

**EDREMİT, BURHANIYE VE AYVALIK
TİCARET ODALARI'NA ÜYE ZEYTİN İŞLETMELERİNİN
İHRACAT POTANSİYELLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ
PROJESİ**

ZEYTİN DIŞ PAZAR ARAŞTIRMASI



Hazırlayan:
Aydın Marka & Patent DanıŐmanlık Ltd. Şti

Editörler:
Yrd. Doç. Dr. İsmail METİN
AraÇ. Gör. Hakan ATLI

2015

İÇİNDEKİLER

TABLolar

ŞEKİLLER

ARAŞTIRMA ÖZETİ

1. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ZEYTİN ÜRETİMİ

1.1. Dünya'da Zeytin Üretimi

1.2. Türkiye'de Zeytin Üretimi

1.3. Balıkesir İlinde Zeytin Üretimi

2. ÜRÜNÜN GTİP NUMARASI ve ULUSLARARASI KABUL GÖREN İSMİ

3. DÜNYA ZEYTİN TİCARETİ

3.1 Dünya Zeytin İthalatı

3.2 Dünya Zeytin İhracatı

4. TÜRKİYE'NİN ZEYTİN İHRACATI

5. TÜRKİYE'NİN FİİLİ REKABETÇİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

6. HEDEF PAZARLAR VE ÖNCELİK VERİLECEK ÜLKELER

6.1. Dünyanın En Büyük Zeytin İthalatçıları Açısından Hedef Pazarlar

6.2. 2014 Yılında İthalatı En Fazla Artan Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar

6.3. En İyi İthalat Birim Fiyatı Veren Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar

6.4. Dünya Zeytin İthalatından En Çok Pay Alan Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar

6.5. Bir Önceki Yıla Oranla En çok İhracat Artışı Sergilediğimiz Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar

6.6. Zeytin Tüketim Alışkanlığı Az olan (Potansiyel Pazarlar) Açısından Hedef Pazarlar

7. ÜLKELERİN TÜRKİYE'YE UYGULADIĞI GÜMRÜK VERGİSİ ORANLARI

8. SEKTÖR İÇİN KALİTE BELGELERİ

9. TARIMSAL ÜRÜNLERDE İHRACAT İADESİ YARDIMI ÇERÇEVESİNDE ZEYTİN İHRACATINA YÖNELİK DEVLET DESTEKLERİ

10. ZEYTİN İHRACATINDA MÜŞTERİ BULMA YÖNTEMLERİ ve İLGİLİ DEVLET DESTEKLERİ

10.1. E-Ticaret

10.2. Yurt Dışı Fuarlar

10.3. Yurtdışı Pazar Araştırma Gezileri

10.4. Ticaret Müşavirleri

10.5. İşadamı Dernekler

10.6. İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları

SONUÇ

KAYNAKÇA

TABLÖLAR

Tablo 1: Dünya Sofralık Zeytin Üretimi

Tablo 2: Türkiye Zeytin Üretimi, 2004-2014

Tablo 3: Balıkesir İli Önde Gelen İlçeler 2013/2014 Sezonu Zeytin Rekolte Tahmini

Tablo 4: Zeytin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) Numarası

Tablo 5: Dünya Zeytin İthalatı ve Başlıca İthalatçı Ülkeler (Bin USD)

Tablo 6: Dünya Zeytin İthalatındaki Artış Oran ve Miktarları, Birim Fiyatlar, Dünya İthalatındaki Paylar ve Tedarikçi Ülkelere Olan Uzaklıklar

Tablo 7: Dünya Zeytin İhracatı ve Başlıca İhracatçı Ülkeler (Bin USD)

Tablo 8: Dünya Zeytin İhracatındaki Artış Oran ve Miktarları, Birim Fiyatlar, Dünya İhracatındaki Paylar ve İthalatçı Ülkelere Olan Uzaklıklar

Tablo 9: Türkiye'nin Zeytin İhraç Ettiği Ülkeler

Tablo 10: 2013-2015 Yıllarında Zeytin İhracatında Önde Gelen Ülkeler (Bin ABD Doları)

Tablo 11: 2013-2014-2015 Yılları Arasında Zeytin İhracatı (Bin ABD Doları)

Tablo 12: Bazı Ülkelerin Türkiye'ye Uyguladıkları Gümrük Vergisi Oranları

Tablo 13: Yurtdışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Tablo 14: Ön Onay Almış E-ticaret Siteleri

Tablo 15: 2015/1 Sayılı Karar Kapsamında Zeytine Yönelik Desteğe İlişkin Oranlar

Tablo 16: Yurtdışı Pazar Araştırma Gezilerinin Desteklenmesi

ŞEKİLLER

Şekil 1: Türkiye’de Zeytin retim Alanları

Şekil 2: Türkiye’den İhraç Edilen Zeytinin İthalat Pazarları

Şekil 3: Türkiye Zeytin İhracat Haritası, 2014

Şekil 4: Türkiye Rekabetçilik Balonu

Şekil 5: TS EN ISO 9001:2008 Belgesi

Şekil 6: TS EN ISO 22000:2005 Belgesi

Şekil 7: Hedef Pazardaki Ticaret Müşaviri ile İlgili Yazışma rneği

Şekil 8: Hedef Pazardaki Potansiyel Müşteri ile İlgili Yazışma rneği

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu pazar araştırması, Edremit, Burhaniye ve Ayvalık Ticaret Odaları ile Aydın Marka & Patent DanıŐmanlık Ltd. Şti. iŐbirliĐi kapsamında, adı geçen Ticaret Odalarına üye zeytin işletmelerinin ihracat potansiyellerinin geliştirilmesi için hazırlanmıŐtır.

ÇalıŐmanın temel amacı, zeytin işletmelerinin hangi hedef pazarlara yonelmeleri gerektiğini ortaya koymak ve daha hızlı ve daha az maliyetle ihracat iŐlemlerini gerçekleŐtirebilmelerini sağlamaya çalıŐmaktır. Bu çerçevede zeytine ilişkin temel bilgi ve istatistiklerden yola çıkarak Türkiye'nin fiili rekabetçiliği deĐerlendirilmiŐ, zeytin işletmelerimiz için hedef pazarlar belirlenerek incelenmiştir. lkeler bazında Türkiye'ye uygulanan gümrük vergileri, sektör için gerekli kalite belgeleri ve Tarımsal rnlerde İhracat İadesi Yardımı çerçevesinde zeytin ihracatına yonelik devlet destekleri ele alınmıŐtır. Araştırmada ayrıca ihracata baŐlama düŐüncesi olan ve/veya mevcut ve potansiyel pazarlardaki pazar paylarını artırmak isteyen zeytin üretici ve iŐleyici işletmeler için dış pazarlarda müşteri bulma yöntemleri ve söz konusu yöntemlere ilişkin devlet destekleri aktarılmıŐ, 2023 yılı ihracat hedeflerine ulaŐabilmek için önerilerde bulunulmuştur.

Araştırma, iŐletmelerimize hedef pazarların zeytine olan taleplerindeki deĐiŐimi irdeleyebilecek bir bakıŐ açısı sunmaktadır. Bu anlamda daha sonraki yıllarda yapılacak pazar araŐtırmalarına da yol gösterici olması beklenmektedir.

1. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ZEYTİN ÜRETİMİ

Araştırmanın ilk bölümünde dünyada ve Türkiye’de zeytin üretimine ilişkin veriler yer almaktadır. Bölümde ayrıca, Balıkesir ili zeytin ihracatında önde gelen ilçelerin tahmini zeytin rekoltelerine de değinilmiştir.

1.1. DÜNYADA ZEYTİN ÜRETİMİ

Dünya genelindeki zeytin yetiştiriciliğinin % 90’lık bir kısmının Akdeniz havzası, geriye kalan kısmı ise Latin Amerika ülkelerinde yapılmaktadır (AYSO, 2012: 14). Dünyanın önde gelen zeytin üreticileri; İspanya, Yunanistan ve İtalya başta olmak üzere Avrupa Birliği (AB) Ülkeleri, Mısır, Türkiye, Cezayir, Fas, Suriye ve Arjantin’dir.

Tablo 1: Dünya Sofralık Zeytin Üretimi (ton)

ÜLKELER	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15*
AB	677	675,4	828,50	741	780,5	738	851
Türkiye	300	390	330	400	410	430	438
Mısır	440	409	350	384,5	453	400	450
Cezayir	98	136	192,5	145,5	175	208	216
Suriye	120	135	147	172	134	125	40
Fas	100	90	110	100	100	100	100
Arjantin	95	220	90	150	60	140	28
Diğer	252,50	313,60	339,5	339,5	393	466	466
Toplam	2.082,50	2.369,00	2.563,00	2.432,50	2.512,50	2.595,50	2.554,50

Kaynak: T.C., Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2014 Yılı, Zeytin ve Zeytinyağı Raporu, 2015. *2014/15, Tahmini

Tablo 1’de görüldüğü üzere dünya sofralık zeytin üretimi yıllar itibariyle artış göstermiş ve 2013/14 sezonunda 2,5 milyon tonun üzerinde seyretmiştir. Aynı sezonda Türkiye, AB ülkelerinin ardından 2. sırada yer almaktadır. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 2013/14 Sezonu Çalışma Raporu’na göre dünyada en çok sofralık zeytin üretiminin gerçekleştirildiği ülke ise İspanya olmuştur.

1.2 TÜRKİYE'DE ZEYTİN ÜRETİMİ

Türkiye 169 milyon civarındaki ağaç sayısı ve 1.768.000 ton zeytin üretimi ile dünyanın en önemli zeytin üreticisi ülkeleri arasında yer almaktadır. Türkiye'de toplam zeytin ağacı sayısı 2004-2014 yılları arasında %50'den fazla artış göstermiştir. Diğer taraftan Türkiye zeytin üretim verileri değerlendirildiğinde, üretimin dalgalı bir seyir izlediği, 2014 yılında ise 1,7 milyon tonu geçtiği, üretiminin $\frac{3}{4}$ lük bölümünün ise yağlık olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Türkiye Zeytin Üretimi (Toplam), 2004-2014

Yıllar	Ağaç sayısı (Bin)			Üretim (Ton)		
	Toplam	Meyve Veren	Meyve Vermeyen	Toplam	Sofralık	Yağlık
2004	107 100	94 950	12 150	1 600 000	400 000	1 200 000
2005	113 180	96 625	16 555	1 200 000	400 000	800 000
2006	129 265	97 773	31 492	1 766 749	555 749	1 211 000
2007	144 329	104 219	40 110	1 075 854	455 385	620 469
2008	151 630	106 139	45 491	1 464 248	512 103	952 145
2009	153 723	109 127	44 596	1 290 654	460 013	830 641
2010	157 156	111 398	45 758	1 415 000	375 000	1 040 000
2011	155 427	117 941	37 486	1 750 000	550 000	1 200 000
2012	157 904	120 820	37 084	1 820 000	480 000	1 340 000
2013	167 030	129 161	37 869	1 676 000	390 000	1 286 000
2014	168 997	140 712	28 285	1 768 000	438 000	1 330 000

Kaynak: TÜİK, 2015

Türkiye'de zeytin üretim alanları sırasıyla; Ege, Marmara, Akdeniz Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinin belirli bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 2013/14 Sezonu Çalışma Raporu'na göre, Ege ve Marmara Bölgelerinde 2013/2014 sezonunda; Balıkesir, Çanakkale, Manisa, Aydın, Muğla, İzmir ve Bursa illerinde toplam 96.337.252 adet meyve veren, 11.088.249 adet meyve vermeyen ağaç mevcut olup, ağaç başına ortalama 6,7 kg. zeytin verimi ile 644.429 ton zeytin tanesi alınacağı, bunun 287.645 tonunun sofralığa, 356.785 tonunun yağlığa ayrılacağı, bundan da ortalama 1/5,1 randıman ile 69.285 ton zeytinyağı elde edileceği tahmin edilmiştir.

