



TARSUS
ÜNİVERSİTESİ

T.C.

TARSUS ÜNİVERSİTESİ

ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

HEDEF PAZAR ARAŞTIRMA RAPORU

ZEYTİN (GTİP: 200570)

(Sirke veya Asetik Asitten Başka Usullerle Hazırlanmış veya Konserve Edilmiş

Dondurulmamış

Olives, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excl. frozen)

HAZIRLAYAN

Mahsun ÇAPAROĞLU (UTL Yüksek Lisans Öğrenci)

İçindekiler Tablosu

ÖZET	3
ABSTRACT	4
GİRİŞ	5
1. GTİP Kodu : 200570 - Zeytin (Sirke Veya Asetik Asitten Başka Usullerle Hazırlanmış Veya Konserve Edilmiş, Dondurulmamış)	6
1.1. Zeytin İthalatı	8
1.2. Zeytin İhracatı	10
2. Türkiye için Hedef Pazar ve Pazara Giriş Koşulları	14
3. Sonuç	14
4. Kaynakça	15

ÖZET

Küreselleşme ile birlikte bir ürünü üretmek kadar onu pazarlayabilmek de önem kazanmıştır. Tedarikten üretime pazarlamadan dağıtımına çok çeşitli fonksiyonları içinde barındıran işletmelerin emek ve finansman gibi kısıtlı kaynaklarını en verimli şekilde kullanması gerekmektedir. Bu nedenle işletmelerin pazar bulmak gibi önemli bir işi tesadüfe bırakmadan profesyonel bir şekilde yürütmesi önem arz etmektedir. Dünyanın yeni yönelimlerinden biri zeytin ve zeytinyağına son zamanlarda artan ilgi olarak değerlendirilebilir. Zeytin üretimi dünya genelinde belirli bölgelerde gerçekleşmektedir ve Türkiye, zeytin yetiştirilmesine elverişli bir coğrafyada bulunması nedeniyle önemli bir zeytin üreticisi ülkedir. Zeytin üretimi Ege, Marmara, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde gerçekleştirilmekte olup, bu üretim hem ülkemizin tarımsal nüfusu için önemli bir geçim kaynağıdır hem de ülkenin ihracatında önemli bir kalemdir. Dolayısıyla, zeytin üretimi, Türkiye için dikkate alınması gereken bir üründür. Zeytinin olgunluk değerlerini kaybetmeden raf ömürlerini arttırarak her mevsimde ulaşma imkânı sağlama ihtiyacı doğmuştur. Zeytinin raf ömrünün doğru şekilde işlendiğinde ve uygun koşullarda saklandığında, zeytinlerin raf ömrü genellikle birkaç ay ila birkaç yıl arasında değişebilir. Ancak, kesin bir raf ömrü vermek zor, çünkü bu süre, işleme yöntemine, ambalajlama ve depolama koşullarına bağlı olarak değişebilir. Zeytinleri satın aldıktan sonra üretici veya ambalaj üzerindeki talimatları takip etmek ve önerilen tarihlerde tüketmek, en iyi tazelik ve kaliteyi elde etmek için önemlidir. Bundan dolayı yeni tüketim yöntemleri gelişmiştir. Bu makalenin amacı zeytin için ihracat veya ithalat pazarı arayan üretici ya da satıcıya araştırma raporu sunmaktır. Güncel ikincil kaynaklar kullanılarak edinilen verilerin yardımıyla zeytinin üretim miktarı, ithalat değeri, ihracat değeri ve miktarları, birim ihraç ve ithal değerleri, pazara yakınlık gibi bilgiler yorumlanarak Türkiye için hedef pazar anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: İhracat, İthalat, Zeytin

ABSTRACT

With globalization, marketing a product has become as important as producing it. Businesses, which have a wide variety of functions from supply to production, from marketing to distribution, need to use their limited resources such as labor and finance in the most efficient way. For this reason, it is important for businesses to carry out an important job such as finding a market professionally without leaving it to chance. One of the new trends of the world can be considered as the increasing interest in olive and olive oil recently. Olive production takes place in certain regions around the world and Turkey is an important olive producing country due to its geographical location suitable for olive cultivation. Olive production is carried out in the Aegean, Marmara, Mediterranean, Southeastern Anatolia and Black Sea regions, and this production is both an important source of income for the agricultural population of our country and an important item in the country's exports. Therefore, olive production is a product to be considered for Turkey. The need has arisen to increase the shelf life of olives without losing their maturity values, and to provide them with the opportunity to reach them in all seasons. When properly processed and stored under appropriate conditions, the shelf life of olives can usually range from a few months to several years. However, it is difficult to give an exact shelf life because this time may vary depending on the processing method, packaging and storage conditions. After purchasing the olives, it is important to follow the instructions on the manufacturer or on the package and consume them on the recommended dates to obtain the best freshness and quality. Therefore, new consumption methods have been developed. The purpose of this article is to present a research report to the producer or seller looking for an export or import market for olives. With the help of the data obtained by using current secondary sources, information such as olive production amount, import value, export value and quantities, unit export and import values, proximity to the market will be interpreted and the target market for Turkey will be explained.

