

# BANVİT BANDIRMA VİTAMİNLİ YEM SANAYİ A.Ş. ŞİRKET RAPORU VE DEĞERLEMESİ

## SEKTÖRÜN DURUMU

### KANATLI ET SEKTÖRÜ

Türkiye 1970'li yıllardan itibaren kanatlı et ve yumurta sektöründe çok önemli atılımlar yaparak dünya ülkeleri sıralamasında üst sıralara yerleşmiştir. 1970'li yıllarda sektörde egemen olan aile işletmeciliği, sınırlı kapasite, pahalı üretim 1980'li yıllardaki yapısal değişimle yerini modern, entegre tesislere ve sözleşmeli üretim modeline bırakmış, 1990'lı yıllarda dünya standartları yakalanmış ve üretim sürekli artmıştır.

Türk hayvancılık sektörünün son derece verimsiz olması, artan kırmızı et fiyatları, halkın alım gücünün azalması gibi faktörler kanatlı et üretimini ve tüketimini ön plana çıkartmıştır. Kanatlı et halkın hayvansal protein ihtiyacının karşılanmasında son yıllarda çok önemli bir rol oynamaya başlamış ve önümüzdeki yıllarda bu rolün artması beklenmektedir. Kanatlı etin Türkiye için stratejik bir ürün olma özelliği kazanması sektördeki beklentileri oldukça olumlu yönde etkilemektedir.

TÜRKİYE'DE ÜRETİM (TON)				
Yıllar	Beyaz Et Üretimi	Yıllık % Değişim	Toplam Kanatlı Et Üretimi	Yıllık % Değişim
1994	233,510		311,347	
1995	302,256	29.44	424,805	36.44
1996	408,675	35.21	546,043	28.54
1997	492,427	20.49	616,401	12.89
1998	494,244	0.37	619,410	0.49
1999	571,482	15.63	673,160	8.68
2000	526,665	-7.84	670,617	-0.38
2001	598,581	13.65	680,206	1.43
2002	620,475	3.66	705,085	3.66
2003*	726,000	17.01	825,000	17.01
<b>Yıllık Ortalama Büyüme (2002-1994)</b>		<b>11.47</b>		<b>9.51</b>

\* Tahmini Üretim  
Kaynak: BESD-BİR Kayıtları

2002-1994 yılları arasında Türkiye'nin beyaz et üretimi yıllık % 11.47, toplam kanatlı et üretimi ise yıllık % 9.51 oranında büyümüş ve kanatlı sektörünün GSMH içerisindeki payı istikrarlı bir şekilde artarak kırmızı et üretimindeki düşüşü dengelemiştir.

**ÜLKELER VE YILLAR İTİBARIYLA DÜNYA KANATLI ET ÜRETİMİ (000 TON)**

	1996	1997	1998	2000	2000-1996 Ort. Büyüme (%)	2000 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>ABD</b>	14,567	14,997	15,115	13,981	-1	21
<b>ÇİN</b>	9,004	10,718	11,108	8,772	-1	13
<b>BREZİLYA</b>	4,166	4,584	4,619	5,900	7	9
<b>MEKSİKA</b>	1,295	1,474	1,590	1,861	8	3
<b>JAPONYA</b>	1,249	1,235	1,225	1,200	-1	2
<b>TAYLAND</b>	999	1,067	1,072	1,117	2	2
<b>FRANSA</b>	2,194	2,134	2,176	1,085	-13	2
<b>İNGİLTERE</b>	1,462	1,508	1,534	1,179	-4	2
<b>İTALYA</b>	1,139	1,139	1,139	793	-7	1
<b>TÜRKİYE</b>	546	616	619	671	4	1
<b>DİĞER</b>	19,766	20,446	20,665	30,612	9	46
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>55,841</b>	<b>59,302</b>	<b>60,243</b>	<b>66,500</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Kaynak: FAO Trade Yearbook

2000 yılı itibariyle dünya kanatlı et üretimi 66.5 milyon ton olup, Türkiye'nin bu üretimdeki payı ise sadece % 1 oranında bulunmaktadır. Dünyanın en büyük üç üreticisi olan Amerika, Çin ve Brezilya'nın payları ise sırasıyla % 21, % 13 ve % 9'dur.

2000-1996 yılları arasında Türkiye'nin kanatlı et üretimindeki ortalama yıllık artışı dünyanın toplam üretimindeki artışa paralel şekilde % 4 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde üretimini en hızlı artıran Meksika ve Brezilya'nın büyüme hızlarının ise sırasıyla % 8 ve % 7 olduğu görülmektedir.

	<b>Kişi Başına Kanatlı Et Tüketimi</b>	<b>Yıllık % Değişim</b>
<b>1990</b>	3.85	-
<b>1991</b>	4.17	8
<b>1992</b>	4.95	19
<b>1993</b>	6.18	25
<b>1994</b>	4.94	-20
<b>1995</b>	6.76	37
<b>1996</b>	8.89	32
<b>1997</b>	9.85	11
<b>1998</b>	9.81	0
<b>1999</b>	10.17	4
<b>2000</b>	11.51	13
<b>2001</b>	10.07	-13
<b>Ortalama Büyüme (2001-1990)</b>		<b>8.34</b>

Kaynak: BESD-BIR

2001-1990 yılları arasında Türkiye'deki kişi başına kanatlı et tüketimi yıllık ortalama % 8.34 artış hızı ile 10.07 kg.'a ulaşmış olmasına rağmen dünya ortalamasının oldukça altındadır.

1999 yılı itibarıyla kişi başına piliç eti üretimi ABD'de 40 kg., Malezya'da 35 kg., Fransa'da 15 kg, Çin'de ise yaklaşık 7 kg'dır.