Şekil 1: Türkiye’de Zeytin Üretim Alanları



Kaynak: T.C. , Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2014 Yılı, Zeytin ve Zeytinyağı Raporu, 2015.

Yine aynı araştırmaya göre, Adana, Hatay, Mersin, Kilis ve Gaziantep illerinde toplam 28.446.688 adet meyve veren, 11.022.946 adet meyve vermeyen ağaç mevcut olup, ağaç başına ortalama 11,4 kg zeytin verimi ile 323.635 ton zeytin tanesi alınacağı, bunun 62.437 tonunun sofralığa, 261.198 tonunun yağlığa ayrılacağı, bundan da ortalama 1/ 4,6 randıman ile 56.547 ton zeytinyağı elde edileceği tahmin edilmiştir.

1.3. Balıkesir İlinde Zeytin Üretimi

Balıkesir’e ait 2013-2014 sezonu için; zeytin ağaç sayısı, üretilecek zeytinden sofralığa ve yağlığa ayrılacak miktarlar ile elde edilecek zeytinyağı miktarını gösterir veriler, önde gelen ilçeler göz önünde bulundurularak Tablo 2’de belirtilmiştir. Buna göre toplam 10.957.432 adet meyve veren, 473.744 adet meyve vermeyen ağaç mevcut olup, ağaç başına ortalama 7,6 kg. zeytin verimi ile 83.267 ton zeytin tanesi alınacağı, bunun 19.649 tonunun sofralığa, 63.617 tonunun yağlığa ayrılacağı, bundan da ortalama 1/5 randıman ile 12.708 ton zeytinyağı elde edileceği tahmin edilmiştir. Yıllık elde edilen zeytin (ton) açısından Manisa, Bursa ve Aydın’ın ardından Balıkesir 4. sırada yer almaktadır (İTB, 2015: 5). Tablo 3’te Balıkesir’e ait önde gelen ilçelerin zeytin rekolte tahminleri bulunmaktadır.

Tablo 3: Balıkesir İli Önde Gelen İlçeler, 2013/2014 Sezonu Zeytin Rekolte Tahmini

İlçeler	Ağaç Sayısı		Ağaç Başına Zeytin Tanesi (Kg)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Sofralığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)
	Meyve Veren	Meyve Vermeyen				
Ayvalık	1.791.808	118.742	10,0	17.918	1.792	16.126
Gömeç	1.320.000	100.000	12,0	15.840	1.901	13.939
Burhaniye	2.085.167	38.333	5,5	11.468	1.147	10.322
Havran	1.101.140	12.500	4,0	4.405	661	3.744
Edremit	2.987.000	25.000	6,5	19.416	3.883	15.532
Bandırma	269.795	8.250	10,0	2.698	2.563	135
Erdek	958.773	41.667	8,5	8.150	6.927	1.222

Kaynak: İTB, İzmir Ticaret Borsası, 2015

Balıkesir'in önde gelen zeytin yetiştirilen ilçeleri; Edremit, Ayvalık, Gömeç, Burhaniye ve Erdek'tir. Meyve veren ağaç sayısı, elde edilecek zeytin alanında Edremit ilçesi önde gelmekle birlikte yağlığa ayrılacak zeytinde Ayvalık lider durumdadır.

2. ÜRÜNÜN GTİP NUMARASI ve ULUSLARARASI KABUL GÖREN İSMİ

GTİP, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu'nun kısaltması olup, ülkemizde Gümrük Tarife Cetveli'nde 12 haneli koda verilen isimdir. Her ülkenin tarife cetvelinin esasını Dünya Gümrük Örgütü'nün (Türkiye'de ilgili kurum Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'dır) düzenlediği Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) oluşturmakta ve ticarete konu tüm ürünler belirli bir mantık ve sistematik çerçevesinde sınıflandırılmaktadır.

Tablo 4: Zeytin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) Numarası

POZİSYON NO	EŞYANIN TANIMI
2005	Diğer sebzeler(sirke veya asetik asitten başka usullerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmamış)
2005.70	- Zeytinler :
	- - Siyah zeytin
2005.70.00.00.13	- - - Net ağırlığı 1 kg.a kadar olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.14	- - - Net ağırlığı 1-2 kg. arası olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.15	- - - Net ağırlığı 2-5 kg.arası olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.19	- - - Diğerleri
	- - Yeşil zeytin
2005.70.00.00.23	- - - Net ağırlığı 1 kg.a kadar olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.24	- - - Net ağırlığı 1-2 kg. arası olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.25	- - - Net ağırlığı 2-5 kg.arası olan hazır ambalajda olanlar
2005.70.00.00.29	- - - Diğerleri

Kaynak: Resmi Gazete

Armonize Sistem (Tarife Cetveli) 21 bölüm ve 96 fasıldan oluşmaktadır. Fasıllar 2'li kodlara, her bir fasıl 4'lü kod olan pozisyonlara ve her bir pozisyon ise 6'lı kod olan alt pozisyonlara ayrılmıştır. Her ülkenin tarife cetvelindeki 2'li, 4'lü ve 6'lı kodları tüm dünyada aynıdır. Armonize Sistem'de 6'lı koddan sonraki bölümleri, ülkeler kendi ihtiyaçlarına (detaylı istatistik almak ve gümrük vergilerini daha detay ürün bazında uygulamak için) göre detaylandırabilmektedir. Türkiye'de ürünler en detay bazda 12'li kodla sınıflandırılmaktadır. Türkiye, Avrupa Birliği ile Ortak Gümrük Birliğine sahip olmasından dolayı, Türkiye'nin 8'li bazdaki kodları ve ürün grupları Avrupa Birliği ülkeleri ile aynıdır.

Türk Gümrük Tarife cetvelinde 10'lu baz olan "Milli alt açılım kodu" farklı vergi uygulamaları için açılan pozisyonlar olmakla birlikte pratikte kullanılmamaktadır. Bu nedenle, ülkemizde gümrük vergileri 12'li bazda belirlenmektedir. Tarife cetvelinde, 12'li kod olan GTİP, ülkemizde ürünlerin en detay bazda sınıflandırıldığı, gümrük vergilerinin uygulandığı ve istatistiksel amaçlarla

kullanılan koddur (www.mevzuat.net). Bu nedenle, zeytin ihracatı yapmak isteyen işletmelerin öncelikle ihraç edecekleri ürün çeşidine göre GTİP'lerini doğru bir şekilde belirlemeleri gerekmektedir. Dahası ihracat iadesine ilişkin oranlar, Tablo 4'teki GTİP'larına göre farklılık göstermektedir. Bu konuya araştırmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

3. DÜNYA İTHALATI, İHRACATI ve BİRİM FİYATLAR

Araştırmanın bu bölümünde zeytin ile ilgili dünya ithalat ve ihracat rakamları ile ithalatçı ülkelerin zeytin için birim alış fiyatlarına yer verilmektedir. Dünyada önde gelen zeytin ihracatçıları olası rakipler olarak kabul edilirken, ithalatçı ülkeler de potansiyel pazarlar olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan temel istatistikî veriler, Ekonomi Bakanlığı'nın pazar araştırmalarında ihracatçı firmalara yararlı bir kaynak olarak gösterilen Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Center, ITC -TRADE MAP) veri tabanından alınmış ve biçimlendirilip yorumlanarak, rakip ülke ve potansiyel hedef pazarların tespitinde kullanılmıştır.

Bölümde yer alan tablolardaki verilerin bazıları turuncu renkte gösterilmektedir. Bu durum bazı ülkelerin ilgili ticaret verilerini Birleşmiş Milletlere geç vermelerinden veya hiç vermemelerinden ileri gelmektedir. Hiç veri vermeyen ülkelerin dış ticaret verileri, o ülkelere mal veren veya alan ülkelerin veri toplamlarından elde edilmektedir. Böylece aşılın sorun "mirror data" (yansıma veri) olarak kavramsallaştırılmaktadır.

3.1. Dünya Zeytin İthalatı

Zeytinde dünya ithalat pazarının büyüklüğü 2014 yılında yaklaşık 2 milyar (1.966,452 bin) Dolar (ABD Doları) civarındadır. Tablo 5'te dünya zeytin ithalatı ve dünyanın en büyük zeytin ithalatçısı olan yaklaşık 40 ülke yer almaktadır. Bu verilere göre, dünyanın en önde gelen ithalatçı ülkesi, 454,5 milyon Dolar ile ABD iken; ikinci büyük ithalatçı 139,2 milyon Dolar ile Fransa; üçüncü büyük ithalatçı ülke ise 134,5

milyon Dolar ile Almanya'dır. Bu ülkeleri; Brezilya, İtalya, Rusya, İngiltere, Kanada, Belçika, Avustralya ve Rusya izlemektedir.

Tablo 5: Dünya Zeytin İthalatı ve Başlıca İthalatçı Ülkeler (Bin USD)

İthalatçılar	2010 Yılı İthalatı	2011 Yılı İthalatı	2012 Yılı İthalatı	2013 Yılı İthalatı	2014 Yılı İthalatı
Dünya	1,675,458	1,737,968	1,674,072	1,794,171	1,966,452
ABD	430,166	422,653	407,776	432,371	454,507
Almanya	128,289	135,649	122,810	125,080	134,560
İtalya	114,557	122,467	102,866	102,809	119,001
Brezilya	125,723	121,942	119,002	124,322	133,092
Fransa	128,203	119,491	108,818	122,662	139,244
Rusya	114,365	110,509	100,199	105,565	100,231
Birleşik Krallık	61,938	87,172	72,259	70,618	75,906
Kanada	47,049	49,359	49,887	50,559	57,778
Belçika	42,550	46,345	48,278	48,939	51,254
Avustralya	43,654	41,409	40,212	39,977	39,655
İsviçre	23,407	25,544	23,561	25,465	27,748
Irak	24,431	23,950	27,094	35,734	37,201
Bulgaristan	20,562	23,762	22,072	24,921	21,386
İsveç	21,107	21,613	20,926	23,155	24,009
Meksika	19,367	20,922	17,760	17,638	21,189
Suudi Arabistan	16,851	20,676	21,258	23,996	62,417
Hollanda	18,097	18,785	17,273	19,939	25,667
Romanya	19,558	17,755	24,345	32,635	38,289
Polonya	15,943	16,896	19,525	23,981	19,338
Japonya	10,337	12,705	13,232	13,995	14,220
Yunanistan	9,016	12,651	13,867	13,744	15,492
Ukrayna	11,019	12,629	16,293	16,419	14,851
Danimarka	8,837	11,643	7,811	7,345	7,598
Avusturya	8,968	11,286	12,128	12,953	13,370
BAE	12,260	10,831	11,112	14,826	19,378
İspanya	10,902	10,818	8,463	16,425	24,147
Çek Cumhuriyeti	7,535	10,683	11,685	12,474	12,565
Venezüella	4,028	10,400	11,968	14,677	7,933

Libya	4,591	10,021	15,061	22,161	32,461
Portekiz	10,442	9,448	9,292	9,479	10,363
Norveç	7,611	8,778	8,316	8,611	9,346
Finlandiya	7,636	8,662	7,364	7,941	8,434
İsrail	5,936	7,749	7,560	8,295	11,371
Makedonya	5,799	7,227	5,849	7,465	7,981
Kuweyt	5,561	6,674	6,015	7,235	7,429
Yeni Zelanda	5,025	5,491	5,360	4,728	5,917
Angola	3,133	4,901	5,398	4,178	5,123
Şili	4,179	4,720	4,493	5,635	6,936
Beyaz Rusya	6,628	4,659	7,288	8,618	9,099

Kaynak: Trademap, 2015

Aşağıdaki tabloda (Tablo 6) ithalatçı ülkelerin değer ve miktar bakımından 2014 yılı ithalatları, ithalat birim fiyatları, bir önceki yıla göre ithalatlarındaki oransal yıllık artış, dünya ithalatından aldıkları paylar ve ithalatçı ülkelerin tedarikçi ülkelere olan uzaklıkları yer almaktadır. Dünya ithalatından en fazla pay alan ülkeler; %23,1 ile ABD, %7,1 ile Fransa, %6,8 ile Almanya ve Brezilya, %6,1 ile İtalya ve %5,1 ile Rusya Federasyonu olmuştur.