Keywords: Export, Import, Olive

GİRİŞ

Küreselleşen ticarete rekabet ortamının yoğunlaşması ve stratejik önceliklerin değişimi dünya ticaretindeki kuralları değiştirerek ihracatçıyı doğru zamanda doğru bilgiler ışığında hamleler yapmaya mecbur kılmıştır. İklim koşulları ve arazi şartları gibi faktörler, zeytinin dünyanın her yerinde üretilebilen bir ürün olmasını engellemektedir. Bu nedenle, zeytinin dünyada kıt bir kaynak olarak kabul edilmesi, uluslararası ticaret açısından büyük önem taşımaktadır (Johnson, 2020). Dünya üretiminin yüzde 90'ının gerçekleştiği Akdeniz ve Ege bölgeleri, zeytinin ekonomik açıdan önemli bir rol oynamakta ve hatta sosyal yapısını da etkilemektedir. Türkiye'nin Akdeniz ve Ege kıyılarına sahip olması, zeytinin en temel gıda maddelerinden biri olduğu ve ülkede büyük bir öneme sahip olduğu anlamına gelmektedir (Davis, 2017). Bu nedenle uluslararası ticari potansiyeli yüksek ülkelere yönelmenin, doğru hedef pazar araştırmasının ve tespitinin yapılmasının, ilgili pazara girmeden önce rakip firmalar ve müşterilere yönelik yapılan analiz ve araştırmaların önemi günden güne artmıştır. Bir Pazar araştırması yapılırken uluslararası pazarlarda bir ürüne ait ihtiyacın var olup olmadığı, varsa bu ihtiyacın hangi tarafa doğru gelişme gösterdiği bulunmaya çalışılır. Bu çalışmayı yaparken ikincil verilerle elde edilecek sorular aşağıda belirtilmiştir:

Ürünün dünya ve ulusal pazardaki üretimi,

Ürünün dünya ve ulusal pazardaki tüketimi,

Ülkeler ve işletmeler düzeyinde rakiplerin kim olduğu,

Ürünün ulusal ve uluslararası pazardaki birim fiyatı,

İthalat istatistikleri (en fazla ithal eden ülkeler, ithalatı büyüme trendi gösterenler, ithalat yoğunluğu, ithalat mesafesi, dış ticaret dengesi, vb.) Riskler (ekonomik, ticari, politik, vb.),

Bu çalışmada, son yıllarda dünya genelinde tüketimi artan zeytin için bir pazar araştırması yapılması amaçlanmaktadır. Bu araştırma, ikincil verilerden yararlanarak üretim, tüketim, rekabetçiler, birim fiyatlar, ithalat bilgileri, pazar giriş koşulları, riskler gibi faktörleri dikkate alarak bir hedef pazar önerisi sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca, zeytin ihracatı-ithalatı yapmak isteyenlere öneriler sunmak ve pazar araştırması yapmak isteyen uygulayıcılara örnek bir araştırma raporu sunmak da çalışmanın diğer amaçları arasındadır.

1. GTİP Kodu: 200570 - Zeytin (Sirke Veya Asetik Asitten Başka Usullerle Hazırlanmış Veya Konserve Edilmiş, Dondurulmamış)

Zeytin, Akdeniz uygarlığının ayrılmaz bir parçası olan ağacıyla, meyvesiyle ve yağıyla kendine özgü bir kültürü temsil eder. Zeytin, Akdeniz bölgesine özgü bir bitkidir ve Akdeniz iklimi ile bu bölgenin en karakteristik bitkisi olarak bilinir. Aynı zamanda bu bölgenin medeniyetinin sembolüdür(Tanoğlu, 1968: 218). Zeytin ağacının genellikle boyu 2-4 metre arasında olup nadiren 10 metreye kadar çıkabilir. Dalları seyrek ve dağınık bir şekildedir. Yaprakları oval, parlak ve koyu yeşil veya gümüş rengindedir. Kış mevsimi zeytin ağacının dinlenme dönemidir, ancak ağaç bu dönemi yapraklarını dökmeden geçirir. Zeytin ağacının tacı genellikle 3-8 metre çapında bir alanı kaplar. Ana dalların üzerinde ikinci ve üçüncü derecede dallar bulunur. Bu dallar kırılğan ve parlak bir yüzeye sahiptir, kolayca kırılabilirler. Zeytin ağacının ana vatanı Orta Doğu'dur ve uzun bir süre bu bölgeye özgü bir ağaç olarak kalmıştır. Zeytinin dünyaya yayılmasıyla ilgili birçok çalışmada, bu gen merkezinden iki yol izlendiği belirtilmektedir. İlk olarak, Anadolu'nun batısına, oradan Ege adalarına, Yunanistan, İtalya ve İspanya'ya yayıldığı görülmektedir. Diğer yol ise, Suriye ve Mısır üzerinden tüm Kuzey Afrika ülkelerine dağılmıştır. 15. ve 16. yüzyıllar boyunca İspanyol denizciler tarafından Kuzey ve Güney Amerika'ya taşınmıştır(Fernandez, 1997: 14).

Tablo 1. Yıllara Göre Dünya Zeytin Üretim Miktarı

YIL	TON
2000	156,546
2005	159,651
2010	206,263
2015	208,736
2017	213,623
2019	216,275
2020	237,291

Kaynak: Faostat, 2023

Tablo 1'den görüleceği üzere dünya avokado üretimi 20 yılda artarak 156 tondan 237 tona yükselmiştir. Tablo 2'de ise Zeytin üretiminde öne çıkan ülkeler sunulmaktadır.