<b>1999 YILI İTİBARIYLA AB'DE KİŞİ BAŞINA KANATLI ETİ TÜKETİMİ</b>	
	<b>Kg/Kişi</b>
<b>İRLANDA</b>	35.68
<b>PORTKEİZ</b>	28.81
<b>İNGİLTERE</b>	28.59
<b>İSPANYA</b>	27.91
<b>BELÇİKA-LÜX.</b>	25.92
<b>FRANSA</b>	23.23
<b>HOLLANDA</b>	20.59
<b>YUNANİSTAN</b>	20.76
<b>DANİMARKA</b>	19.00
<b>İTALYA</b>	18.50
<b>AVUSTURYA</b>	17.52
<b>ALMANYA</b>	13.84
<b>FİNLANDİYA</b>	12.97
<b>İSVEÇ</b>	9.71
<b>AB ORTALAMASI</b>	<b>21.57</b>

Kaynak: AB Komisyonu

AB ülkelerine bakılacak olursa kişi başına kanatlı et tüketimi en fazla olan ülke 35.68 kg ile İrlanda olup onu sırasıyla Portekiz (28.81), İngiltere (28.59) ve İspanya (27,91) takip etmektedir.

<b>TÜRKİYE'NİN YILLAR İTİBARIYLA BEYAZ-ET İHRACATI</b>						
	<b>Miktar (Ton)</b>	<b>Yıllık % Değişim</b>	<b>Değer (Bin.\$)</b>	<b>Yıllık % Değişim</b>	<b>İhraç Fiyatı</b>	<b>Yıllık % Değişim</b>
<b>1994</b>	12,603		12,678		1006	
<b>1995</b>	4,913	-61.02	5,113	-60	1041	3.46
<b>1996</b>	9,520	93.77	8,849	73	930	-10.68
<b>1997</b>	11,012	15.67	10,445	18	949	2.04
<b>1998</b>	12,481	13.34	11,178	7	896	-5.58
<b>1999</b>	9,886	-20.79	6,757	-40	683	-23.68
<b>2000</b>	9,841	-0.46	5,611	-17	570	-16.58
<b>2001</b>	24,417	148.12	14,242	154	583	2.30
<b>2002</b>	19,519	-20.06	11,222	-21	575	-1.43
<b>Ortalama Büyüme (2002-1994)</b>		<b>4.98</b>		<b>-1.35</b>		<b>-6.03</b>

Kaynak: DTM-EBİM Kayıtları

2002-1994 yılları arasında Türkiye'nin beyaz et ihracatı yıllık ortalama % 4.98 artış göstererek ve 19,519 tona ulaşmıştır. Buna karşılık, aynı dönemde ihrac fiyatları ise sürekli bir düşüş göstererek 1994 yılındaki 1006 \$/ ton'dan 2002 yılında 575 \$/ton'a kadar gerilemiştir.

ÜLKELER İTİBARIYLA KANATLI ET İHRACATI (TON)						
ÜLKE	1996	1997	1998	1999	2000	Ort. Yıllık Büyüme (2000-1996)
ÇİN	4,139	4,442	5,147	6,658	7,591	13
AZERBEYCAN	2,768	1,394	3,363	1,544	1,270	-14
HONG KONG	427	1,859	1,853	819	1,105	21
KKTC	450	265	245	343	237	-12
ÖZBEKİSTAN	313	646	151	307	167	-12
MAKEDONYA	16	92	10	0	2	-34
BULGARİSTAN	0	452	12	18	0	0
ROMANYA	242	1,343	1,365	0	0	-100
RUSYA	25	59	0	0	0	-100
TÜRKMENİSTAN	20	34	0	0	0	-100
UKRAYNA	0	140	75	0	0	0
DİĞER	1,120	286	260	297	67	-43
<b>TOPLAM</b>	<b>9,520</b>	<b>11,012</b>	<b>12,481</b>	<b>9,986</b>	<b>10,439</b>	<b>1.86</b>

Kaynak:DTM-EBİM Kayıtları

2000 yılı itibariyle Türkiye kanatlı et üretiminin yaklaşık % 3'ünü ihraç etmektedir. Ton bazında ihracat rakamları incelendiğinde, 2000-1996 yılları arasında Çin, Hong Kong ve Azerbaycan kanatlı ette Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeleri oluşturmaktadır. Bu dönemde Hong Kong ve Çin'e olan ihracat sırasıyla yıllık ortalama % 21 ve % 13 oranında artmış, fakat Azerbaycan'a olan ihracat ise yıllık ortalama % 14 oranında azalma göstermiştir.

TÜRKİYE'NİN ÜLKELER İTİBARIYLA BEYAZ ET İHRACATI ( 000 \$ )						
	1997	1998	1999	2000	2001	Ort. Yıllık Büyüme (2001-1997)
AZERBEYCAN	2,284	5,462	2,464	1,694	3,704	10
ÇİN	2,501	2,035	2,605	2,772	3,668	8
HONG KONG	682	785	309	368	1,416	16
MAKEDONYA	70	19	0	4	1,383	82
KKTC	296	429	585	430	1,328	35
BULGARİSTAN	619	16	11	0	1,103	12
DİĞER	3,993	2,432	783	343	1,640	-16
<b>TOPLAM</b>	<b>10,445</b>	<b>11,178</b>	<b>6,757</b>	<b>5,611</b>	<b>14,242</b>	<b>6</b>

Kaynak:DTM-EBİM Kayıtları

Azerbaycan, Çin, Hong Kong, Makedonya, KKTC ve Bulgaristan Türkiye'nin beyaz ette en önemli dış pazarlarını oluşturmaktadır. 2001-1997 yılları arasında beyaz ette Türkiye'nin toplam ihracatı yılda ortalama % 6 artarak 14.2 milyon \$'a ulaşmıştır.