2014 yılında ithalatı en fazla artan ülkeler incelendiğinde, Libya %48, İspanya %47, İsrail %37, BAE %31, Hollanda %29 ile bir önceki yıla oranla en fazla ithalat artışı sağlayan ülkeler olmuştur.

Hedef Pazar seçiminde alınması gereken kriterlerden birisi de ithalat birim fiyatıdır. Tablo 6'ya göre 2014 yılında İsviçre zeytine kg başına 4,168 USD, Norveç 3,546 USD ve ABD 3,528 USD ödemiştir. Bu bağlamda, ülkemizdeki ihracatçılar zeytin ithalatında en yüksek birim fiyatı veren ülkeleri hedef pazar olarak seçebilirler.

Tablo 6: Dünya Zeytin İthalatındaki Artış Oran ve Miktarları, Birim Fiyatlar, Dünya İthalatındaki Paylar ve Tedarikçi Ülkelere Olan Uzaklıklar

İthalatçılar	2014'te İthalat (Bin Dolar)	2014'te İthalat Miktarı	Birim Fiyat (USD/Birim)	Yıllık Artış 2013-2014 (%)	Dünya İthalatındaki Pay (%)	Tedarikçi Ülkelere Ort. Uzaklık (Km)
--------------	-----------------------------	-------------------------	-------------------------	----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

ABD	454,507	128,830	3,528	5	23.1	7,845
Fransa	139,244	81,638	1,706	14	7.1	1,254
Almanya	134,560	62,025	2,169	8	6.8	1,692
Brezilya	133,092	107,597	1,237	7	6.8	4,096
İtalya	119,001	72,988	1,630	16	6.1	1,373
Rusya Federasyonu	100,231	73,518	1,363	-5	5.1	3,737
Birleşik Krallık	75,906	30,493	2,489	7	3.9	1,811
Suudi Arabistan	62,417	26,366	2,367	4	3.2	4,032
Kanada	57,778	24,228	2,385	14	2.9	6,826
Belçika	51,254	23,307	2,199	5	2.6	1,857
Avustralya	39,655	22,809	1,739	-1	2	15,297
Romanya	38,289	27,563	1,389	17	1.9	863
Irak	37,201	21,039	1,768	4	1.9	1,422
Libya	32,461	12,448	2,608	48	1.7	1,476
İsviçre	27,748	6,658	4,168	9	1.4	1,063
Hollanda	25,667	7,794	3,293	29	1.3	1,013
İspanya	24,147	16,217	1,489	47	1.2	2,643
İsveç	24,009	11,637	2,063	4	1.2	2,310
Bulgaristan	21,386	17,383	1,230	-14	1.1	531
Meksika	21,189	9,989	2,121	20	1.1	8,686
BAE	19,378	9,295	2,085	31	1	4,431
Polonya	19,338	9,922	1,949	-19	1	1,960
Yunanistan	15,492	9,269	1,671	13	0.8	1,368
Ukrayna	14,851	11,332	1,311	-10	0.8	2,796
Japan	14,220	4,435	3,206	2	0.7	10,254
Avusturya	13,370	5,450	2,453	3	0.7	1,311
Çek Cum.	12,565	6,753	1,861	1	0.6	1,536
İsrail	11,371	0		37	0.6	1,707
Portekiz	10,363	8,674	1,195	9	0.5	595
Norveç	9,346	2,636	3,546	9	0.5	2,131
Beyaz Rusya	9,099	4,480	2,031	6	0.5	2,626
Cezayir	8,473	6,567	1,290	4	0.4	1,135
Finlandiya	8,434	3,771	2,237	6	0.4	2,655
Makedonya	7,981	3,874	2,060	7	0.4	411

Venezüella	7,933	3,976	1,995	-50	0.4	6,230
Danimarka	7,598	2,542	2,989	3	0.4	1,752
Kuveyt	7,429	4,633	1,603	3	0.4	3,924
Şili	6,936	3,398	2,041	23	0.4	6,237
Yeni Zelanda	5,917	2,788	2,122	25	0.3	16,560
Litvanya	5,816	2,664	2,183	2	0.3	2,078
Angola	5,123	2,682	1,910	23	0.3	5,885
Güney Kore	5,016	2,844	1,764	16	0.3	10,001
Kazakistan	4,874	3,390	1,438	3	0.2	4,959

Kaynak: Trademap, 2015

3.2. Dünya Zeytin İhracatı

Zeytinde dünya ihracat pazarının büyüklüğü 2014 yılında 2 milyar (2.025,665 bin) Doların üzerine çıkmıştır. Tablo 7’de dünya zeytin ihracatı ve dünyanın en büyük zeytin ihracatçısı olan yaklaşık 40 ülke yer almaktadır. Bu verilere göre, 2014 yılında dünyanın en çok ihracat yapan ülkeleri sırasıyla; 875,6 milyon Dolarla İspanya, 402,7 milyon Dolarla Yunanistan, 165,9 milyon Dolarla Fas, 115 milyon Dolarla Türkiye ve 77,6 milyon Dolarla Arjantin olmuştur. Bu bağlamda, zeytinde başlıca rakipler; İspanya, Yunanistan, Fas, Arjantin, İtalya ve Belçika olarak değerlendirilebilir. Söz konusu ülkeler dünya zeytin ihracatının yaklaşık %80’ini karşılamaktadır.

Tablo 7: Dünya Zeytin İhracatı ve Başlıca İhracatçı Ülkeler (Bin USD)

İhracatçılar	2010 Yılı İhracat (Bin USD)	2011 Yılı İhracat (Bin USD)	2012 Yılı İhracat (Bin USD)	2013 Yılı İhracat (Bin USD)	2014 Yılı İhracat (Bin USD)
Dünya	1,699,254	1,791,519	1,740,354	1,848,487	2,025,665
İspanya	770,841	794,057	776,669	776,026	875,657
Yunanistan	285,590	344,159	332,904	376,053	402,700
Fas	142,577	143,775	131,498	136,152	165,908
Arjantin	119,367	119,289	99,439	110,322	77,629
Türkiye	107,655	118,030	103,090	115,005	115,690
İtalya	41,836	47,144	47,786	57,814	62,159
Belçika	35,720	38,718	38,982	46,715	54,135

Portekiz	24,652	29,716	28,745	31,028	32,024
Almanya	21,565	25,067	22,133	21,061	24,225
Peru	32,438	22,763	26,579	22,145	35,962
Mısır	22,791	16,189	36,272	47,205	70,833
Bulgaristan	10,662	13,475	10,773	12,634	10,128
Fransa	12,082	11,357	10,792	11,858	11,203
ABD	8,013	8,930	11,822	13,937	18,537
Ürdün	4,603	5,555	5,973	6,767	9,013
Suriye	13,892	5,252	4,154	3,913	2,646
Şili	5,186	4,826	6,273	4,242	5,658

Kaynak: Trademap, 2015

Aşağıdaki tabloda (Tablo 8) ihracatçı ülkelerin değer ve miktar bakımından 2014 yılı ihracatları, ihracat birim fiyatları, bir önceki yıla göre ihracatlarındaki oransal yıllık artış, dünya ihracatından aldıkları paylar ve ihracatçı ülkelerin ithalatçı ülkelere olan uzaklıkları yer almaktadır. Tablo 8'e göre, AB ülkelerinin dünya zeytin ihracatındaki payı %73,5 civarındadır. Fas'ı bir kenara koyarsak, Türkiye'nin zeytin ihracatındaki en büyük rakipleri AB ülkeleridir.

2014 yılında ihracatı en fazla artan ülkeler incelendiğinde, Peru %62, Mısır %50, ABD, Ürdün ve Şili %33 ile bir önceki yıla oranla en fazla ihracat artışı sağlayan ülkeler olmuştur. Dünya zeytin ihracatında en önde yer alan İspanya'nın ihracatı %13, Yunanistan'ın ihracatı %7 ve Fas'ın ihracatı ise %22 artarken; Türkiye'nin zeytin ihracatındaki artış oranı 2014'te %1 ile sınırlı kalmıştır.

İhracat Birim Fiyatı, bir ülkenin zeytin ihracat değerinin ihraç edilen zeytinin ağırlığına bölünmesi ile bulunmaktadır. Birim fiyat, ihracatçı işletmeler tarafından seçilen hedef pazardaki ithalatçılara fiyat verirken bir başvuru kaynağı olarak kullanılabilir. İspanya, Yunanistan, Fas, Arjantin, Mısır, İtalya ve Belçika ülkeleri ile karşılaştırıldığında, Türkiye en düşük ihracat birim fiyatı ile satış yapan ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, zeytin ihracatında katma değer sağlayamadığımızın ve markalaşamadığımızın göstergesi olarak yorumlanabilir.

İthalatçı ülkelere ortalama uzaklık verilerine göre değerlendirme yapıldığında, İspanya (4,591 km), Yunanistan (4,882 km), İtalya (4,444 km) ve Portekiz (5,281 km) gibi ülkelerin ihracat menzilleri büyük bir alanı kapsarken Türkiye'nin ithalatçı ülkelere ortalama uzaklığı (2,272 km) sınırlı kalmıştır.

Tablo 8: Dünya Zeytin İhracatındaki Artış Oran ve Miktarları, Birim Fiyatlar, Dünya İhracatındaki Paylar ve İthalatçı Ünelere Olan Uzaklıklar

İhracatçılar	2014'te İhracat (Bin USD)	2014'te İhraç Edilen Miktar	Birim Fiyat (USD/Birim)	2013-2014'te Yıllık Artış (%)	Dünya İhracatındaki Payı (%)	İthalatçı Ünelere Ort. Uzaklık (km)
İspanya	875,657	432,767	2,023	13	43.2	4,591
Yunanistan	402,700	113,152	3,559	7	19.9	4,882
Fas	165,908	88,899	1,866	22	8.2	3,444
Türkiye	115,690	69,432	1,666	1	5.7	2,272
Arjantin	77,629	45,942	1,690	-30	3.8	2,265
Mısır	70,833	36,119	1,961	50	3.5	2,343
İtalya	62,159	17,738	3,504	8	3.1	4,444
Belçika	54,135	10,489	5,161	16	2.7	362
Peru	35,962	22,451	1,602	62	1.8	3,929
Portekiz	32,024	23,513	1,362	3	1.6	5,287
Almanya	24,225	7,759	3,122	15	1.2	653
ABD	18,537	9,366	1,979	33	0.9	3,256
Fransa	11,203	2,993	3,743	-6	0.6	3,631
Bulgaristan	10,128	4,214	2,403	-20	0.5	527
Ürdün	9,013	6,612	1,363	33	0.4	1,575
Şili	5,658	2,211	2,559	33	0.3	10,201

Arnavutluk	5,125	2,269	2,259	12	0.3	417
Çek Cum.	4,811	2,821	1,705	-18	0.2	378
Avusturya	4,215	1,639	2,572	-13	0.2	1,149
Lübnan	3,957	1,785	2,217	15	0.2	5,973
Hollanda	3,470	2,800	1,239	-34	0.2	2,038
İsrail	3,308	0		-22	0.2	9,373
Birleşik Krallık	2,694	755	3,568	-15	0.1	3,086

Kaynak: Trademap, 2015

4. TÜRKİYE’NİN ZEYTİNE İLİŞKİN DIŞ TİCARET VERİLERİ

Bu bölümde Türkiye zeytin ihracatına ilişkin veriler, seçilen yıllar itibari ile ihracat yapılan ülkeler bazında incelenmiştir. 2010-2014 yılları arasında Türkiye’nin zeytin ihracatının arttığı ülkeler, bölgede ihracat yapmak isteyen işletmelere hedef pazar seçiminde kolaylık sağlayacaktır.