Tablo 2: Ülkelerin Zeytin Üretim Miktarı (2022)

Ülke	Ton
İspanya	825,655
İtalya	227,063
Türkiye	173,868
Fas	159,050
Portekiz	137,575
Mısır	976,062
Cezayir	704,619
Suudi Arabistan	382,105
Libya	173,259

Kaynak: Faostat, 2023

Tablo 2’de yer verilen ülkelere göre Zeytin üretiminde, aynı zamanda ürünün anavatanı olan Mısır, Arabistan gibi Orta Doğu Ülkelerinin açık ara önde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede Türkiye ve yakın coğrafyasındaki zeytin üretimine ilişkin üretim Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. Türkiye ve Yakın Coğrafyasında Üretim Miktarları (2022)

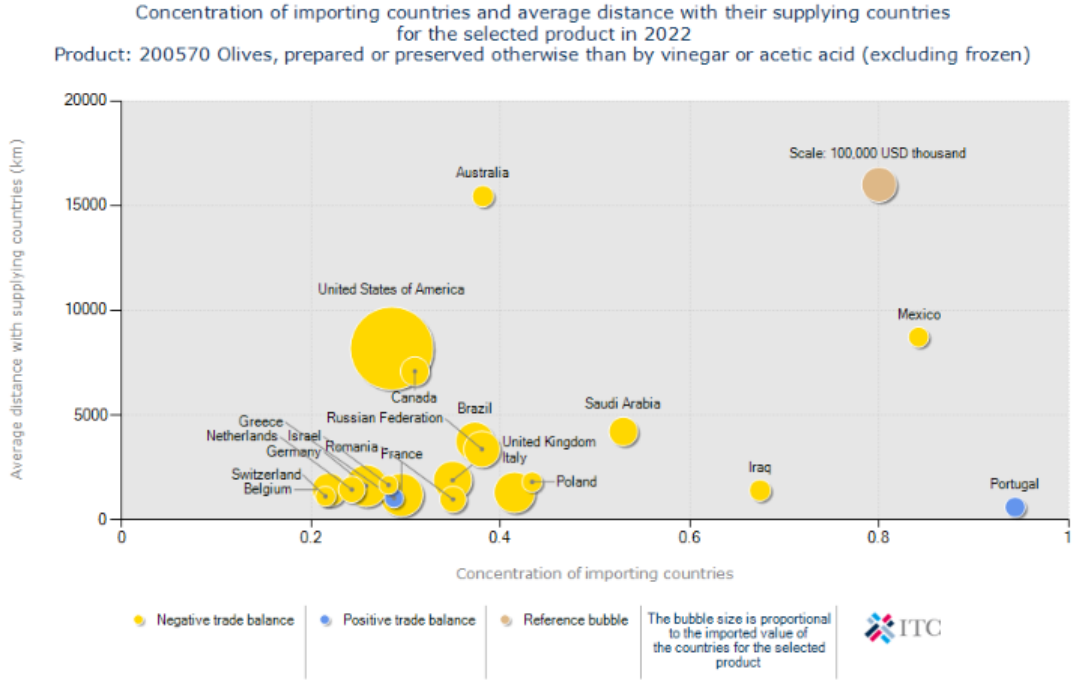
Dünya Sıralaması	Ülke	Ton
3	Türkiye	173,868,00
6	Mısır	976,062,76
7	Fas	704,619,00
8	Tunus	700,000,00
10	Saudi Arab.	382,105,00
12	Libya	173,259,80

Kaynak: Faostat, 2023

Tablo 3’te sunulduğu üzere sırasıyla Mısır, Cezayir ve Tunus, Türkiye’nin yakın coğrafyasındaki üretimde önemli ölçüde ayrılmaktadır.

1.1.Zeytin İthalatı

Öncelikle dünyada biber ithalatı yapan ülkelere bakılarak Türkiye için potansiyel pazar çalışmaları yorumlanacaktır.