**DÜNYADAKİ BAŞLICA BEYAZ ET İHRAÇ EDEN ÜLKELERİ (000 USD)**

	1998	1999	2000	2001	2001-1998 Ort. Büyüme (%)	2001 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>ABD</b>	1,739,625	1,768,891	1,960,970	2,282,547	7	20
<b>BREZİLYA</b>	738,925	939,354	904,180	1,439,470	18	13
<b>FRANSA</b>	799,533	1,448,602	1,353,847	1,291,247	13	11
<b>HOLLANDA</b>	724,140	1,165,996	975,258	1,110,211	11	10
<b>ÇİN</b>	484,795	726,829	887,492	980,580	19	9
<b>TAYLAND</b>	300,000	693,382	753,508	955,443	34	8
<b>DİĞER</b>	1,971,503	2,917,577	2,996,233	3,362,353	14	29
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>6,758,521</b>	<b>9,660,631</b>	<b>9,831,488</b>	<b>11,421,851</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

Kaynak: FAO

2001 yılı itibariyle ABD, Brezilya, Fransa, Hollanda dünyanın önde gelen beyaz et ihracatçısı ülkelerdir. Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı ise sadece binde bir düzeyinde bulunmaktadır. 2001-1998 yılları arasında ihracatı en hızlı artan ülke Tayland ( % 34) olur iken, onu Çin (% 19) ve Brezilya (% 18) izlemiştir. Aynı dönemde Türkiye'nin beyaz et ihracatındaki büyüme dünya ihracatındaki büyümenin gerisinde kalarak % 6 olarak gerçekleşmiştir.

**BAŞLICA İTHALATÇI ÜLKELER ( 000 USD)**

	1998	1999	2000	2001	2001-1998 Ort. Büyüme (%)	2001 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>JAPONYA</b>	905,710	1,394,111	1,399,770	1,475,364	13	14
<b>ALMANYA</b>	608,361	1,025,902	994,005	1,227,202	19	12
<b>İNGİLTERE</b>	729,903	1,158,719	1,080,327	1,124,919	11	11
<b>RUSYA FED.</b>	575,990	153,805	371,084	763,333	7	7
<b>HONG KONG</b>	678,486	881,189	822,487	762,978	3	7
<b>ÇİN</b>	118,022	440,014	507,031	461,243	41	4
<b>S.ARABİSTAN</b>	313,001	405,180	337,685	400,816	6	4
<b>HOLLANDA</b>	189,285	385,798	302,253	402,450	21	4
<b>DİĞER</b>	2,138,698	3,339,890	3,475,344	3,837,795	16	37
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>6,257,456</b>	<b>9,184,608</b>	<b>9,289,986</b>	<b>10,456,100</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

Kaynak: FAO

2001 yılı itibariyle dünyanın önde gelen beyaz et ithalatçısı ülkeler Japonya, Almanya, İngiltere, Rusya Federasyonu ve Hong Kong'dur. Bu beş ülke dünya ithalatının % 44'ünü karşılamaktadır. 2001-1998 yılları arası ithalatı en hızlı artan ülke % 41 ile Çin olurken, onu sırasıyla Hollanda ( % 21) ve Almanya ( % 19) izlemiştir.

## Maliyet Yapısı

Piliç Üretim Maliyeti Yüzdesel Dağılım	
<b>Girdiler</b>	<b>%</b>
Cıvciv	17.1
Yem	34.2
Malzeme	6.3
Fason Üretici	13.7
İşçilik	14.2
Genel girdiler	14.5
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>

Kaynak: DPT- VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı

Piliç üretiminde en önemli maliyet unsuru yem olup çoğunlukla ithalat yoluyla temin edilmektedir. Yem katkı maddelerinin tamamına yakını yurtdışından sağlanmaktadır. Kanatlı yemlerinde ithal hammadde oranları % 85'lere çıkabilmektedir.

## YUMURTA SEKTÖRÜ

YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE'DE YUMURTA ÜRETİMİ VE KİŞİ BAŞINA TÜKETİMİ				
	Üretim (Mln. Adet)	% Değişim	Kişi Başına Tüketim Adet/Yıl	% Değişim
<b>1990</b>	7,699		136	
<b>1991</b>	7,668	0	134	-1
<b>1992</b>	8,215	7	141	5
<b>1993</b>	10,006	22	168	19
<b>1994</b>	9,845	-2	155	-8
<b>1995</b>	10,269	4	166	7
<b>1996</b>	9,782	-5	155	-7
<b>1997</b>	9,462	-3	145	-6
<b>1998</b>	12,160	29	182	26
<b>1999</b>	9,917	-18	149	-18
<b>2000</b>	7,245	-27	110	-26
<b>2001</b>	8,194	13	119	8
<b>2002</b>	7,826	-4	116	-3
<b>Ortalama Büyüme (2002-1994)</b>		<b>0,14</b>		<b>-1,32</b>

Kaynak: BESD-BİR

2002-1990 yılları arasında Türkiye'de yumurta üretimi istikrarsız bir seyir izlemiş olup yıllık ortalama büyüme % 0.14 olarak gerçekleşmiştir. Kişi başına yumurta tüketimi ise yıllık ortalama % -1.32 azalma göstermiştir. Kanatlı et sektörünün istikrarı için yumurta sanayiinin büyük bir önem arz etmesine karşılık, Türkiye'de bu iki sektördeki gelişme aynı paralellikte olmamıştır.

### YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN YUMURTA İHRACATI

	İhracat ( 000 \$)	% Değişim
1994	7,107	
1995	8,410	18
1996	19,672	134
1997	30,777	56
1998	34,086	11
1999	16,283	-52
2000	3,556	-78
2001	18,402	417
2002	3,650	-80
<b>Ortalama Büyüme (2002-1994)</b>		<b>-7</b>

Kaynak: DTM-EBİM Kayıtları

2002-1994 yılları arasında Türkiye'nin yumurta ihracatı büyük dalgalanmalar göstermiş ve yıllık ortalama % 7 azalmıştır.