Türkiye’nin 2010-2014 yılları arasında zeytin ihraç ettiği ülkeler ve yıllık bazda ihracat değerleri Tablo 9’da yer almaktadır. 2014 yılında en çok zeytin ihraç ettiğimiz ülkeler sırasıyla 29,8 milyon dolarla Almanya; 24,3 milyon dolarla Irak; 19,4 milyon dolarla Romanya; 8,3 milyon dolarla ABD ve 7,6 milyon dolarla Bulgaristan’dır. Yıllık toplam zeytin ihracatının %77’sinden fazlası bu beş ülkeye yapılmaktadır. Bu ülkelerin yanı sıra Hollanda, Birleşik Krallık, Fransa, Suudi Arabistan ve Avusturya da Türkiye’nin zeytin ihraç ettiği önemli pazarlar arasında bulunmaktadır.

2012-2013 yılları arasında zeytin ihracatı %10’dan fazla artış kaydederken, 2013-2014 yılları arasında ihracatın durgun seyrettiği söylenebilir. 2013-2014 döneminde zeytin ihracatının arttığı ülkeler; Romanya, Suudi Arabistan, Danimarka, Yunanistan, İtalya, Türkmenistan ve İsrail olmuştur. Romanya’ya yapılan ihracat 2014

yılında %30, Danimarka'ya ve İtalya'ya %100, İsrail'e %25, Türkmenistan'a %20, S. Arabistan'a ise %10'a yakın artış göstermiştir. Bu ülkelerin dışındaki ülkelerde ciddi oranda düşüş yaşanmıştır. Özellikle ABD, Birleşik Krallık, Hollanda, Kıbrıs ve Rusya pazarındaki küçülme dikkat çekicidir.

Tablo 9: Türkiye'nin Zeytin İhraç Ettiği Ülkeler

İthalatçılar	2010'da İhracat	2011'de İhracat	2012'de İhracat	2013'te İhracat	2014'te İhracat
Dünya	107,655	118,030	103,090	115,005	115,690
Almanya	30,368	33,608	24,658	30,974	29,813
Romanya	19,546	19,614	17,415	15,263	19,457
Irak	14,458	18,903	19,289	24,271	24,348
Bulgaristan	8,810	6,533	7,152	8,439	7,699
ABD	7,987	9,840	9,739	8,057	8,380
Birleşik Krallık	2,842	3,418	3,464	2,916	2,072
Hollanda	2,702	2,677	1,846	3,006	2,314
İran	2,303	2,204	590	657	462
Avustralya	1,595	1,623	1,455	1,098	806
S. Arabistan	1,430	1,028	1,385	1,271	1,463
Kıbrıs	1,311	912	825	1,009	0
Fransa	1,271	2,270	1,204	1,633	1,736
Avusturya	1,264	1,501	1,464	1,582	1,350
Danimarka	1,006	1,127	609	341	803
Yunanistan	907	890	307	171	307
İsveç	856	1,016	752	858	866
İtalya	713	436	254	463	801
İsviçre	702	620	534	613	488
Azerbaycan	670	550	601	740	878

Makedonya	646	750	666	756	757
Belçika	612	961	834	450	234
Kanada	610	872	814	791	817
Rusya Fed.	507	1,192	1,492	2,162	1,370
BAE	440	637	507	555	896
İsrail	431	261	297	377	518
Türkmenistan	357	554	422	489	619
Kazakistan	354	682	794	678	611

Kaynak: ITC Trademap, 2015

5. TÜRKİYE’NİN FİİLİ REKABETÇİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dünyada zeytin ihracat pazarının büyüklüğü 2014 yılında 2 milyar Dolardan fazla olup bu pastadan en büyük payı alan ülkeler; İspanya, Yunanistan, Fas, Türkiye, Arjantin, Mısır, İtalya, Belçika, Peru, Portekiz, Almanya, ABD, Fransa ve Bulgaristan olmuştur. Akdeniz bölgesinde zeytin ve zeytinyağı sezonu Kasım-Aralık gibi başladığından bir sonraki yılın ilk çeyreği zeytin ihracatı açısından önemlidir. 2013-2014-2015 yılları birinci çeyrek ihracat verileri incelendiğinde, İspanya, Yunanistan, Türkiye, İtalya, Belçika, Portekiz, ABD, Almanya ve Bulgaristan 2015 yılı ilk çeyreğinde en çok ihracat yapan ülkelerdir.

Tablo 10: 2013-2015 Yıllarında Zeytin İhracatında Önde Gelen Ülkeler (Bin ABD Doları)

İhracatçılar	2013 1. Çeyrek İhracat	2014 1. Çeyrek İhracat	2015 1. Çeyrek İhracat
İspanya	168,610	192,535	168,588
Yunanistan	86,501	103,393	94,005
TÜRKİYE	31,538	33,220	29,359
İtalya	11,918	14,443	13,324
Belçika	10,862	12,312	9,492

Portekiz	6,551	8,362	5,993
Almanya	5,106	6,092	3,728
Bulgaristan	3,237	3,129	3,117
ABD	3,184	4,781	4,560

Kaynak: ITC Trademap, 2015

ABD pazarı 2015-2014 yılları birinci çeyrek verileri artış miktarı karşılaştırıldığında, 453 bin dolar büyüme ile 2015 yılında en çok artış gösteren, Türkiye'nin en aktif pazarı olarak görünmektedir. Aynı dönemde, **İran** 393 Bin Dolarla ve **Bulgaristan** 299 Bin Dolarla ihracatımızda en çok artış gösteren ikinci ve üçüncü ülkeler olmuştur. Birleşik Krallık, Avusturya, Suudi Arabistan, İsveç, Kanada ve Rusya da ihracatımızda artış gösteren ülkeler olup hedef pazarlar arasına girebilirler.

2015-2014 yılları birinci çeyrek verileri artış oranı açısından karşılaştırıldığında, **İran %350** ile en yüksek artış oranını gösteren ülke olmuştur. 2015 yılı ortalarında ABD ile anlaşma sağlamıştır ve ekonomik ambargoların kaldırılmasıyla önümüzdeki yıllarda İran-Türkiye zeytin ihracatının daha fazla artması beklenmektedir. İran'ın ardından %80 artış ile **Kanada** ve %60 artış ile Türkmenistan oransal ihracat artışında önde gelen ülkelerdir. İhracat miktarları arttığından, bir önceki yıla oranla ihracatta en çok artış sağlayan ülkeler hedef pazar olarak belirlenebilir. Bu bağlamda, İran, Kanada, Türkmenistan, Rusya, Birleşik Krallık, Avusturya, İsveç ve Suudi Arabistan ihracat yapmak isteyen ülkeler için hedef pazarlar olarak seçilebilir.

Tablo 11: 2013-2014-2015 Yılları Arasında Türkiye'nin Zeytin İhracatı (Bin ABD Doları)

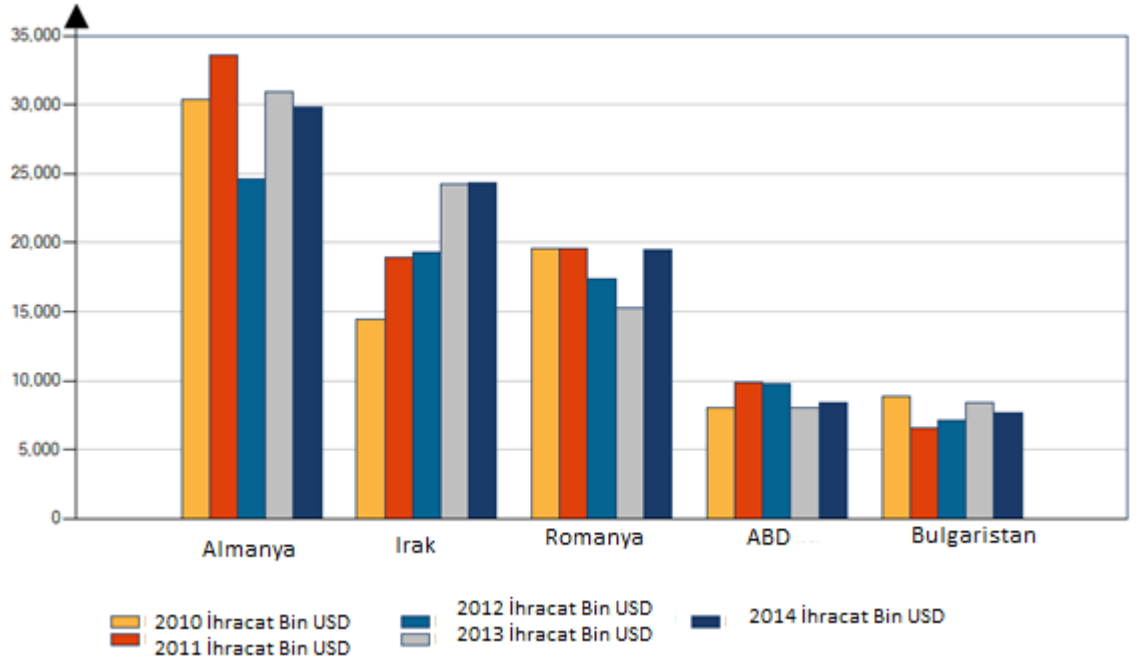
İthalatçı Ülke	2013 1. Çeyrek İhracat	2014 1. Çeyrek İhracat	2015 1. Çeyrek İhracat	Artış Miktarı 2015-2014	Artış Oranı (%) 2015-2014
Dünya	31,538	33,220	29,359	-3,861	-%12
Almanya	9,871	9,532	7,036	-2,496	-%27

Irak	5,378	6,398	6,332	-66	-%1
Romanya	4,631	5,968	3,923	-2,045	-%52
ABD	2,309	2,424	2,877	453	%16
Bulgaristan	2,231	1,870	2,169	299	%14
Birleşik Krallık	611	466	652	186	%40
İran	81	157	550	393	%350
Suudi Arabistan	250	406	543	137	%34
Avusturya	628	371	515	144	%38
Fransa	434	557	468	-89	%16
İsveç	247	242	377	135	%36
Rusya	439	162	249	87	%54
Kanada	168	134	241	107	%80
BAE	139	195	235	40	%17
Türkmenistan	94	102	170	68	%60

Kaynak: ITC Trademap, 2015

Türkiye en düşük ihracat birim fiyatı ile satış yapan ülkelerden birisidir. Bu durum, zeytin ihracatında katma değer sağlayamadığımızın ve markalaşamadığımızın göstergesi olarak yorumlanabilir. Fiyatta rekabetten ziyade üründe rekabet edebilmek sürdürülebilir zeytin ihracatı için önemli bir konudur. Zeytinde rekabet edebilmek için katma değer oluşturulması, ürünün işlenmesi, farklı çeşitlerde üretilmesi, modern ambalajlama yöntemlerinin kullanılması ve zeytinde markalaşma için gerekli adımların atılması gerekmektedir.