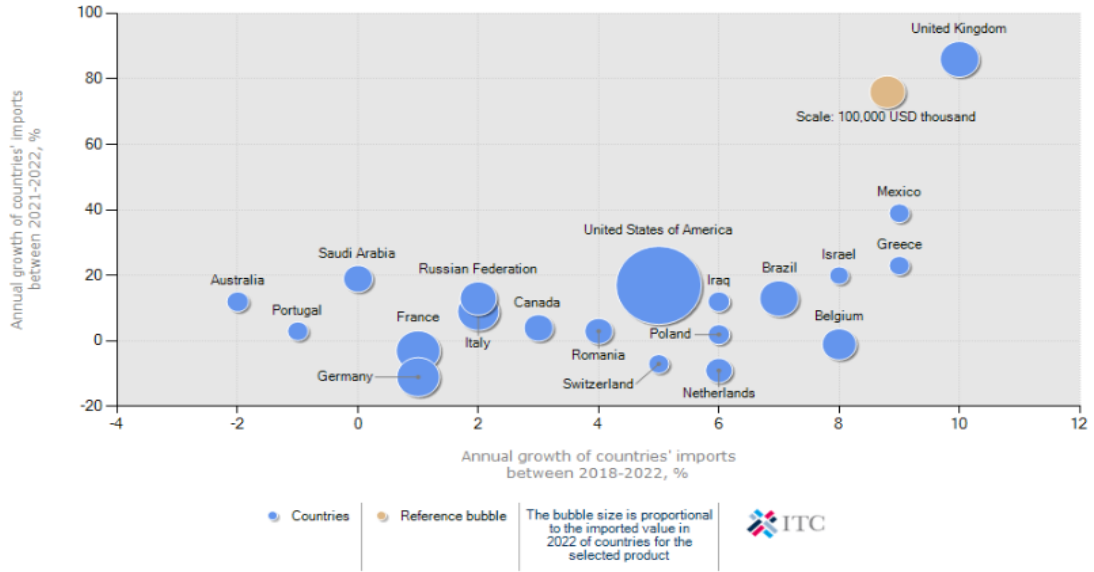


Şekil 1:İthalat Yapan Ülkelerin Konsantrasyonu ve Hedef Ülkelere Ortalama Mesafe (2022)

Kaynak: Trademap 2023

Şekil 1’de; Ülkelerin zeytin ithal ederken ürünü ithal ettikleri ülkelere olan mesafeleri incelenmiştir. Büyük ithalatçılardan Amerika Birleşik Devletleri, Fransa ve Almanya ürünü çok uzak mesafeden alabilmektedirler. Bu da bu üç Pazar için mesafenin önemli olmadığı ve dünyanın hemen hemen her bölgesinden İthalat yaptığını göstermektedir. Mesafe göstergeleri ışığında ülkemiz için alternatif pazar olabilirler. Türkiye 2022 yılında 236 bin Usd değerinde zeytin ithalatı gerçekleştirmiştir.

growth of countries' imports
Product: 200570 Olives, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid (excluding frozen)



Şekil 2: Ülkelerin son 5 yılda ve son bir yıldaki ithalat büyüme oranı

Kaynak: Trademap 2023

Şekil 2’de Ülkelerin 2018-2022 yılları ile 2021-2022 yılları arasındaki zeytin ithalat artış azalış oranları gösterilmektedir. Veriler incelendiğinde Türkiye’nin son beş yıllık süreçte %-6, son bir yıllık süreçte %-57 oranında ithalat değerinin azaldığını görmekteyiz. Bununla birlikte ilk sırada olan Amerika 2018-2022 yıllarında %5, son yılda %17 oranında oransal olarak çok büyük artış olmasa da pazar oldukça büyük ve büyümeye devam etmektedir.

Tablo 4. 2022 Yılında Seçilen Ürün İçin İthalatçıların Listesi

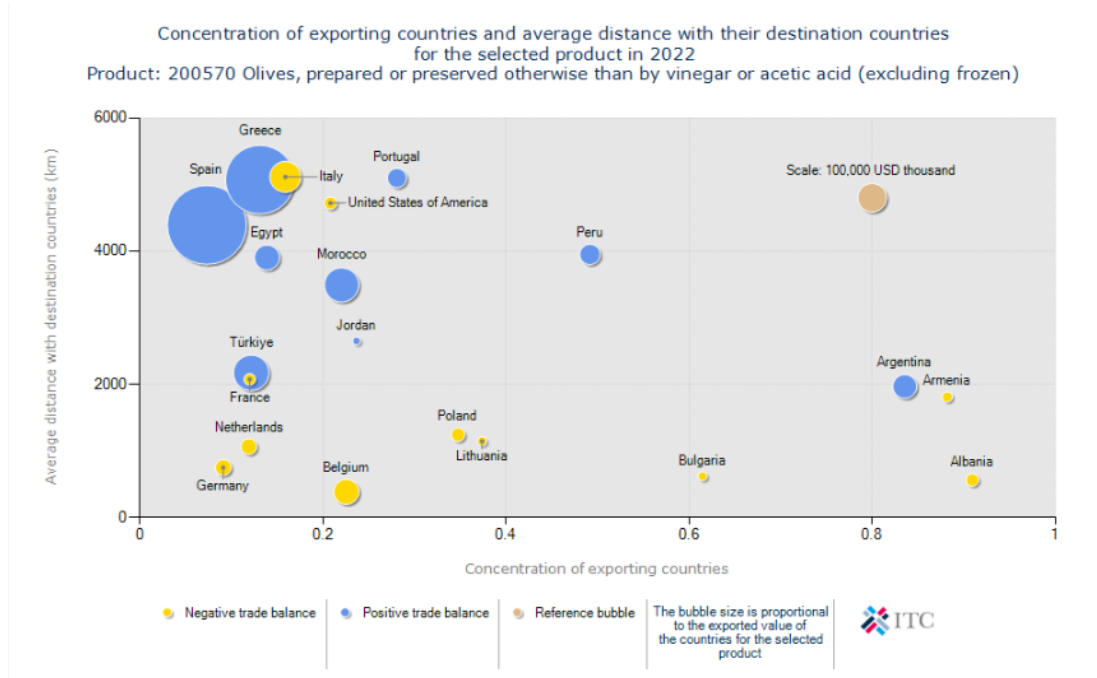
HS8	İthalatçıları	2022'de ithal edilen değer (bin ABD doları)▼	2022'de ticaret dengesi (bin ABD doları)↓	2022'de ithal edilen miktar	Miktar Birimi	Birim değeri (USD/birim)↑	2018-2022 yılları arasında yıllık değer artışı (%)↑	2018-2022 yılları arasında adet bazında yıllık büyüme (%)↑	2021-2022 yılları arasında yıllık değer artışı (%)↑	Dünya ithalatındaki pay (%)↑	Tedarik eden ülkelerin ortalama mesafesi (km)↑	Tedarik eden ülkelerin yoğunlaşması↑	Ülke tarafından uygulanan ortalama tarife tahmini (%)↑	Kullanılmayan potansiyel ticaret tahmini, bin ABD doları↑
	Dünya	2.442.083	-102.361	0	miktar yok		4	2	9	100	4.257	0,22		
	Amerika Birleşik Devletleri	605.923	-593.330	146.405	ton	4.139	5	1	17	24.8	8.178	0,29	1,3	207.145
	Fransa	155.051	-145.623	95.988	ton	1.615	1	3	-3	6,3	1.190	0,3	4,1	98.544
	Almanya	148.694	-125.513	71.405	ton	2.082	1	-1	-11	6,1	1.620	0,26	4,1	81.389
	İtalya	141.059	-27.870	87.606	ton	1.610	2	0	9	5,8	1.304	0,41	4,1	43.385
	Birleşik Krallık	123.482	-122.049	49.392	ton	2.500	10	6	86	5,1	1.885	0,35	4,1	30.878
	Brezilya	120.255	-119.698	122.100	ton	985	7	5	13	4,9	3.743	0,37	13,4	32.527
	Rusya Federasyonu	107.768	-107.569	0	miktar yok		2	4	13	4,4	3.369	0,38	6,5	48.714
	Belçika	91.208	-17.295	35.699	ton	2.555	8	6	-1	3,7	1.433	0,22	4,1	49.938
	Suudi Arabistan	67.395	-67.358	38.308	ton	1.759	0	2	19	2,8	4.213	0,53	4,6	28.345
	Kanada	67.325	-66.840	30.598	ton	2.200	3	4	4	2,8	7.084	0,31	1,8	38.994
	Romanya	58.003	-56.730	38.061	ton	1.524	4	1	3	2,4	975	0,35	4,1	40.911
	Hollanda	53.274	-29.827	19.218	ton	2.772	6	4	-9	2,2	1.443	0,24	4,1	32.929
	Irak	36.632	-36.624	0	miktar yok		6		12	1,5	1.401	0,67	...	9.130
	Avustralya	36.516	-35.543	13.909	ton	2.625	-2	1	12	1,5	15.446	0,38	3,2	18.755