### ÜLKELER İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN YUMURTA İHRACATI (000 \$)

	1998	1999	2000	2001	2002	2002- 1998 Ort. Büyüme (%)	2002 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>GÜRCİSTAN</b>	5,977	6,843	1,033	3,770	634	-36	17
<b>S.ARABİSTAN</b>	20	299	495	2,764	547	94	15
<b>B.A.E.</b>	0	0	0	1,186	420	-	12
<b>MACARİSTAN</b>	0	0	0	2,103	444	-	12
<b>ÜRDÜN</b>	0	0	197	943	198	-	5
<b>KKTC</b>	890	763	403	89	161	-29	4
<b>DİĞER</b>	27,199	8,378	1,428	7,547	1,246	-46	34
<b>TOPLAM</b>	<b>34,086</b>	<b>16,283</b>	<b>3,556</b>	<b>18,402</b>	<b>3,650</b>	<b>-36</b>	<b>100</b>

Kaynak: DTM-EBİM Kayıtları

2002 yılı itibariyle Gürcistan, S.Arabistan, B.A.E. ve Macaristan Türkiye'nin en önemli ihrac pazarlarını oluşturmaktadır. 2001 yılı itibariyle Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı ise sadece % 1.8 civarında bulunmaktadır.

ÜLKELER İTİBARIYLA DÜNYA YUMURTA İHRACATI (Mln. \$)						
	1998	1999	2000	2001	2001-1998 Ort. Büyüme (%)	2001 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>HOLLANDA</b>	303	311	291	258	-4	26
<b>ABD</b>	144	105	109	114	-6	12
<b>FRANSA</b>	79	95	88	79	0	8
<b>ALMANYA</b>	61	68	71	66	2	7
<b>BEL.-LÜX.</b>	70	51	58	56	-5	6
<b>DİĞER</b>	474	386	400	418	-3	42
<b>TOPLAM</b>	<b>1,131</b>	<b>1,016</b>	<b>1,017</b>	<b>991</b>	<b>-3</b>	<b>100</b>

Kaynak: FAO

2001 yılı itibariyle Hollanda % 26, ABD % 12 ve Fransa % 8'lik paylarıyla dünyanın önde gelen yumurta ihracatçısı ülkeleridir. 2001-1998 yılları arasında dünya yumurta ihracat hacmi yıllık ortalama % 3 oranında azalma göstermiştir.

YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN YUMURTA İTHALATI		
	İthalat (000 \$)	% Değişim
<b>1994</b>	527	
<b>1995</b>	6,439	1122
<b>1996</b>	5,678	-12
<b>1997</b>	1,188	-79
<b>1998</b>	1,341	13
<b>1999</b>	2,428	81
<b>2000</b>	2,988	23
<b>2001</b>	5,113	71
<b>2002</b>	12,640	147
<b>Ortalama Büyüme (2002-1994)</b>		<b>42,34</b>

Kaynak: FAO

Türkiye'nin yumurta ithalatını çoğunlukla damızlık yumurta oluşturmaktadır. Kanatlı et sektöründeki hızlı büyümeye paralel olarak yumurta ithalatı bazı yıllar dalgalanmalar gösterse de 2002-1994 yılları arasında yıllık ortalama % 42.34 oranında artmıştır.

**ÜLKELER İTİBARIYLA TÜRKİYE'NİN YUMURTA İTHALATI (000 \$)**

	1998	1999	2000	2001	2002	2002-1998 Ort. Büyüme (%)	2002 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
<b>HOLLANDA</b>	304	169	360	0	3,327	61	26
<b>ALMANYA</b>	0	483	29	573	2,994	-	24
<b>İNGİLTERE</b>	0	0	63	1,419	2,698	-	21
<b>KANADA</b>	0	0	1,689	1,898	1,103	-	9
<b>FRANSA</b>	6	17	192	192	871	171	7
<b>MACARİSTAN</b>	190	59	59	0	701	30	6
<b>ABD</b>	0	5	89	701	565	-	4
<b>DİĞER</b>	841	1,695	507	330	381	-15	3
<b>TOPLAM</b>	<b>1,341</b>	<b>2,428</b>	<b>2,988</b>	<b>5,113</b>	<b>12,640</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

Kaynak: DTM –EBİM Kayıtları

2002 yılı itibariyle Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ülkeler Hollanda, Almanya, İngiltere ve Kanada'dır. Son yıllarda Fransa'dan yapılan ithalatta da ciddi artışlar görülmüştür.

**ÜLKELER İTİBARIYLA DÜNYA YUMURTA İTHALATI (Mln. \$)**

	1998	1999	2000	2001	2001-1998 Ort. Büyüme (%)	2001 Yılı İtibariyle Toplamdaki Paylar (%)
ALMANYA	288	221	228	224	-6	23
HONG KONG	87	74	71	72	-5	7
FRANSA	46	47	56	55	5	6
HOLLANDA	55	59	47	43	-6	4
İNGİLTERE	16	19	38	43	28	4
KANADA	52	40	35	40	-6	4
DİĞER	558	553	525	500	-3	51
<b>DÜNYA TOPLAMI</b>	<b>1,102</b>	<b>1,013</b>	<b>1,000</b>	<b>977</b>	<b>-3</b>	<b>100</b>

Kaynak: FAO

2001 yılı itibariyle dünyanın en fazla yumurta ithalatı yapan ülkesi % 23'lük payla Almanya olup onu sırasıyla Hong Kong (% 7), Fransa (% 6) ve Hollanda (% 4) takip etmektedir.

## BANVİT BANDIRMA VİTAMİNLİ YEM SANAYİ A.Ş.

Türkiye'nin önde gelen iş adamlarından Sıtkı Koçman, Selahattin Göktuğ ve Bandırma iş dünyasından tanınan Vural Görener tarafından 1968 yılında kurulan Bandırma Vitaminli Yem Sanayii A.Ş. yem, damızlık yumurta, günlük etlik civciv, canlı piliç, piliç eti ile hindi palazı, hindi eti üretimi, kesimi ve pazarlaması alanlarında 1820 çalışanı ile faaliyet gösteren bir gıda şirkettir.

15 yıllık yem üretimin ardından yeni yatırım alanlarına yönelen Banvit, önce yumurta paketleme ve tasnif tesisi kurmuş, daha sonra bir yem müşterisinin kümesini 15 yıllığına kiralarak piliç yetiştirmeye başlamıştır.