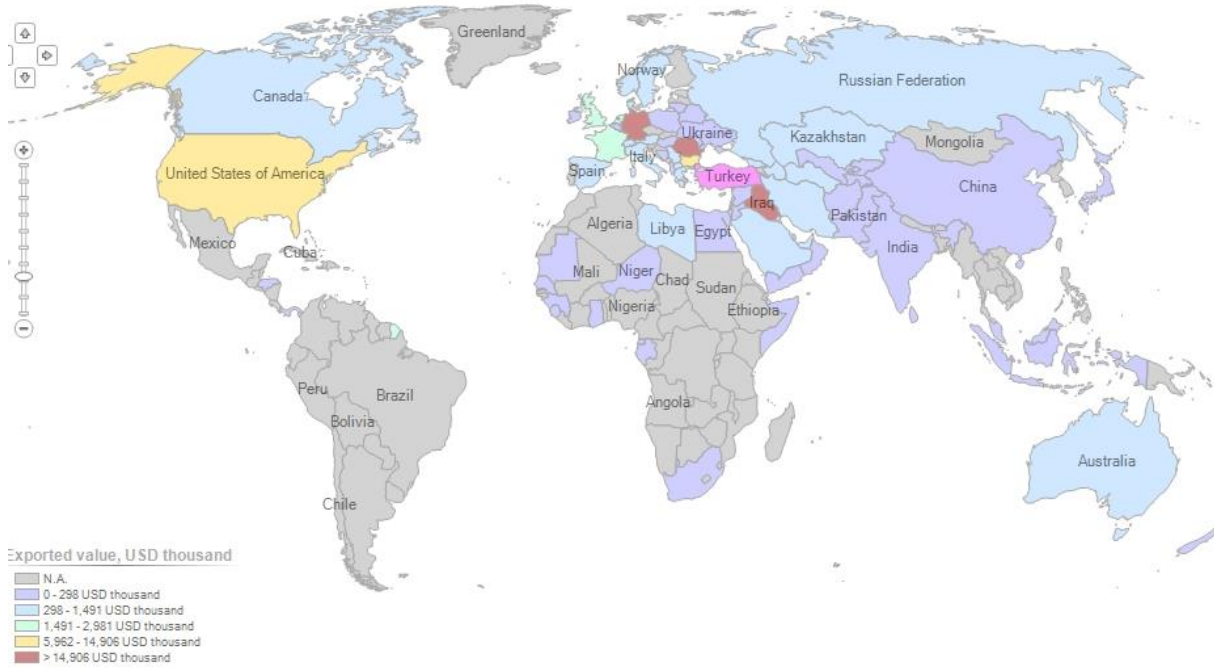
Şekil 2:Türkiye'den İhraç Edilen Zeytinin İthalat Pazarları



Kaynak: ITC Trademap, 2015

Şekil 2’de 2010-2014 yılları arasında Türkiye’nin ihracat yaptığı ülkelere bazılarını yer almaktadır. Bu grafiğe göre Irak’a yaptığımız ihracat sürekli artmaktadır. Yine Romanya’ya 2015 yılında yaptığımız ihracattaki artış dikkat çekmektedir.

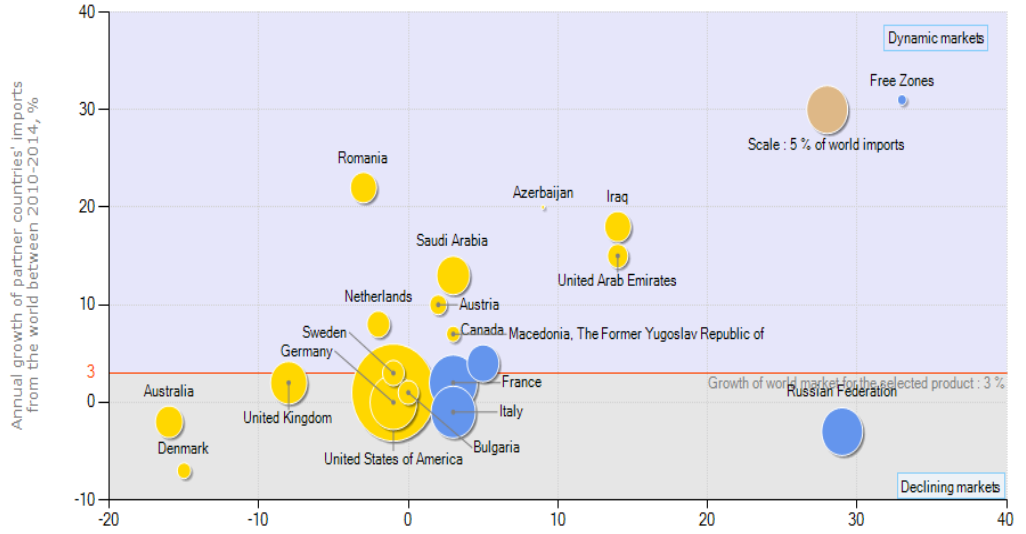
Şekil 3: Türkiye Zeytin İhracat Haritası, 2014



Kaynak: ITC Trademap, 2015

Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler dünya haritası üzerinde detaylı bir şekilde yer almaktadır. Bu haritaya göre Güney Amerika ve Afrika'daki birçok ülke potansiyel ithalatçı olarak değerlendirilebilir.

Şekil 4: Türkiye Rekabetçilik Balonu, 2014



Kaynak: ITC Trademap, 2015

Türkiye rekabetçilik balonunun yer aldığı yukarıdaki şekildeki kırmızı çizgiye göre zeytin ihracatımızın son 5 yıldaki büyüme oranı %3 seviyelerindedir. Türkiye'nin yıllık büyüme hızı ile zeytin ihracatının büyüme oranı bir birine paralel bir eğilim arz etmektedir. Ve zeytinde daha rekabetçi bir duruma gelebilmek için %7-10 seviyelerine çıkılması gerekmektedir.

Sarı renkli balonlara ait ülkelere Türkiye'nin İhracat büyüme oranı, söz konusu ülkelerin dünya ithalat büyümesinden daha küçük olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle Türkiye oransal olarak yeteri kadar büyüememektedir.

Yine aynı grafiğe göre, Türkiye'nin ihracat büyüme oranınının Mavi renkli balonlarla ifade edilen ülkelerin ithalatlarındaki büyümesinden daha fazla olduğu

belirtilebilir. Oransal rekabetçilik açısından Türkiye'nin şanslı olduğu ülkeler; İtalya, Bulgaristan, Rusya ve Fransa'dır.

Dinamik pazarlara baktığımızda Serbest Bölgelere yapılan zeytin ihracatımız dikkat çekmektedir. Oransal olarak en çok büyüyen pazarımız serbest bölgelerdir denebilir. Diğer bir ifade ile Serbest Bölgeler aracılığı ile yapılan zeytin ihracatı son yıllarda artış göstermiştir.

6. HEDEF PAZARLAR ve ÖNCELİK VERİLECEK ÜLKELER

Türkiye Zeytin ve Zeytinyağı Tanıtım Komitesi 2023'te sofralık zeytinde İngiltere, Irak, Çin ve Japonya gibi ülkeleri hedef Pazar olarak belirlemiştir (TİM, 2015: 1). Hedef Pazar seçerken belirleyici olabilecek etkenler;

- Dünya ithalatından en fazla pay alan ülkeler,
- Bir önceki yıla göre en çok ithalat artışı sağlayan ülkeler,
- Uluslararası taşıma ücreti yani navlun açısından coğrafi yakınlığa sahip ülkeler,
- Uygulanan gümrük tarifeleri ve tarife dışın önlemler açısından aynı ekonomik entegrasyon içinde olan ülkeler,
- Herhangi bir tanıtım ofisi veya satış mağazası açabilmede kolaylık sağlayan ülkeler

6.1. Dünyanın En Büyük Zeytin İthalatçıları Açısından Hedef Pazarlar:

Dünyada zeytin ithalat pazarı 2 milyar ABD Doları civarındadır. Ve dünya zeytin ithalat pazarından en çok pay alan ülkeler;

- ABD,
- Fransa,
- Almanya,
- Brezilya,
- İtalya,

- Rusya,
- Birleşik Krallık,
- Suudi Arabistan,
- Kanada,
- Belçika,
- Avustralya,
- Romanya,
- İsviçre,
- Hollanda,
- İsveç ve
- Bulgaristan'dır.

Bu ülkeler ihracat yapmak isteyen işletmelerimiz için hedef pazarlar olarak seçilebilir.

6.2. 2014 Yılında İthalatı En Fazla Artan Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar:

2014 yılında ithalatı en fazla artan ülkeler hedef pazar olarak belirlenebilir.

- Libya %48,
- İspanya %47,
- İsrail %37,
- BAE %31,
- Hollanda %29,
- Yeni Zelanda % 25,
- Angola ve Şili %23,
- Meksika %20,
- Romanya %17,
- Güney Kore ve İtalya % 16,
- Fransa ve Kanada % 14

İle bir önceki yıla oranla en fazla ithalat artışı sağlayan ülkeler olmuştur. İhracatçı işletmeler, hedef pazar seçiminde pozitif yönde değişim gösteren ülkeleri tercih edebilirler.

6.3. En İyi İthalat Birim Fiyatı Veren Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar:

Hedef Pazar seçiminde alınması gereken kriterlerden birisi de ithalat birim fiyatıdır. 2014 yılında;

- İsviçre zeytine kg başına 4,168 USD,
- Norveç 3,546 USD,
- ABD 3,528 USD,
- Hollanda 3,293 USD,
- Japonya 3,206 USD,
- Danimarka 2,989 USD,
- Libya 2,608 USD,
- Birleşik Krallık 2,489 USD,
- Avusturya 2,453 USD,
- Kanada 2,385 USD ve
- Suudi Arabistan ise 2,385 USD ödemiştir. Bu bağlamda, ülkemizdeki ihracatçılar zeytin ithalatında en yüksek birim fiyatı veren ülkeleri hedef pazar olarak seçebilirler.

6.4. Dünya Zeytin İthalatından En Çok Pay Alan Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar:

Dünya ithalatından en fazla pay alan ülkeler;

- %23,1 ile ABD,
- %7,1 ile Fransa,
- %6,8 ile Almanya ve Brezilya,
- %6,1 ile İtalya,
- %5,1 ile Rusya Federasyonu,
- %3,9 ile Birleşik Krallık,

- %3,2 ile Suudi Arabistan,
- %2,9 ile Kanada,
- %2,6 ile Belçika,
- %2 ile Avustralya ve
- %1,9 ile Irak ve Romanya olmuştur.

Bu ülkeler 2014 yılında dünya zeytin ithalatında en çok artış gösteren ülkeler olup hedef pazarlar arasına girebilirler.

6.5. Bir Önceki Yıla Oranla En çok İhracat Artışı Sergilediğimiz Ülkeler Açısından Hedef Pazarlar:

- ABD pazarı 2015-2014 yılları birinci çeyrek verileri artış miktarı karşılaştırıldığında, 453 bin dolar büyüme ile 2015 yılında en çok artış gösteren ve dolayısıyla Türkiye'nin en aktif pazarı olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Aynı dönemde, İran 393 Bin Dolarla ve Bulgaristan 299 Bin Dolarla ihracatımızda en çok artış gösteren ikinci ve üçüncü ülkeler olmuştur.
- Birleşik Krallık 186 Bin Dolar;
- Avusturya 144 Bin Dolar;
- Suudi Arabistan 137 Bin Dolar;
- İsveç 135 Bin Dolar ve Kanada ise 107 Bin Dolar artış göstermiştir.

Diğer taraftan, 2015-2014 yılları birinci çeyrek verileri artış oranı açısından karşılaştırıldığında; İran %350 ile en yüksek artış oranını gösteren ülke olmuştur. 2015 yılı ortalarında ABD ile anlaşma sağlamıştır ve ekonomik ambargoların kaldırılmasıyla önümüzdeki yıllarda İran-Türkiye zeytin ihracatının daha fazla artması beklenmektedir. İran'ın ardından %80 artış ile Kanada ve %60 artış ile Türkmenistan oransal ihracat artışında önde gelen ülkelerdir. İhracat miktarları arttığından, bir önceki yıla oranla ihracatta en çok artış sağlayan ülkeler hedef pazar olarak belirlenebilir. Bu bağlamda;

- İnan,
- Kanada,
- Türkmenistan,
- Rusya,
- Birleşik Krallık,
- Avusturya,
- İsveç ve
- Suudi Arabistan ihracat yapmak isteyen ülkeler için hedef pazarlar olarak seçilebilir.