Kaynak: Trademap 2023

Tablo 4’te zeytin ithalatında dünya ortalaması ile ülkeler dağılımı mevcuttur. İthalat sıralamasına baktığımızda başta Amerika, Fransa ve Almanya görülmektedir. Bu ülkeler ithal ettikleri ürünlerin tamamına yakını kendi ülkelerinde tüketmektedir. Tablo 4 içerisinde ithal edilen ürünün birim maliyetlere baktığımızda (ton/\$) en yüksek fiyattan alan ülkeler; ABD, İsviçre, İsrail, Hollanda ve Avustralya sıralaması ile devam etmektedir. Coğrafya, mesafe ve değer birim fiyata baktığımızda Avrupa da yer alan ülkelerin öncü ülkeler olduğu görülmektedir. Tablo 4 içinde yer alan son sütunda ülkelerin kullanılmamış ithalat potansiyel tahminleri yer almaktadır; yani o ülke için ithal edebilecekleri ürün değerini göstermekte ve bu da pazar büyüklüğünü tarif etmektedir. Amerika 207 milyar dolar, Fransa 98 milyar dolar, Almanya 81 milyar dolar, Belçika 49 milyar dolar, Rusya 48 milyar dolar, ve İtalya 43 milyar dolar seviyesinde gözükmektedir. Bu ihracatçılar için çok önemli bir veridir.

1.2.Zeytin İhracatı

Bu bölümde dünyada ülkeler bazında Zeytin ihracatı değerlendirilecektir. Zeytin ihracatı yapan ülkeler, yoğunlaşma ve ihraç edilen ülke mesafeleri başta olmak üzere değerlendirme yapılacaktır.

