo sô-cô-la luôn chiếm kim ngạch xuất khẩu cao nhất trong nhóm hàng bánh kẹo của Tập đoàn Nhựa Việt Nam trong những năm gần đây.

Theo số liệu thống kê, so cùng năm trước, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng bánh kẹo sô-cô-la năm 2011 đạt 433,849 triệu USD, tăng 19%.

năm tiếp theo là mức hàng bánh bích quy là 322,649 triệu USD, tăng 19,6%, tiếp theo là mức hàng bánh kẹo gồm và jelly.

Xuất khẩu bánh kẹo của Thổ Nhĩ Kỳ

Số lượng (SL): tấn
 Trị giá: ngàn USD

Mặt hàng	2008		2009		2010		2011	
	<i>SL</i>	<i>Trị giá</i>	<i>SL</i>	<i>Trị giá</i>	<i>SL</i>	<i>Trị giá</i>	<i>SL</i>	<i>Trị giá</i>
Kẹo cao su	16.614	59.840	10.989	37.721	13.972	50.075	17.488	57.825
Kẹo gồm	199	465	721	1.999	1.305	3.503	1.236	3.227
Bánh kẹo jelly	23.341	61.398	26.580	70.655	25.141	67.767	31.887	85.082
Bánh kẹo jelly và gồm khác	43.389	105.679	37.966	93.440	42.360	95.982	44.001	101.416
Halva	6.451	20.229	4.830	14.504	5.429	15.462	6.653	19.355
Turkish Delight	4.738	14.297	4.286	12.840	4.306	15.347	5.951	23.554
Bánh kẹo khác không chứa ca cao	7.528	26.097	8.924	25.307	10.463	30.821	13.286	38.478
Bánh kẹo sô-cô-la	128.958	355.486	122.835	328.641	137.204	364.398	149.398	433.849
Bích quy	140.320	255.501	131.752	239.016	151.294	269.667	164.320	322.649
Tổng cộng	371.538	898.992	348.883	824.123	391.474	913.022	434.210	1.085.385

Nguồn: Bộ Kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ

Thị trường xuất khẩu hàng bánh kẹo (không bao gồm bánh bích quy) của Thổ Nhĩ Kỳ chủ yếu là các nước trong khu vực Trung Đông, Mỹ, Châu Âu, Bắc Phi và Trung Á.

Các th tr ng ch y u xu t kh u bánh k o n Năm 2011
(không bao g m s n ph m bánh bích quy)

ñ n v : ngàn USD

<i>N c nh p kh u</i>	<i>Bánh k o L ng</i>	<i>N c nh p kh u</i>	<i>Bánh k o sô-cô-la</i>
I-r c	39.615	I-r c	89.058
M	21.688	An-giê-ri	41.845
V ng qu c Anh	21.252	Li-bi-a	18.130
ñ c	18.373	Các ti u v ng qu c r p th ng nh t	17.988
An-giê-ri	14.510	-r p-xê-út	16.409
Ru-ma-ni	13.825	Yemen	12.950
Nga	11.644	I-ran	12.669
I-x -ra-en	9.884	Ta-ji-kit-x -tan	12.259
I-ran	9.336	I-x -ra-en	11.949
-r p-xê-út	7.840	Tu c-mê-nit-x -tan	11.340
Các ti u v ng qu c r p th ng nh t	7.387	A-zéc-bai-gian	10.496
T ng c ng (Lã bao g m các n c khác)	328.887	T ng c ng (Lã bao g m các n c khác)	433.849

Ngu n: B kinh t Th NhБКМ

B ng th ng kê trên cho th y, L i v i bánh k o sô-cô-la, th tr ng xu t kh u ch y u c a là các qu c gia H i giáo. Trong Ló, I-r c là th tr ng chi m kim ng ch nhi u nh t c bánh k o sô-cô-la trên 89 tri u USD và bánh k o L ng 39,615 tri u USD trong n Năm 2011. Tì p L n là An-gê-ri 41,845 tri u USD, Li-bi-a 18,130 tri u USD, Các ti u v ng qu c r p th ng nh t 17,988 tri u USD...

ñ i v i các s n ph m bánh k o L ng, M là th tr ng xu t kh u L ng th hai c a Th NhБКМ trong n Năm 2011 sau I-r c v i kim ng ch L t 21,688 tri u USD, tì p L n là V ng qu c Anh 21,252 tri u USD, ñ c 18,373 tri u USD...

Ch g gi ng nh m t hàng bánh k o sô-cô-la, th tr ng xu t kh u ch y u bánh bích quy c a Th NhБКМ là các qu c gia H i giáo. Trong Ló, n Năm 2011, kim ng ch xu t kh u m t hàng bánh bích quy (bích quy ng t) sang I-r c chi m kim ng ch cao nh t v i x p x 60 tri u USD, tì p L n là

Yê-men 24,575 tri u USD, -r p-xê-út 16 tri u USD, Li BÑg 9,221 tri u USD...

V nh p kh u, m c dù s n xu t trong n c Láp ng L c nhu c u tiêu dùng và xu t kh u, nh ng Th NhБКwчHqg nh p kh u m t s bánh k o và nguyên li u t n c ngoài, trong Ló ch y u nh p nguyên li u cao.

Theo s li u c a Hi p h i các nhà Công nghi p s n xu t các s n ph m L ng, kim ng ch nh p kh u các nguyên li u cao (không bao g m b t Lã có thêm ch t ng t) tÑg trung bình hàng nÑm kho ng 14%. N u nh nÑm 2005 kim ng ch L t 141,61 tri u USD thì nÑm 2008 L t 203,8 tri u USD, trong Ló h t cao là 158,3 tri u USD và b t cao là 20,2 tri u USD... c tính L n nÑm 2012, kim ng ch nh p kh u nguyên li u cao c a Th NhБКwчL t kho ng 344 tri u USD.

Kim ng ch nh p kh u các s n ph m bánh k o c a Th NhБКwчHqg tÑg khá m nh trung bình hàng nÑm kho ng 28%. N u nh nÑm 2005 kim ng ch L t 46,315 tri u USD thì nÑm 2008 L t 96,971 tri u USD. c tính L n nÑm 2012 L t kho ng 203 tri u USD. Các s n ph m nh p kh u ch y u là bánh k o sô-cô-la và cao, các m t hàng khác không ch a cao và v ng t, k o có ch t dính, sô-cô-la tr ng, k o cao su. Trong Ló, kho ng 82% t ng kim ng ch nh p kh u bánh k o c a Th NhБКwчL c th c hi n t th tr ng EU, riêng Ý và Ba Lan chi m m t n a.

ñ i v i s n ph m bánh bích quy, theo s li u c a Hi p h i các nhà Công nghi p s n xu t các s n ph m L ng Th NhБКwч hàng nÑm n c này nh p kh u kho ng 1,5 tri u USD./.

Th ng v Vi t Nam t i Th NhБКwч