6.6. Zeytin Tüketim Alışkanlığı Az olan (Potansiyel Pazarlar) Açısından Hedef Pazarlar:

Bir taraftan da “Zeytin Tanıtım Komiteleri” sayesinde zeytin tüketim alışkanlığına daha az sahip olan ya da zeytini tanımayan ülkelere ulaşılmalıdır. Bu şekilde yeni pazarlar yaratılarak ihracat artışı gerçekleştirilebilecektir. Özellikle;

- Orta Asya,
- Uzakdoğu Asya ve
- Afrika lkeleri bu açıdan büyük potansiyele sahiptir.

7. ÜLKELERİN TÜRKİYE’YE UYGULADIğI GÜMRÜK VERęİSİ ORANLARI

Bir ülkenin bir başka ülkeye gümrük vergisi uygulamasının altında bir taraftan yerli üreticileri korumak diğer taraftan da ülke hazinesine gelir sağlamak gibi nedenler yer alabilmektedir. Bir ülkede söz konusu ürünün üretimi yok ise o ülke gümrük vergisi de almayabilir. Ya da ülke herhangi bir ekonomik entegrasyona ye ise ekonomik birlik dışındaki ülkelere yüksek gümrük vergisi uygulanırken, birlik içinde dış ticareti artırabilmek için gümrük vergileri azaltılabilir veya tamamen ortadan kaldırılabilir.

Zeytin ihracatı yaparken karşı ülkedeki ithalatçılara sizin ürününüzü alma sebeplerini çok iyi açıklamak ve karşı tarafı ikna etmek gerekmektedir. Ürününüzün kalitesinin yüksek olması, fiyatının uygun olması, uluslararası taşıma ücreti (navlun) açısından coğrafi yakınlığın yanı sıra karşı ülkedeki ithalatçının gümrük vergisi ödemeyecek olması veya çok düşük bir gümrük vergisi ödeyecek olması gibi faktörler de önem arz etmektedir. Örneğin, Bosna-Hersek, Bruney, Gürcistan, Hong-Kong, İzlanda, Malezya ve Libya gibi ülkelere yapacağımız zeytin ihracatında ürünlerimiz gümrüksüz olarak o ülkelere giriş yapabilmektedir.

Türkiye ve AB arasındaki Gümrük Birliği sayesinde AB ülkeleri ülkemizden yapacakları zeytin ithalatında %2.63 gibi sembolik bir gümrük vergisi ödemektedirler. Gümrük vergisi az olan ülkelere ihracat yapmak daha kolay olduğu gibi AB ülkelerine olan coğrafi yakınlık da bu ülkelere ihracat yapmak için bir başka etmen olabilir. AB ülkelerinin yanı sıra ülkemize düşük gümrük vergisi uygulayan ülkeler de hedef Pazar olarak seçilebilir.

Tablo 12: Bazı Ülkelerin Türkiye'ye Uyguladıkları Gümrük Vergisi Oranları

İthalatçı Ülke	Yıl	GTİP Revizyon	Gümrük Vergisi
ABD	2014	HS12	%2.61
Avusturya	2014	HS12	%2.63
Avustralya	2014	HS12	%4
Bosna-Hersek	2015	HS12	%0
Bruney Darusselam	2014	HS12	%0
Cezayir	2015	HS12	%30
Çin	2015	HS12	%20
Gürcistan	2015	HS12	%0
Kanada	2013	HS12	%2.83
Hong-Kong	2015	HS12	%0
İzlanda	2015	HS12	%0
Endonezya	2009	HS07	%5
İsrail	2015	HS12	%13,5
Japonya	2014	HS12	%6.9
Kazakistan	2015	HS12	%8.26
Lübnan	2015	HS12	%113,55

Libya	2006	HS02	%0
Lihtenştayn	2015	HS12	%1.11
Malezya	2008	HS07	%0
Fas	2014	HS02	%32,5
Katar	2014	HS12	%5
Tunus	2013	HS12	%36
Yeni Zellanda	2015	HS12	%1

Kaynak: ITC Trademap, 2015

Lübnan, Türkiye'ye karşı en çok gümrük vergisi uygulayan ülkelerin başında gelmektedir. Lübnan'dan sonra Fas, Tunus ve Cezayir de gümrük vergisi konusunda sert ülkeler arasındadır. Akdeniz'de yer alan bu ülkelerin kendi üreticilerini korumak için yüksek tarife uyguladıkları anlaşılmaktadır.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin zeytin ithalatında ülkemize uyguladığı gümrük vergisi %20 olmakla birlikte Hong-Kong'un gümrük tarifersiz giriş sağlaması dikkat çekmektedir. Çin'e zeytin ihraç etmek isteyen işletmeler kendilerine Hong-Kong'ta bir aracı bularak Çin pazarına girebilirler hatta orta vadede ofis açarak kendi işlerini yürütebilecek bir konuma gelebilirler.

8. SEKTÖR İÇİN KALİTE BELGELERİ

Zeytin ihracatı yapmak isteyen işletmeler uluslararası kalite ve standartlara sahip olduğunu gösteren bir takım kalite belgelerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu belgelerden en önemlileri "TS EN ISO 9001:2008" ve "TS EN ISO 22000:2005" belgeleridir.

Şekil 5: TS EN ISO 9001:2008 Belgesi

	KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ BELGESİ QUALITY MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE	Partner of 
TÜRK STANDARLARI ENSTİTÜSÜ bu belge ile		TURKISH STANDARDS INSTITUTION hereby certifies that the organization
İSMİ / TÜRKÇE:		İSMİ/TURKISH:
Karşılığın TS EN ISO 9001:2008 şartlarına uygun bir KALİTE YÖNETİM SİSTEMİNE sahip olduğunu onaylar.		has a QUALITY MANAGEMENT SYSTEM which fulfills the requirements of the TS EN ISO 9001:2008
Belge kapsamı Ek'te verilmiştir		Scope of the certificate is given in annex
TSE GENEL SEKRETERİ Secretary General of TSE	TÜRK STANDARLARI ENSTİTÜSÜ TURKISH STANDARDS INSTITUTION	
		
	TSE BAŞKANI President of TSE	
		
	<small>Türk Standartları Enstitüsü Türk Akreditasyon Kurumu TÜRKAK tarafından akredite edilmiştir. Turkish Standards Institution, has been accredited by the Turkish Accreditation Agency TÜRKAK.</small>	<small>Bu belge belgelendirme şartlarına uygunluk sağlanıncaya kadar geçerlidir. This certificate is valid provided that compliance with the certification requirement is maintained.</small>

Zeytin ihracatı yapmak isteyen işletmeler kalite belgelerini ön plana çıkararak müşteri kazanmada ve rekabette bir adım öne çıkabilmektedirler. Bu belgelerin yanı sıra işletmeler ihracat esnasında akredite kurumlardan “Analiz Sertifikası” almaktadırlar. Ayrıca, Coğrafi İşaret Tescil Belgesi de alınabilir.

Şekil 6: TS EN ISO 22000:2005 Belgesi

	GIDA GÜVENLİĞİ YÖNETİM SİSTEMİ BELGESİ FOOD SAFETY MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE	Partner of 
TÜRK STANDARLARI ENSTİTÜSÜ bu belge ile		TURKISH STANDARDS INSTITUTION hereby certifies that the organization
İSMİ / TÜRKÇE:		İSMİ/TURKISH:
Karşılığın TS EN ISO 22000 şartlarına uygun bir GIDA GÜVENLİĞİ YÖNETİM SİSTEMİNE sahip olduğunu onaylar.		has a FOOD SAFETY MANAGEMENT SYSTEM which fulfills the requirements of the TS EN ISO 22000
Belge kapsamı Ek'te verilmiştir		Scope of the certificate is given in annex
Sistem Belgelendirme Müdürü System Certification Director	TÜRK STANDARLARI ENSTİTÜSÜ TURKISH STANDARDS INSTITUTION	
		
	Personel ve Sistem Belgelendirme Merkezi Başkanı Head of Personnel and System Certification Center	
		
	<small>Türk Standartları Enstitüsü Türk Akreditasyon Kurumu TÜRKAK tarafından akredite edilmiştir. Turkish Standards Institution, has been accredited by the Turkish Accreditation Agency TÜRKAK.</small>	<small>Bu belge belgelendirme şartlarına uygunluk sağlanıncaya kadar geçerlidir. This certificate is valid provided that compliance with the certification requirement is maintained.</small>

9. TARIMSAL ÜRÜNLERDE İHRACAT İADESİ YARDIMI ÇERÇEVESİNDE ZEYTİN İHRACATINA YÖNELİK DEVLET DESTEKLERİ

Ülkemiz tarımsal ürünlerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılması amacı ile Ekonomi Bakanlığı İhracata Yönelik Devlet Destekleri Değerlendirme Komitesinin 30/12/2014 tarihli ve 4 No'lu Toplantısında alınan kararına istinaden, Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu tarafından 10/02/2015 tarihli ve 2015/1 sayılı yeni "Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı" kararı düzenlemiştir. Bu karar 1 Ocak 2015 ile 31 Aralık 2015 arasında fiili ihracatı gerçekleştirilen belirli tarım ürünleri için geçerlidir. Söz konusu desteklerden yararlanabilecek ürünler arasında zeytin de bulunmaktadır. Destekler, "Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonununun (DFİF) karşılanmaktadır (bu anlamda DFİF'e tabi ürünler arasında yer alan zeytin, kayda bağlı mallar listesindedir ve ihracı sırasında GB'lerine kayıt meşruhatı düşülmesi gerekmektedir).

İhracat iadesi yardımları, ürünlerin; **ihracat iade miktarları, miktar barajları ve azami ödeme oranları** dikkate alınarak hesaplanmaktadır. İhracat iade miktarı, fiziki birim başına yapılan ödeme miktarını; miktar barajı, ürün bazında ihracat iadesi yardımlarına esas olacak kısmı (ihracatın ne kadarının iadede yararlanacağı); azami ödeme oranı ise memulun FOB ihraç bedeli dikkate alınarak yapılacak azami (maximum) ödemeyi ifade etmektedir.

Örneğin: 2005.70.00.00.13 GTİP'li 10 ton zeytin ihracatında iadede yararlanacak miktar: $10 \times \%55$ (miktar barajı) = 5,5 tondur. Bu durumda ihracat iade miktarı $5,5 \times 500$ TL (ton başına) =2750 TL olacaktır (Bknz, Tablo). Diğer taraftan net iade miktarının belirlenebilmesi için azami ödeme oranına göre hesaplama yapmak gerekmektedir.

FOB birim (ton) ihraç fiyatı 2500\$ iken toplam ihracat tutarı (istatistikî kıymet): $2500\$ \times 2,7$ TL (kur) $\times 10$ (ton) =67.500 TL olacaktır. İhracat iadesine konu olan miktara ilişkin toplam ihracat tutarı: 67.500 (TL) $\times \%55$ (miktar barajı) = 37.125

TL olacaktır. Bunun azami ödeme oranıyla çarpılması sonucu elde edilecek tutar: 37.125 TL x %8 (azami ödeme oranı) = 2970 TL'dir. Bu tutar firmanın almaya hak kazandığı iade miktarı olan 2750 TL'yi aştığı için, firma ihracat iade miktarının tamamını alabilecektir.

İhracat iadesi yardımlarına ilişkin hakediş tutarları, İhracatçı Birliklerince hesaplanmakta ve T.C. Merkez Bankası nezdinde ihracatçı veya imalatçı/ ihracatçı adına açılan hesaplardan mahsuben (vergiler, vergi cezaları, enerji ve haberleşme giderleri vb.) karşılanmaktadır. İhracatçı firmalar hak edişlerini ürünü satın aldıkları imalatçı veya üretici firmalara da devredebilmektedir.