1985 yılında 750 adet/saat piliç kesimi kapasitesiyle ilk otomatik kesimli kesimhane kurulmuştur. Kapasitenin Bandırma'nın talebinin şirketin kapasitesinin çok altında olması sebebiyle de şirket önce Bursa'da, ardından Balıkesir, İstanbul ve Edirne'de şubeler açmış ve nihayetinde günlük dağıtım yapabilen Türkiye genelinde yaygın bir satış ağına sahip olmuştur.

1986 yılında damızlık yumurta üretimine başlayan Banvit, 1988 yılında kuluçkahaneyi devreye sokarak dikey entegrasyonunu tamamlamıştır.

Banvit 1992 yılında hisselerinin % 15'ini halka açmış ve modern kesimhaneye taşınarak da kapasitesini arttırmıştır.

1996 yılı ise Banvit için yeniden yapılanma çalışmalarının başlangıç yılı olmuştur.

### 1-ŞİRKETİN ORTAKLIK YAPISI

Pay Sahibi	% Pay	Tutar (Mln TL)
Vural Görener	21.73	4,346,000
Sıtkı Koçman	19.50	3,900,000
Faruk Ebubekir	17.18	3,436,000
Esra Christoffel	12.61	2,522,000
IFC (Int.Finance Corporation)	2.50	500,000
<b>Toplam</b>	<b>26.48</b>	<b>20,000,000</b>

### 2-ŞİRKETİN İŞTİRAKLERİ

İştirakler	Sermaye Payı (%)	İştirak Edilen Sermaye (%)
Banvit Investment BV Hollanda	1,612,785	100.00
Tadpi Gıda Sanayii Tic. A.Ş.	1,103,911	99.99
Badiş Bandırma Dam. İşl.Tic. A.Ş.	350,580	99.04
Topkim Topkapı İlaç Premiks San. Ve Tic. A.Ş.	26,600	11.00
Yumtaş Yumurta San. A.Ş.	23,366	83.75

### 3-ŞİRKETİN MALİ ANALİZİ

#### A-Likidite Oranları

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
Cari Oran	1,93	2,14	2,28	1,23	1,32	1,34	1,76
Likidite Oranı	1,38	1,28	1,37	0,55	0,63	0,75	1,25
Nakit Oran	1,15	0,97	1,04	0,21	0,17	0,20	0,33
(Hazır Değ.+Menkul Kıy.) / Toplam Varlıklar	0,48	0,33	0,30	0,08	0,06	0,07	0,12
(Hazır Değ.+Menkul Kıy.) / Dönen Varlıklar	0,60	0,45	0,46	0,17	0,13	0,15	0,19
Net İşletme Sermayesi / Toplam Varlıklar	0,39	0,38	0,37	0,08	0,12	0,13	0,28
Interval Ölçüsü (Haz. Değ.+Menk.Kıym.+Tic.Alac.)/[(Satışların maliyeti+Faal.Gid.)/365]	86,49	59,74	69,56	31,82	40,44	44,87	120,85

2001 yılındaki finansal kriz şirketin likidite oranlarını olumsuz etkilediği açıkça görülmektedir. Şirketin nakit rezervini ölçen “Net İşletme Sermayesi / Toplam Varlıklar” oranında 2002 yılında toparlanma olsa da kriz öncesi seviyelerinin altında gerçekleşmiştir.

Şirketin üretim ve satışla ilgili cari harcamalarını hiçbir yeni kaynak temin etmeden kaç gün finanse edebileceğini ölçen “Interval Ölçüsü”ndeki yıllar itibariyle bozulma da açıkça gözükmemektedir. 1998 yılında 86,5 gün olan bu oran 2002 yılında 40 gün gerilemiştir.

Şirketin 2003 yılındaki performansı likidite oranlarına çok olumlu yansımış ve yıllar itibariyle şirketin likiditesinde meydana gelen bozulma eğilimini tersine çevirmiş gözükmemektedir.

#### B-Finansal Yapı Oranları

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
Toplam Borç / Toplam Varlıklar	0,49	0,46	0,57	0,82	0,64	0,69	0,54
Kısa Vadeli Borçlar / Toplam Borçlar	0,84	0,73	0,51	0,45	0,58	0,55	0,68
Uzun Vadeli Borçlar / Devamlı Sermaye	0,13	0,19	0,39	0,71	0,44	0,45	0,27
Finansal Borçlar / Toplam Borçlar	0,01	0,00	0,24	0,43	0,59	0,61	0,38
Banka Kredileri / Toplam Borçlar	0,01	0,00	0,24	0,35	0,41	0,41	0,26
Ödenmiş Sermaye / Öz Sermaye	0,18	0,37	0,41	0,59	0,23	0,28	0,27

Şirketin toplam borçlarının toplam varlıklar içerisindeki payının sürekli arttığı görülmektedir. 2001 yılında no oranının % 82’ye ulaşmasının borçlanmadaki artış dışındaki diğer önemli sebep 10 trilyon TL tutarındaki zararın özsermayeyi eritmiş olmasıdır.

Kısa vadeli borçların toplam borçlar içerisindeki payında son beş sene içerisinde ciddi bir gerileme olmuştur. Bu durumun oluşmasına şirketin uzun vadeli finansal kaynak kullanımına başlaması ve uzun vadeli ticari borçlarının artması gösterilebilir.

Özkaynaklarda otofinansmanın payının anlaşılmasında faydalı olan Ödenmiş Sermaye / Öz Sermaye oranı ara yıllarda artma eğilimi gösterse de 2002 yılında % 23'e düşmüştür. Bu oranın yüksekliği şirketin otofinansman olanaklarının sınırlı olduğunu gösterebilir.