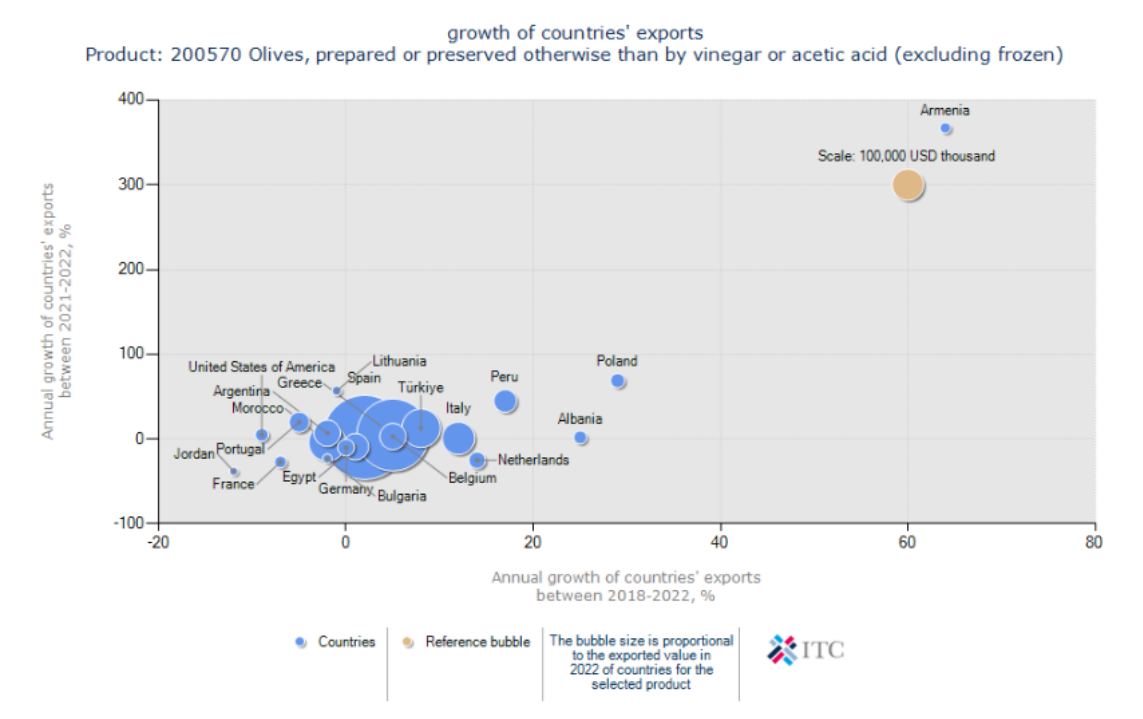


Şekil 3:İhracat Yapan Ülkelerin Konsantrasyonu ve Hedef Ülkelere Ortalama Mesafe

Kaynak: Trademap 2023

Şekil 3’te İhracat yapan ülke yoğunlaşması ve ihracat yapılan ülkelere ortalama uzaklık mesafeleri incelenmiştir. İhracat kapasitesi en yüksek ülke gözükürken İspanya kendisine

hem yakın ülkelere hem de uzak ülkelere ihracat yapmaktadır (4392 km ortalama). İş ortağı ülkelerinden biri olan Lübnan 7959 km ortalama mesafe ile ithalatçı ülkelere erişim sağlamaktadır. İhracat pazarında 3. Sırada olan Türkiye ise ortalama 2170 km mesafeye ürün ihraç etmektedir. Buradan anlaşılacağı gibi aslında pazar mesafeden bağımsız olarak işlem görebilmektedir ve dünyanın tüm ithalatçı ülkelerine ürün gönderilebilmektedir.



Şekil 4: Ülkelerin Son 5 Yılda Ve Son Bir Yıldaki İhracat Büyüme Oranı

Kaynak: Trademap 2023

Şekil 4'te Ülkelerin zeytin ihracatında son beş yıl (2017-2021) ile son bir yıl (2020-2021) içinde gerçekleştirmiş oldukları ihracat oranları ve değer değişimleri incelenmiştir. En büyük ihracatçı durumundaki İspanya'ya baktığımızda son beş yıl içinde değer artışının %2 büyüdüğünü son yıl verilerine baktığımızda %2 oranında ihracatını artırdığını görmekteyiz. 2018-2022 yılları arasındaki adet bazındaki yıllık büyüme değişmemiştir. İtalya'ya baktığımızda %12 değerine sahip iken %1 oranına gerilemiştir. Biber ihracatında 3. sırada bulunan Türkiye'ye baktığımızda son beş yılda %8 ihracat değerine sahip iken son yılda da %13'e büyüdüğünü görmekteyiz. En önemli büyüme oranları Ermenistan da gözükmektedir, son beş yılda %64, son bir yılda %367

oranında gerçekleşmiştir. Büyüme oranı olarak Ermenistan'ı sırasıyla Litvanya Polonya ve Peru takip etmektedir.

Tablo 5. 2022 Yılında Seçilen Ürün İçin İhracatçıların Listesi

HS8	İhracatçılar	2022 yılında ihraç edilen değer (bin ABD Doları) ▼	2022'de ticaret dengesi (bin ABD doları) ↑	2022 yılında ihraç edilen miktar	Miktar Birimi	Birim değeri (USD/birim) ↑	2018-2022 yılları arasında yıllık değer artışı (%) ↑	2018-2022 yılları arasında adet bazında yıllık büyüme (%) ↑	2021-2022 yılları arasında yıllık değer artışı (%) ↑	Dünya ihracatındaki pay (%) ↑	İthalatçı ülkelerin ortalama uzaklığı (km) ↑	İthalatçı ülkelerin yoğunlaşması ↑	Kullanılmayan potansiyel ticaret tahmini, bin ABD doları ↑
	Dünya	2.339.722	-102.361	0	miktar yok		4	2	4	100	4.030	0.07	
	İspanya	846.281	831.334	484.286	ton	1.747	2	0	2	36.2	4.392	0.07	295.189
	Yunanistan	620.456	591.216	203.039	ton	3.056	5	5	5	26.5	5.072	0.13	213.106
	Türkiye	158.185	157.949	0	miktar yok		8		13	6.8	2.170	0.12	115.471
	Fas	148.122	147.625	113.850	ton	1.301	-2	6	-4	6.3	3.491	0.22	49.494
	İtalya	113.189	-27.870	33.151	ton	3.414	12	13	1	4.8	5.113	0.16	39.769
	Belçika	73.913	-17.295	18.575	ton	3.979	5	9	3	3.2	382	0.23	34.178
	Mısır	70.374	69.502	34.431	ton	2.044	1	0	-9	3	3.902	0.14	127.986
	Arjantin	68.536	68.367	46.313	ton	1.480	-2	-5	7	2.9	1.965	0.84	56.443
	Peru	47.870	47.284	32.197	ton	1.487	17	15	45	2	3.949	0.49	41.424
	Portekiz	39.815	9.138	28.942	ton	1.376	-5	-2	20	1.7	5.096	0.28	19.289
	Hollanda	23.447	-29.827	8.033	ton	2.919	14	10	-25	1	1.062	0.12	14.641
	Almanya	23.181	-125.513	7.093	ton	3.268	0	-3	-10	1	748	0.09	16.694
	Polonya	17.861	-15.791	7.331	ton	2.436	29	23	69	0.8	1.241	0.35	4.775
	Arnavutluk	14.374	-4.611	12.889	ton	1.115	25	15	2	0.6	561	0.91	10.875