Zeytine ilişkin ihracat iade miktarı, miktar barajı ve azami ödeme oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 13: 2015/1 Sayılı Karar Kapsamında Zeytine Yönelik Desteğe İlişkin Oranlar

Madde Adı	GTİP ve Madde Tanımı	İhracat İade Miktarı	Miktar Barajı	Azami Ödeme Oranı
Dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayine dayalı gıda maddeleri (Sıra no 14)	2005-Diğer sebzeler (sirke veya asetik asitten başka usullerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmamış	150 TL/Ton	% 100	% 8
	2005.70. <u>ZEYTİNLER</u>	50 TL/Ton	%55	%2
	2005.70.00.00.15-25	235 TL/Ton	%55	%8
	Net ağırlığı 2-5 kg arasında (5 kg dahil) olan ambalajlarda, tescilli Türk Markaları ve "Made in Turkey" ibaresi ile ihraç edilen zeytinler için			
	2005.70.00.00.14-24			

	Net ağırlığı 1-2 kg arasında (2 kg dahil) olan ambalajlarda, tescilli Türk Markaları ve “Made in Turkey” ibaresi ile ihraç edilen zeytinler için	345 TL/Ton	%55	%8
	2005.70.00.00.13-23			
	Net ağırlığı 1 kg’a kadar (1 kg dahil) olan ambalajlarda tescilli Türk Markaları ve “Made in Turkey”ibaresi ile ihraç edilen zeytinler için	500 TL/Ton	%55	%10

Tabloda görüldüğü gibi, zeytine ilişkin ihracat iade miktarı normalde, ton başına 50 TL, miktar barajı %55 ve azami ödeme oranı %2 iken, tescilli Türk Markaları ve “Made in Turkey” ibaresi ile ihraç edilen zeytinler için söz konusu oranlar ambalaj boyutu ile ters orantılı olmak üzere artmaktadır (artırımlı iade). **Zeytin eğer 10 kg’ın (net ağırlık) üzerinde ambalajlarda ihraç ediliyorsa, geçici konserve olarak mütalaa edilmekte ve mahsup hesabına dahil edilmemektedir.**

Firmaların, Tescilli Türk Markası adı altında ve “Made in Turkey” ya da “Produce of Turkey” (ithalatçı ülkenin lisansı ile aynı anlamda ifadenin bulunması) ibaresi ile ve 5 kg’a kadar olan ambalajlarda (5 kg dahil) gerçekleştirilen zeytin ihracatında belirtilen oranlarda ihracat iadelerinden faydalanabilmeleri için, Ekonomi Bakanlığı Bölge Müdürlüklerine bağlı Ürün Denetmenleri Grup Başkanlıkları tarafından düzenlenecek “İhracat İadesine İlişkin Durum Tespit Tutanağı” talep etmesi gerekmektedir.

Fiili ihracı gerçekleşen tarım ürünlerinin ihracat iadesine ilişkin başvurular, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine yapılmaktadır. Bununla birlikte ilk müracaatta ve her başvuruda istenilen belgeler farklılık göstermektedir. İlgili karar, sürece ilişkin

usul ve esaslar ve gerekli belgeler (örnek formlar mevcut) Ege İhracatçı Birliklerinin aşağıda belirtilmiş olan linkinden takip edilebilir, <http://www.egebirlık.org.tr/destek-tarimsal-urunlerde-ihracat-iadesi-2015-1.asp>

10. İHRACATTA MÜŞTERİ BULMA YÖNTEMLERİ ve İLGİLİ DEVLET DESTEKLERİ

İhracatın en önemli aşaması müşteri bulma aşaması olup bu anlamda çeşitli yöntemler kullanılabilir. Söz konusu yöntemler arasında; e-ticaret yapmak, uluslararası fuarlara katılmak ve yurtdışı pazar araştırma gezileri düzenlemek önde gelen yöntemler arasında yer almaktadır. Bu yöntemler aynı zamanda devlet destekleri kapsamındadır. Araştırmada ilgili bölümlerde söz konusu devlet desteklerine de değinilmiştir. Bununla birlikte Ekonomi Bakanlığı'nın aşağıdaki linkinden ihracatçı firmalara verilen diğer destekleri ayrıntılı bir şekilde incelemek mümkündür. Bu destekler arasında; Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi, Eğitim Desteği, Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği, Markalaşma ve Turquality Desteği, Tasarım Desteği, Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Desteği ve İstihdam Desteği gibi destekler yer almaktadır.

http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/destekler/ihracatDestekleriD?_afLoop=903403592607645&_afWindowMode=0&_afWindowId=a8467mfim_58#!%40%40%3F_afWindowId%3Da8467mfim_58%26_afLoop%3D903403592607645%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Da8467mfim_419

İhracatçılarımız müşteri bulmak için ifade edilen yöntemlere ek olarak; ticaret müşavirlikleri, ihracatçı birlikleri, iş adamı dernekleri ve Ticaret ve Sanayi Odaları'ndan da yararlanabilirler.

10.1. E-Ticaret

Günümüz küresel rekabet ortamında, firmalar bir adım öne çıkabilmek için modern ihracat pazarlaması yöntemlerine başvurmaktadırlar. Bu yöntemlerin en önde geleni ise hiç kuşkusuz e-pazaryerleridir. İhracatçılarımızın yurtdışı pazarlara açılmak ve/veya satışlarını artırmak için kullanabilecekleri e-ticaret siteleri aşağıda listelenmiştir. Söz konusu siteler, Ekonomi Bakanlığı'ndan ön onay almış siteler olup, devlet destekleri kapsamındadır.

Tablo 14: Ön Onay Almış E-ticaret Siteleri

- 1) www.alibaba.com
- 2) www.all.biz
- 3) www.archiexpo.com
- 4) www.army-technology.com
- 5) www.b2b-center.ru
- 6) www.bncnetwork.net
- 7) www.bysharing.com
- 8) www.chemorbis.com
- 9) www.directindustry.com
- 10) www.dothealth.com

Zeytin ile ilgili hâlihazırdaki mevcut talepler ise Ekonomi Bakanlığı'nın web sitesinde yer almaktadır. İhracat yapmak isteyen işletmeler "Firma Vergi No." veya "İhracatçı Birlikleri No" ile web siteyi ziyaret edebilir ve yurt dışından gelen taleplere ulaşabilirler. Detaylı bilgi için lütfen bakınız:

http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/apps/distalep?_afLoop=657683254060486&_afWindowMode=0&_afWindowId=11n4srmv1_75#!%40%40%3F_afWindowId%3D11n4srmv1_75%26_afLoop%3D657683254060486%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D11n4srmv1_139

İhracatçılarımız yukarıda belirtilmiş olan e-ticaret sitelerine ek olarak Uluslararası Ticaret Merkezi'nin (International Trade Center, ITC -TRADE MAP) aşağıdaki linkinden dünya genelinde ön gelen zeytin ithalatçılarının firma profillerine erişebilirler

<http://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=1||||200570||6|1|1|1|3|2|2|1|1>

Aşağıdaki linkte ise uluslararası arenada boy gösteren bazı ihracatçıların firma profilleri yer almaktadır. Bu firmalar aynı zamanda rakip firmalar olup, üretim ve pazarlama süreçleri hakkında bilgi almak için kullanılabilir.

<http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=1||||200570||6|1|1|2|3|2|2|1|1>

Ekonomi Bakanlığı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş desteği kapsamında nihai tüketiciye yönelik olmayan ve ön onay almış e-ticaret sitelerine üyelik giderleri için destek sağlamaktadır. Destek tutarı şirketler için %70 oranında ve yıllık en fazla 10.000 ABD Doları'na kadar olabilmektedir. Bu destekten şirketler en fazla 5 (beş) e-ticaret sitesi için ve e-ticaret sitesi başına en fazla 3 (üç) yıl süresince yararlanabilmektedirler. Site başına yıllık en fazla 2.000 ABD Doları tutarında destek verilmektedir. Destekten yararlanmak isteyen şirketlerin ticari faaliyetiyle ilgili en az bir yabancı dilde yayımlanan internet sitesine sahip olması gerekmektedir. Konu destek için başvuru mercii Ekonomi Bakanlığı veya Bölge Müdürlükleridir.

10.2. Yurt Dışı Fuarlar

Dünya genelinde pazarlama yapmak ve büyük kitlelere ulaşmak için, e-pazaryerleri gibi modern yöntemlerin yanı sıra geleneksel ihracat pazarlaması yöntemlerinden biri olan fuarlar da ihracatçılarımız için önemli bir müşteri buma

kaynağı olarak görülmelidir. Fuarların firmaya; satış, iletişim, araştırma ve stratejik açıdan pek çok yarar sağlamaktadır.

Bireysel (doğrudan katılım) ve milli katılımlı fuar listeleri her yıl Ekonomi Bakanlığı tarafından yenilenmektedir. 2015 yılı için söz konusu fuarların listesi Ekonomi Bakanlığı'nın aşağıdaki linkinden elde edilebilir.

http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/ihracat/fuarlar?_afLoop=550819319524859&_afWindowMode=0&_afWindowId=182c5wu16y_107#!%40%40%3F_afWindowId%3D182c5wu16y_107%26_afLoop%3D550819319524859%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D182c5wu16y_171

İhracatçılarımızın söz konusu fuarlar arasından; zeytin, zeytincilik ve gıda fuarlarını belirleyerek, katılım sağlamaları gerekmektedir. Bununla birlikte fuar seçerken dikkat edilmesi gereken bazı temel özellikler vardır, bunlar;

- Fuarda sergilenecek ürünler ve fuardaki ürün sektörleri
- Fuarın ziyaretçi profili (fuarın sadece profesyonellere açık olup olmadığı)
- Yer (Stand) kirası ve ödeme tarihi, yer rezervasyonu için son başvuru tarihi
- Fuarın açık ve kapalı toplam sergi alanı, bu fuarda ne kadarının kullanıldığı
- Fuarın kaç yıldan beri düzenlendiği
- Fuar idaresinin sağlayabileceği reklam imkânları ve ülkedeki konaklama imkânları
- Alternatif fuarlara göre avantaj ve dezavantajları olmak üzere özetlenebilir.

Yurt dışı fuarlara katılım destekleri ve destek tutarları Tablo 15'de özetlenmektedir. Söz konusu desteklerle ilgili gerekli tüm bilgi ve belgelerle fuarın bitiş tarihini müteakip en geç üç ay içerisinde bağlı olunan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne başvuru yapılması gerekmektedir. İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri, gerekli incelemeyi yaptıktan sonra ödeme yapılacak katılımcı ile ödeme miktarlarını ödemenin yapılmasını teminen TCMB'ye bildirmektedir.

Tablo 15: Yurtdışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Destek Konusu	Destekler ve Destek Tutarı
Bireysel Katılım	<ul style="list-style-type: none">➤ Destek limiti; 15.000 ABD Doları➤ Boş alan kirası, stand ve nakliye harcamalarının %50'si,➤ Ulaşım; 2 temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş masrafının % 50'si (50 m2 üzeri katılımlarda 3 temsilcinin uçuş masrafı)
Yurt Dışı Fuar Organizasyonları -Milli katılım -Türk ihraç ürünleri fuarı -Sektörel Türk ihraç ürünleri fuarı -Yabancı firma katılımlı sektörel Fuar	<ul style="list-style-type: none">➤ Destek limiti; Fuar genel nitelikli ise 10.000 ABD Doları, sektörel nitelikli ise 15.000 ABD Doları'dır➤ Organizatörlere ödenen katılım bedelinin %50'si,➤ Ulaşım; 2 Temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş masrafının % 50'si (50 m2 üzeri katılımlarda 3 temsilcinin uçuş masrafı)

Fuar desteklerine, Bakanlıkça her yıl belirlenen 15 hedef ülke için, %50 destek oranına 20 puan ilave edilmektedir. Diğer bir ifade ile hedef ülkelerde gerçekleştirilen fuarlarda bütün destek ödemeleri %70 üzerinden hesaplanmaktadır. 2014-2015 Yıllarında 20 Puan İlave Destek Sağlanacak Hedef Ülkeler Listesi aşağıdaki gibidir:

1. A.B.D.
2. Brezilya
3. Çin
4. Endonezya
5. Etiyopya
6. G. Afrika
7. Hindistan
8. Japonya
9. Malezya
10. Meksika
11. Nijerya
12. Peru

13. Polonya
14. Tanzanya
15. Tayland

10.3. Yurtdışı Pazar Araştırma Gezileri

İhracatçılarımız pazar araştırma gezileri yaparak da, yurt dışı pazarlar hakkında bilgi toplayabilir ve potansiyel müşterilerle iş görüşmeleri yapabilirler. Böylece yeni ihraç pazarları bulabilir ve/veya mevcut pazarlarında Pazar paylarını artırmak yolunda ilerleyebilirler. Yurt dışı Pazar araştırma gezilerine ilişkin devlet destekleri Tablo 16'da özetlenmektedir.