### C-Mali Yükümlülükleri Karşılama Oranları

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
Faiz Karşılama Gücü (EBIT/ Fin.Giderleri)	29,83	30,46	2,63	-5,07	3,20	2,72	11,03

Şirketin faiz karşılama gücünün 1998 ve 1999 yıllarında çok yüksek gözükmesinin sebebi EBIT'in olağanüstü yüksek gerçekleşmesinden değil, şirketin finansal borcu olmaması sebebiyle finansman giderlerinin çok düşük gerçekleşmesinden kaynaklanmış, fakat 2000 yılında finansal kaynak kullanımıyla birlikte bu oran doğal olarak düşmüş, 2001 yılındaki yüksek zarar sebebiyle negatife dönmüş, 2002 yılındaki toparlanmayla birlikte bu oran da 3.2'ye yükselmiş ve 2003 yılının ilk dokuz ayı itibariyle de yüksek bir oranda artarak 11.03'e ulaşmış bulunmaktadır.

### D-Etkinlik Oranları

	1999	2000	2001	2002
Alacak Devir Hızı	23,89	21,00	15,23	13,37
Alacakların Ort.Tahsil Süresi	15,28	17,38	23,97	27,30
Stok Devir Hızı	7,99	9,05	8,04	7,84
Stok Tutma Süresi	45,65	40,32	45,42	46,57
Ticari Borç Devir Hızı	6,46	5,10	4,18	6,10
Ticari Borç Ödeme Süresi	56,51	71,63	87,42	59,80
Etkinlik Oranı ( Tahsil Süresi+Stok Tut.Süresi)	60,93	57,70	69,39	73,87
Gerekli Finansman Periyodu (Etk.Oranı- Tic Borç Ödeme Süresi)	4,42	-13,93	-18,04	14,08
İşletme Sermayesi Devir Hızı	11,69	5,28	6,54	19,22
Aktif Devir Hızı	2,31	1,99	1,62	1,97
Öz Sermaye Devir Hızı	4,40	2,74	4,01	4,23

Şirketin tahsilat kabiliyeti satışlardaki artışla birlikte azalma eğilimine girmiş gözükmektedir. Yine de şirketin ortalama tahsilat süresi 2002 yılı itibariyle yaklaşık 1 ay olup bu da oldukça düşük bir seviyedir. Stok devir hızında ve ticari borç devir hızlarında ise ciddi bir değişim gözlenmemektedir. Tahsil süresi ile stok tutma süresinin toplamından oluşan etkinlik oranı tahsilat süresinin uzaması dolayısıyla 1999 yılındaki 61 günden 2002 yılında 74 güne çıkmıştır. Etkinlik oranından ticari borç ödeme süresinin düşülmesiyle elde edilen gerekli finansman periyodu ise oldukça düşük seviyelerde seyretmiş olup şirketin işletme sermayesi ihtiyacı açısından rahat olduğunu göstermektedir.

Bir şirketin işletme sermayesini ne kadar etkin kullanabildiğini ölçen "İşletme Sermayesi Devir Hızı" ( Net Satışlar / Ortalama İşletme Sermayesi) 1999 yılına göre artış göstermiş, aktiflerinden ne kadar satış yaratabildiğini ölçen "Aktif Devir Hızı" ( Net Satışlar/ Ortalama Aktifler) 'nda son yıllarda fazlaca bir değişiklik olmamış ve özkaynakların kullanımının etkinliğini ölçen "Özsermaye Devir Hızı" (Net Satışlar / Ortalama Özsermaye) oranı da 2000 yılı hariç bir değişiklik göstermemiştir.

## E-Karlılık Oranları

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
Özsermaye Karlılığı (ROE= Net Kar / Ort.Öz Sermaye)		0,65	0,03	-0,33	0,08	0,07	0,49
Aktif Karlılık (ROA=EBIT/Ort.Varlıklar)		0,50	0,08	-0,11	0,08	0,06	0,26
Brüt Kar Marjı	0,41	0,31	0,20	0,11	0,19	0,22	0,25
Net Kar Marjı	0,20	0,15	0,01	-0,08	0,02	0,02	0,13
Esas Faaliyet Karlılığı	0,33	0,24	0,03	-0,08	0,03	0,08	0,11
ROC (EBIT/ Ortalama Sermaye)		0,94	0,15	-0,19	0,13	0,08	0,39
EBITDA MARJI (EBITDA/ Net Satışlar)	0,35	0,27	0,1	0,08	0,15	0,15	0,24
Satışların Maliyeti / Net Satışlar	0,59	0,69	0,80	0,89	0,81	0,78	0,75

Şirketin brüt kar marjı 1998 yılından itibaren sürekli gerilemiş ve 2001 yılındaki devalüasyonun da etkisiyle artan ithal girdi maliyetleri brüt kar marjını % 11'e çekmiştir. 2002 yılında kurdaki değer kaybının yavaşlaması ile brüt kar marjında toparlanma olmuş, ve 2003 yılında kurun değer kazanması ve şirketin katma değeri yüksek ürün satışına yönelmesi ile birlikte bu oran 2003/09 itibariyle % 25 olarak gerçekleşmiştir.

Önümüzdeki yıllarda şirketin karlılığındaki artışın devamı aşağıdaki gelişmelere bağlı bulunmaktadır:

- Yüksek kırmızı et fiyatlarının tavuk etine olan talebin artma eğilimini sürdürmesi ve şirketin bunu ürün fiyatlarına yansıtabilmesi.
- Devletin yerli mısır üreticilerini korumak amacıyla ithal mısıra % 70 oranında gümrük vergisi koymayı planlaması ithal yeme bağlı beyaz et sektöründeki karlılığı çok olumsuz etkileyebilir. DPT 2001 yılı raporuna göre beyaz et sektöründeki maliyetlerin ortalama % 35'i yemden oluşmaktadır. Yem giderlerinin çoğunluğu mısırdan oluşmakta ve gümrük vergisinde beklenen artış gerçekleşirse, Banvit'in brüt kar marjı, yemin tümünün ithal edildiği varsayımı altında, % 6'lara kadar gerileyebilir. Bu durumda şirketin kendi ürettiği yemin maliyeti ve girdilerdeki payı gümrük vergisinin maliyetlerdeki artışa etkisini belirleyecektir.
- Şirketin katma değeri yüksek ileri işlenmiş ürünlerin satışlar içerisindeki payını arttırmaya yönelmiş olması.
- İhracat artışı ( AB, Ortadoğu, Çin) ile birlikte yüksek kapasite kullanımı ve ölçek ekonomisi ile maliyetlerin düşmesi.