Kaynak: Trademap 2023

Tablo 5'te ürün miktar bazında İspanya en büyük ihracatçı konumundadır. Oransal büyümesi %2 oranında gerçekleşmiştir. Bununla birlikte dünya pazarının %36,2'sine hâkimdir. İtalya oransal olarak %12 den %1 seviyesine gerileme göstermişken dünya pazarının %4,8'i kadarına sahiptir. Türkiye baktığımızda oransal büyüme son beş yılda %8 oranında iken son yılda da %13 oranda büyüme göstermiştir; bu büyüme oranlarıyla dünya pazarının %6,8 kadarına sahiptir. Burada dikkat edilmesi gereken ülke Litvanya'dır. Litvanya son beş yılda %-1 oranında azalış gösterirken son yılda %57 büyüme oranları göstermiş ve dünya pazarının %0,2 oranına sahip olmuştur. İhracat birim fiyatlarına (ton/\$) baktığımızda ilk on ihracatçı ülkeye baktığımızda 1301\$-3979\$ civarında ihracat ederken Fransa ürünü 3681\$ ortalaması ile ihraç etmektedir. Bu ortalama fiyatlar, Fransa için önemli avantaj haline gelmektedir. Yukarıdaki tabloda yer alan kullanılmamış Ticari Potansiyel tahminine baktığımızda İspanya 295 milyon dolar, Yunanistan 213 milyon dolar, Mısır 127 milyon dolar, ve Türkiye 115 milyon dolar kullanılabilir potansiyele sahiptir.

Tablo 6. Türkiye'nin 2022 Yılında İhraç Ettiği Ürünün İthalatçı Pazarları Listesi

İkili ticaret 8 haneli	İthalatçılar	2022 yılında ihraç edilen değer (bin ABD Doları)	Ticaret dengesi 2022 (bin ABD doları)	Türkiye'nin ihracatındaki payı (%)	2018-2022 yılları arasında ihracat değerindeki büyüme (% yıl)	2018-2022 yılları arasında ihracat miktarındaki büyüme (% yıl)	2021-2022 yılları arasında ihracat değerindeki büyüme (% yıl)	Dünya ithalatında partner ülkelerin sıralaması	Dünya ithalatında partner ülkelerin payı (%)	2018-2022 yılları arasında partner ülkelerin değerindeki toplam ihralat artışı (% yıllık)	Ortak ülkeler ile tüm tedarik pazarları arasındaki ortalama mesafe (km)	Ortak ülkelerin tedarik eden tüm ülkelerinin yoğunlaşması	Kullanılmayan potansiyel ticaret tahmini, bin ABD doları
	Dünya	158.185	157.949	100	8		13		100	4			115.471
	Almanya	33.408	33.296	21.1	0		-1	3	6.1	1	1.620	0,26	-
	Irak	29.620	29.613	18.7	8		13	13	1.5	6	1.401	0,67	-
	Romanya	27.831	27.823	17.6	12		43	11	2.4	4	975	0,35	-
	Bulgaristan	9.272	9.269	5.9	13		19	22	0.9	-2	634	0,47	-
	Amerika Birleşik Devletleri	8.708	8.708	5.5	0		-23	1	24.8	5	8.178	0,29	33.923
	İsrail	4.810	4.810	3	43		13	20	1.2	8	1.658	0,28	3.936
	Birleşik Krallık	4.640	4.640	2.9	1		4	5	5.1	10	1.885	0,35	1.806
	Hollanda	3.280	3.280	2.1	11		1	12	2.2	6	1.443	0,24	990
	Birleşik Arap Emirlikleri	3.136	3.136	2	37		107	26	0.7	3	4.486	0,35	1.451
	Libya Devleti	2.687	2.687	1.7	105		66	23	0.9	35	1.512	0,42	2.438
	Fransa	2.486	2.478	1.6	15		14	2	6.3	1	1.190	0,3	3.467
	Rusya Federasyonu	2.384	2.384	1.5	15		76	7	4.4	2	3.369	0,38	10.303

Kaynak: Trademap, 2023

Türkiye'nin ihracatı dünya ihracatının % 6,8'ini temsil eden bu üründe dünya ihracat sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. İthalat yapan ülkelerin ortalama uzaklığı 2170 km, ihracat yoğunluğu 0,12 km'dir. Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke 33 Bin ABD Doları ile Almanya olmuştur.