Tablo 16: Yurtdışı Pazar Araştırma Gezilerinin Desteklenmesi

Destek Konusu	Destekler ve Destek Tutarı
Yurtdışı Pazar Araştırma Gezileri	<ul style="list-style-type: none">➤ Destek limiti; toplam giderler %70 oranında ve gezi başına en fazla 5.000 ABD Dolar'ı➤ Ulaşım; 2 temsilcinin Uluslararası ve şehirlerarası ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla araç kiralama giderleri.➤ Konaklama: Kişi başına günlük 150 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) giderleri.

Tablo 16'da ki bilgilere ek olarak ihracatçılarımızın söz konusu destekle ilgili olarak aşağıdaki konulara dikkat etmeleri gerekir;

- Her takvim yılı içerisinde şirket başına en fazla on yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenir,
- Yurt dışı pazar araştırması gezisinin en az iki, yol hariç en fazla on günlük kısmı desteklenir,
- Yurt dışı pazar araştırması gezisi süresince, yolculuk ve gidilen ülkenin resmi tatil günleri hariç olmak üzere, her gün için araştırma yapılan ülkede yerleşik en az

bir kurum, kuruluş veya şirketle görüşme yapılmalıdır. Görüşme yapılmayan günler için ulaşım ve konaklama giderleri desteklenmez.

- Bir takvim yılı içerisinde aynı ülkeye yönelik en fazla iki yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenir,
- Bir yurt dışı pazar araştırması gezisi tek bir ülkede yapılabileceği gibi en fazla üç ülkede de yapılabilir.

10.4. Ticaret Müşavirleri

İlk defa ihracat yapabilmek veya ihracat pazarlarını arttırabilmek için başvurulabilecek yöntemlerden birisi de ülkemizi yurtdışında temsil eden ticaret müşavirlerinden yardım istemektir. Türkiye'nin yurtdışı Ticaret Müşavirliklerinden buldukları ülkedeki Pazar koşulları ve müşteri bulunmasıyla ilgili bilgiler istendiğinde, en kısa sürede gerekli bilgiler ulaştırılmaktadır.

Şekil 7: Hedef Pazardaki Ticaret Müşaviri ile İlgili Yazışma Örneği

<p>Sayın Yetkili,</p> <p>ABC Ltd. Şti. olarak 1995 yılından bu yana zeytin alanında faaliyet göstermekte ve bu ürünlerin ihracatını geliştirmeyi istemekteyiz. Bize bu ürünler için Hollanda piyasası hakkında bilgiyi, ithalatçıların listesi (özellikle e-mail) ve bu listelere ulaşabileceğimiz linkleri gönderirseniz müteşekkür oluruz. Yardımınız için şimdiden teşekkür ederiz.</p> <p>Mert DEMİR İhracat Müdürü ABC Ltd. Şti. Atatürk Cad. Zeytin Is Merkezi No: 190/5 Edremit - BALIKESİR Tel: (0266) 373 01 23 Fax: (0266) 373 45 67 www.abcolive.com</p>

Seçilen hedef pazarda faaliyet gösteren ticaret müşavirine e-mail atılarak söz konusu pazardaki ithalatçıların ve büyük toptancıların iletişim bilgileri istenilebilir ve bu ithalatçılar ile iletişime geçerek yeni müşteriler elde edilebilir. Belirlenen hedef

pazardaki Ticaret Müşavirlerine Ekonomi Bakanlığının resmi web sitesinden ulaşılabilir.

Şekil 8: Hedef Pazardaki Potansiyel Müşteri ile İlgili Yazışma Örneği

Dear Mr. Brown,

Kindly be informed that we have received your contact info from Commercial Counsellor's Office of our Embassy in your country. Learning that you are one of the leading importers of olives, we wish to introduce ourselves to you.

As ABC Olive Co. Ltd, we are a manufacturer and exporter company specializing in olives such as green and black. Accordingly, we would like to enter into business relations with you.

In order to give you a general idea of our olives, we are sending you a copy of our latest e-catalogue in the attached file. If you wish to have further info, you may also visit our- website: www.abcolive.com

Quotations and samples will be sent to you upon receipt of your detailed enquiries.

We are looking forward with interest to hearing from you soon.

Yours faithfully,

Mert DEMİR

Export Manager

Co. Name: ABC Ltd. Şti.

Address: Atatürk Cad. Zeytin Is Merkezi

No: 190/5 Edremit - BALIKESİR

Tel: (0266) 373 01 23

Fax: (0266) 373 45 67

10.5. İşadamları Dernekleri

Fuarların ve ticaret müşavirlerinin yanı sıra TÜSİAD, TUSKON ve MÜSİAD gibi işadamları dernekleri önderliğinde diğer ülke ve ülke grupları ile dış ticaret köprüleri kurularak bu ürünlerin ihracatı artırılabilir (Metin vd., 2013: 7-8).

10.6. İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları

Bu önerilere ek olarak, İhracatçı Birlikleri alım talepleri, Ticaret ve Sanayi Odaları alım heyetleri ve eşleştirmeler de küresel pazarlama yapabilmek için

başvurulabilecek yöntemlerdendir. Ege Zeytin-Zeytinyağı İhracatçı Birlikleri'nin dış alıp taleplerine <http://www.egebirlik.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> adlı adresten ulaşılabilmektedir. Böylelikle gelişmesi olası bir sektör olan zeytinciliğin, 2014 yılı itibariyle 158 milyar dolara ulaşan ihracat içerisindeki payının artırılmasına katkı sağlanmış olacaktır.

SONUÇ

Türkiye 2014/15 sezonunda dünya zeytin üretiminde, İspanya, Yunanistan ve Mısır'ın ardından 4. sırada yer almaktadır. Türkiye'de son yıllarda zeytin ağacı sayısı 170 milyona çıkarılmıştır. 2015 yılında sofralık zeytinde üretimi 450 bin ton, tüketim 340 bin ton ve ihracat 70 bin ton civarındadır. Yıllık elde edilen zeytin (ton) açısından Manisa, Bursa ve Aydın'ın ardından Balıkesir 4üncü sırada yer almaktadır.

ABD, Fransa, Almanya, Brezilya, İtalya, Rusya, İngiltere, Kanada ve Belçika dünyanın önde gelen zeytin ithalatçısı ülkeleridir. Zeytinde başlıca rakipler ise İspanya, Yunanistan, Fas, Arjantin, İtalya ve Belçika olup, bu ülkeler dünya zeytin ihracatının %80'ini yapmaktadırlar. 2014 yılında en çok zeytin ihraç ettiğimiz ülkeler sırasıyla 24,3 milyon dolarla Irak; 19,4 milyon dolarla Romanya; 8,3 milyon dolarla ABD ve 7,6 milyon dolarla Bulgaristan'dır. Yıllık toplam zeytin ihracatının yarısından fazlası bu dört ülkeye yapılmaktadır. Bu ülkelerin yanı sıra Hollanda, Birleşik Krallık, Fransa, Suudi Arabistan ve Avusturya da Türkiye'nin zeytin ihraç ettiği önemli pazarlar arasında bulunmaktadır. Gerek coğrafi yakınlık, gerek gümrük vergilerinin düşüklüğü ve gerekse de ülkelerin ithalat miktarlarının artması gibi nedenlerle ihracatta hedef pazarlar olarak ana üreticiler dışındaki İtalya, Bulgaristan, Fransa, İngiltere gibi bazı AB ülkeleri, ABD, Kanada, Rusya, Çin zeytin ihracatımızda hedef pazarlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Balıkesir'de faaliyet gösteren zeytin üretici ve ihracatçıları tarafından ISO 9001, ISO 22000 ve HACCP gibi kalite belgeleri alınmalı; e-ticaret, ticari müşavirliklerden müşteri talebi ve uluslararası zeytin-zeytinyağı ve gıda fuarlarına katılarak müşteriler bulunmalı ve ihracat değerleri artırılmalıdır. İhracat esnasında da devlet desteklerinden yararlanılması unutulmamalıdır.

Zeytin ile ilgili yapılan bu dış Pazar araştırması ile dünyada ve Türkiye'de zeytin sektörünün üretimi, ihracat ve ithalat verileri detaylı bir şekilde incelenmiş ve Balıkesir ilinde yer alan işletmeler için hedef pazarlar, devlet destekleri ve dış pazarlarda müşteri bulma yöntemleri konularında önerilerde bulunulmuştur. Zeytin

ihracatı yapmak isteyen işletmeler için temel bir başvuru kaynağı olabilecek bu araştırmanın, Balıkesir’li zeytin üreticilerine yol gösterici olacağı beklenmektedir.

KAYNAKÇA

AYSO Zeytinde Potansiyel Hedef Pazarlar, AYSO Üyesi Tarıma Dayalı Sanayi Sektörünün Dış Ticaret Potansiyelinin Araştırılması Projesi Zeytin Pazar Araştırması, Aydın, 2012, s.14

Ege Zeytin Ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 2013/14 Sezonu Çalışma Raporu. (2015),<http://koop.gtb.gov.tr/data/5342b748487c8ea5e4b4d9c4/2013%20Zeytinya%C4%9F%C4%B1%20Raporu.pdf>

Metin, İsmail., Güngör, Halil ve Çolak, Ö. Faruk. (2013). Ülkemizdeki bazı mantar ve mantar ürünlerinin dış ticareti üzerine bir araştırma ve küresel pazarlanmasına yönelik öneriler. Mantar Dergisi (The Journal of Fungus), Ekim 2013 4(2)1-9

Mevzuat, (2015), Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu, www.mevzuat.net Erişim Tarihi: 21.07.2015

Resmi Gazete, (2015). Zeytin Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) Numarası <http://www.resmigazete.gov.tr/> Erişim Tarihi: 21.07.2015

T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2014 Yılı, Zeytin ve Zeytinyağı Raporu, 2015, <http://koop.gtb.gov.tr/data/53319ec1487c8eb1e43d72a1/2014%20Zeytinya%C4%9F%C4%B1%20Raporu.pdf> Erişim Tarihi: 27.07.2015

TİM, “Zeytinde 2023 hedefinin anahtarı, zeytine 20 kuruş, zeytinyağına 1 TL prim” <http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-zeytinde-2023-hedefinin-anahtari-zeytine-20-kurus-zeytinyagina-1-tl-prim.html> Erişim Tarihi: 27.07.2015

Trademap, (2015). World Olive Trade Datas. <http://www.trademap.org/> Erişim Tarihi: 03.08.2015

TÜİK, (2015). Zeytin Dış Ticaret Verileri, www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi: 15.06.2015

ZAEM, (2015). Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu Projesi,
[http://arastirma.tarim.gov.tr/izmirzae/Duyuru/4/Turkiye-Zeytincilik-Sektor-Raporu-
Projesi](http://arastirma.tarim.gov.tr/izmirzae/Duyuru/4/Turkiye-Zeytincilik-Sektor-Raporu-Projesi) Erişim Tarihi: 27.07.2015