## F-Büyüme Oranları

	1999	2000	2001	2002
Satışların Büyüme Oranı	0,11	0,05	-0,17	0,14
Aktiflerin Büyüme Oranı	0,07	0,36	-0,23	0,15
Özsermaye Artış Oranı	0,13	0,09	-0,68	1,24

Şirket 2001 kriz senesi hariç büyüme trendini devam ettirmiştir.

## ÜRETİM

### Şirketin Yıllar İtibariyle Üretimi

	1998	1999	2000	2001	2002	2002-1998 Ortalama Yıllık Artış
Yem Üretimi (kg)	157,376,460	195,536,000	217,139,000	220,776,000	225,756,000	7.48
Dam. Yumurta (Ad.)	58,418,204	73,235,612	72,632,478	71,125,315	75,386,900	5.23
Günlük Cıvciv (Ad.)	40,376,770	55,895,200	57,355,250	50,116,840	50,723,880	4.67
Canlı Piliç (kg.)	63,918,444	84,427,538	97,642,211	99,219,148	98,712,079	9.08
Mamul Piliç (kg.)	46,549,066	62,376,802	74,377,861	69,281,948	66,252,556	7.31
Canlı Hindi (kg.)	0	0	0	6,989,544	7,792,673	n.m.
İleri İşlem (kg.)	0	0	0	4,891,564	8,781,625	n.m.
Mamul Hindi (kg.)	0	0	0	3,814,271	5,432,016	n.m.
Hindi Palazı (Ad.)	0	0	0	511,706	713,620	n.m.

Son beş yılda en fazla üretim artışı yıllık ortalama % 9.08 ile canlı piliç üretiminde gerçekleşirken, bunu sırasıyla yem üretimi ( % 7.48) ve mamul piliç üretimi ( % 7.31) izlemiştir. Şirketin Bandırma-Bursa'da bulunduğu yem fabrikasının kapasitesi yıllık 260,000 ton olup, şirketin 2002 yılında bu fabrikadaki kapasite kullanım oranı % 87 oranında gerçekleşmiş olup üretilen yemin tümü entegrasyon içinde damızlık ve piliç beslemede kullanılmıştır.

2002 yılında üretilen 75 milyon adet yumurtanın 12 milyon adeti iç piyasaya satılmış, 63 milyon adeti ise entegrasyon içerisinde değerlendirilerek 51 milyon adet civciv elde edilmiş ve bu civcivlerin 1.3 milyon adeti iç piyasada satılmış, geri kalanı ise Banvit ile sözleşmeli çalışan broiler yetiştirme çiftliklerine sevk edilmiştir.

Piliç üretiminde 1 kg ağırlık için gerekli yem 2001 yılına göre % 5 artarak 2002 yılında 2 gr'a ulaşmıştır. Şirketin yıllık piliç kesim kapasitesi 75 milyon adet olup 2002 yılında bu kapasitenin % 80'i kullanılmıştır.

Şirket 2001 yılında ürün yelpazesine canlı hindi, ileri işlem ürünlerini, mamul hindi ve hindi palazını ilave etmiş ve 2002 yılında bu ürünlerin üretiminde ciddi oranda artışlar olmuştur. Hindi üretiminde gerekli yem ise 1 kg ağırlık için 2.46 gr. olarak gerçekleşmiştir.

## Şirketin 9 Aylık Üretimi

	2002/09	2003/09	% Değişim
Yem Üretimi (kg)	158,923,000	190,380,000	19,79
Dam. Yumurta (Ad.)	56,855,101	67,545,399	18,80
Günlük Cıvcıv (Ad.)	36,694,240	44,955,320	22,51
Canlı Piliç (kg.)	69,147,168	88,170,451	27,51
Mamul Piliç (kg.)	45,745,389	60,584,108	32,44
Canlı Hindi (kg.)	5,078,508	7,226,613	42,30
İleri İşlem (kg.)	6,563,658	9,044,309	37,79
Mamul Hindi (kg.)	3,763,738	4,086,645	8,56
Hindi Palazı (Ad.)	547,080	816,000	49,16

Şirketin üretiminde miktar bazında mamul hindi üretimi dışında diğer bütün ürünlerde % 50-20 arasında değişen oranlarda artış gerçekleşmiştir. En fazla artış hindi palazında ( % 49.16) olurken, onu sırasıyla canlı hindi ( % 42.30) ve canlı piliç üretimi (% 27.51) takip etmektedir.

## SATIŞLAR

Banvit satışlarını Banvit (piliç, hindi, şarküteri ve pratik ürünler), Körpe (piliç, şarküteri ve pratik ürünler) ve Tadpi (piliç ürünleri) markaları altında gerçekleştirmektedir. Pratik ürünler satışlarının % 81'ini Banvit, piliç ürünlerinin % 59'unu Tadpi, şarküteri ürünlerinin % 82'sini ise Körpe markaları oluşturmaktadır.

Banvit ürünlerinin yaklaşık % 74'ünü taze, geriye kalan % 26'sını ise donuk olarak satmaktadır. 2002 yılı itibariyle 123 milyon \$ olan satışların içerisinde katma değerli ürünlerin payı bir önceki seneye göre 3 puan artarak % 64 olarak gerçekleşmiştir.

## Ürünlere Göre Satış Dağılımı (Ton)

Ürün Adı	Pay (%)
Piliç Eti	82
Şarküteri	6
Pratik Grubu	6
Hindi eti	6

## Markalara Göre Satış Dağılımı ( Ton)

Ürün Adı	Pay (%)
Tadpi	48
Banvit	45
Körpe	7

## Kanallara Göre Satış Dağılımı

Ürün Adı	Pay (%)
Perakendeciler	59
Zincir Marketler	19
Değer Katanlar	17
İhracat	5

Şirket ülke genelinde toplam 18 şube, 19 tali bayi ve 20 ana bayiden oluşan geniş bir satış ağına sahip bulunmaktadır. Ürünlerin satışının % 95'i satış ağı yoluyla gerçekleştirilirken, geriye kalan % 5 'lik kısım ise ihraç edilmektedir. Yurtiçi satışların ise % 64'ü şube, % 31'i ise bayi yoluyla yapılmaktadır.