Tablo 7. Türkiye'nin 2022 Yılında İthal Ettiği Ürünün Tedarik Pazarları Listesi

İkili ticaret 8 haneli	İhracatçılar	2022'de ithal edilen değer (bin ABD doları)	Ticaret dengesi 2022 (bin ABD doları)	Türkiye'nin ithalatındaki payı (%)	2018-2022 yılları arasında ithalat değerindeki büyüme (% yıl)	2018-2022 yılları arasında ithal miktarındaki büyüme (% yıl)	2021-2022 yılları arasında ithalat değerindeki büyüme (% yıl)	Dünya ihracatında partner ülkelerin sıralaması	Dünya ihracatında partner ülkelerin payı (%)	2018-2022 yılları arasında partner ülkelerin değerindeki toplam ihralat artışı (% yıl)	Ortak ülkeler ile tüm ithalat pazarları arasındaki ortalama mesafe (km)	Ortak ülkelerin tüm ithalatçı ülkelerinin yoğunlaşması	Kullanılmayan potansiyel ticaret tahmini, bin ABD doları
	Dünya	236	157.949	100	-6		-57		100	4			172
	Almanya	112	33.296	47.5	45		185	12	1	0	748	0,09	2
	Belçika	65	847	27.5			34	6	3.2	5	382	0,23	4
	Ürdün	13	540	5.5				20	0.2	-12	2.649	0,24	-
	Romanya	8	27.823	3.4				29	0.05	17	1.161	0,29	-
	Fransa	8	2.478	3.4			-63	16	0.4	-7	2.073	0,12	1
	İspanya	8	-3	3.4			49	1	36.2	2	4.392	0,07	-
	Irak	7	29.613	3	-59		-91	79	0	-58	1.567	0,78	-
	Suriye Arap Cumhuriyeti	7	146	3				22	0.09	13	4.533	0,11	-
	Bulgaristan	3	9.269	1.3			111	18	0.2	-2	616	0,61	2
	İtalya	3	548	1.3			9	5	4.8	12	5.113	0,16	4
	İran İslam Cumhuriyeti	3	234	1.3			122	68	0	-18	8.687	0,37	-
	Amerika Birleşik Devletleri		8.708					15	0,5	-9	4.720	0,21	-

Kaynak: Trademap, 2023

Türkiye'nin ithalatı dünya ithalatının % 0'ını temsil eden bu üründe dünya ithalat sıralamasında 120.sırada yer almaktadır. Tedarik eden ülkelerin ortalama uzaklığı 2023 km, pazar yoğunluğu 0,31 km dir.

2. Türkiye için Hedef Pazar ve Pazara Giriş Koşulları

Hedef pazar araştırması sırasında yararlanılması gereken en önemli göstergelerden birisi de pazara girişe ilişkin bilgilerdir. Özellikle ürünün ithalatından alınacak vergiler, karşılanması gereken kalite standartları, ambalaj ve etiket koşulları, analiz raporları, pestisit oranları, vb. bilgiler pazarın seçilmesi aşamasında gereklidir. Araştırmacının ihtiyaç duyduğu bilgiler çerçevesinde araştırmayı derinleştirmesi mümkündür.

3. Sonuç

Üretim, tüketim, ithalat verileri, rakipler, birim fiyat, pazara giriş koşulları gibi faktörlerle birlikte ülkelere özgü risk ve fırsatlar da dikkatle incelenmelidir. Zira pazar araştırma raporu sayılardan ibaret değildir. Ürüne, konjonktüre, araştırmacıya göre değişebilen subjektif bir yönü de bulunmaktadır. Haliyle verilere yer vermek kadar verileri iyi yorumlamak da önemlidir (Süygün, Bozyiğit, s. 405). Türkiye için tarife oranlarının az, coğrafya olarak yakın ve bu vesileyle lojistik maliyetlerinin uygun olması, ihracat birim fiyatlarının diğer ülkelerden uygun olması sebebiyle Almanya başta olmak üzere gümrük birliği ülkeleri ve Irak uygun pazar olarak görülmektedir. Uzak coğrafyada olmasına rağmen İngiltere ve Romanya için ithalat birim fiyatlarının diğer ülkelerden uygun olması ve bu iki ülkenin uzak mesafelerden ithalat yapmaları ile bu iki pazarın giderek büyümesi ve pazarda taleplerin artması Türkiye için önemli pazar alternatifleridir.

4. Kaynakça

Davis, M. (2017). The Role of Olives in the Turkish Food Culture. International Journal of Gastronomy and Food Science, 10, 45-52.

<https://www.data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2021-37249>

<https://www.fao.org/faostat/en>

<https://www.trademap.org/Index.aspx?nvpm>

Johnson, R. (2020). The Global Significance of Olive Trade. International Business Review, 15(3), 321-335.

Süygün, M. Sami. Bozyiğit, Sezen. (2021), *İhracatta Hedef Pazar Araştırması: Avakado Örneği*, Al -Farabi 9th International Conference On Social Sciences May 2-4, 2021 'Nakhchivan' University, Azerbaijan

Tanoğlu, A. (1968). Ziraat Hayatı. İstanbul Üniversitesi Yayın No: 177, İstanbul.

Fernandez, G. A., Diez, M. J. F., & Adams, M. R. (1997). Table Olives Production and Processing. Chapman & Hall, London.