## Şirketin Yıllar İtibariyle Satışları

	1998	1999	2000	2001	2002	2002-1998 Ortalama Yıllık Artış
Dam. Yumurta (Ad.)	5,852,340	3,940,948	3,244,806	8,411,150	11,511,707	14.57
Günlük Cıvciv (Ad.)	3,856,465	10,651,600	8,917,180	979,840	1,271,160	-19.91
Canlı Piliç (kg.)	209,939	68,316	827,993	2,012,865	3,659,699	77.12
Mamul Piliç (kg.) (Net)	46,384,060	60,630,747	74,504,290	64,696,062	59,321,965	5.04
İleri İşlem (kg.)	0	0	0	4,639,145	8,703,511	n.m.
Mamul Hindi (kg.)	0	0	0	3,270,708	4,511,433	n.m.
Canlı Hindi (kg)	0	0	0	41,980	0	n.m.

Şirketin satışlarına bakıldığında ise, 2002-1998 arasında canlı piliç satışları yıllık ortalama % 77.12 oranında artmış ve onu sırasıyla damızlık yumurta satışı ( % 14.57) ve mamul piliç (5.04) izlemiştir. Günlük cıvciv satışlarında ise yıllık ortalama % 19.91 oranında azalma olmuştur. Şirket 2001 yılında ileri işlem ve mamul hindi satışına yönelmiştir. 2002 yılında ileri işlem ürünlerinin satışında % 87.6 oranında artış gerçekleşmiştir

## Şirketin 9 Aylık Satışları

	2002/09	2003/09	% Değişim
Dam. Yumurta (Ad.)	7,507,007	10,225,142	36,21
Günlük Cıvciv (Ad.)	861,640	1,366,680	58,61
Canlı Piliç (kg.)	2,954,857	1,106,166	-62,56
Mamul Piliç (kg.) (Net)	41,617,413	55,786,475	34,05
İleri İşlem (kg.)	6,512,240	8,996,439	38,15
Mamul Hindi (kg.)	3,173,400	3,372,148	6,26
Canlı Hindi (kg)	0	0	n.m.

Şirketin satışlarına miktar bazında bakıldığında ise, en fazla artışın günlük cıvciv satışında olduğu ( % 58.61) ve onu sırasıyla ileri işlem ürünleri ( % 38.15) ile damızlık yumurtanın ( % 36.21) izlediği görülmektedir. Canlı piliç satışında ise % 62.56 oranında bir gerileme olmuştur.

## 5- ÖZET MALİ TABLOLAR

### Özet Bilanço ( Mln. \$)

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
Dönen Varlıklar	41,28	39,51	49,71	26,03	32,48	31,27	75,61
Duran Varlıklar	10,35	15,51	25,08	31,23	33,76	30,73	40,66
<b>Toplam Aktifler</b>	<b>51,63</b>	<b>55,02</b>	<b>74,79</b>	<b>57,25</b>	<b>66,24</b>	<b>61,99</b>	<b>116,27</b>
Kısa Vadeli Borçlar	21,38	18,42	21,77	20,93	24,60	23,29	42,98
Uzun Vadeli Borçlar	3,98	6,87	20,63	25,85	18,12	19,42	19,89
Özsermaye	26,27	29,73	32,39	10,47	23,52	19,28	53,41
<b>Toplam Pasifler</b>	<b>51,63</b>	<b>55,02</b>	<b>74,79</b>	<b>57,25</b>	<b>66,24</b>	<b>61,99</b>	<b>116,27</b>

### Özet Gelir Tablosu ( Mln. \$)

	1998	1999	2000	2001	2002	2002/09	2003/09
<b>Net Satışlar</b>	<b>110,72</b>	<b>123,26</b>	<b>129,53</b>	<b>106,89</b>	<b>122,06</b>	<b>89,27</b>	<b>133,14</b>
Yurtiçi Satışlar	111,24	125,32	132,36	109,27	125,16	91,06	139,49
Yurtdışı Satışlar	2,09	1,47	1,58	3,17	3,47	2,75	4,28
Brüt Satış Karı	45,26	37,92	26,19	11,43	23,36	19,93	32,85
Faaliyet Giderleri	14,18	19,11	26,24	24,54	17,43	12,57	17,64
Esas Faaliyet Karı	31,08	18,81	-0,052	-13,11	5,92	7,36	15,25
Finansman Gid.	1,18	0,87	2,10	1,37	1,59	1,26	1,81
Dönem Karı	34,07	25,61	3,42	-8,35	3,50	2,49	20,59
Vergi	11,57	7,54	1,98	0,44	1,32	0,99	3,55
<b>Net Kar</b>	<b>22,50</b>	<b>18,08</b>	<b>1,44</b>	<b>-8,79</b>	<b>2,18</b>	<b>1,50</b>	<b>17,04</b>

### Yasal Uyarı:

Burada yer alan yatırım bilgi, yorum ve tavsiyeleri yatırım danışmanlığı kapsamında değildir. Yatırım danışmanlığı hizmeti; aracı kurumlar, portföy yönetim şirketleri, mevduat kabul etmeyen bankalar ile müşteri arasında imzalanacak yatırım danışmanlığı sözleşmesi çerçevesinde sunulmaktadır. Burada yer alan yorum ve tavsiyeler, yorum ve tavsiyede bulunanların kişisel görüşlerine dayanmaktadır. Bu görüşler mali durumunuz ile risk ve getiri tercihlerinize uygun olmayabilir. Bu nedenle, sadece burada yer alan bilgilere dayanılarak yatırım kararı verilmesi beklentilerinize uygun sonuçlar doğurmayabilir.