



TARIM VE ORMAN BAKANLIĞI
STRATEJİ GELİŞTİRME BAŞKANLIĞI
Stratejik Pazarlama Daire Başkanlığı

TARIM, GIDA VE ORMAN ÜRÜNLERİ

DIŞ TİCARETİNDE HEDEF ÜLKE

ANALİZ RAPORU

2021
ANKARA

ÇALIŞMANIN AMACI

Yaşamın her alanını etkileyen Covid-19 salgını nedeniyle diğer birçok alanda olduğu gibi tarım ve gıda sektörü de derinden etkilenmiş olup tarımsal üretimde kendine yeterliliğin önemi bir kez daha gözler önüne serilmiştir. Tarımın stratejik öneminin net olarak anlaşıldığı bu dönemde tarım ürünleri dış ticaretinin sürdürülebilir ihracat modeli anlayışı ile şekillendirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Ülkemiz 2019 yılı tarım ürünleri ihracatı 19,7 Milyar Dolar iken 2020 yılında bu rakam 20,7 Milyar Dolara, 2019 yılında 14,6 Milyar Dolar olarak gerçekleşen tarım ürünleri ithalatı ise 2020 yılında 15,2 Milyar Dolara ulaşmıştır. Geleneksel ticaret ortaklarımız önemli bir değişim göstermemiş ve Irak, Almanya, Rusya, Brezilya ve ABD olarak kayıtlara geçmiştir. Tarım, gıda ve orman ürünleri dış ticaretinde yoğun olarak talep gören ürünlere sahip ve marka değeri olan ülkemizin ihracatta yapması gereken en önemli çalışmanın geleneksel pazarlara ilave olarak alternatif pazarlar geliştirmek olduğu düşünülmektedir. Belirli ihracat pazarlarının dışına çıkılmaması durumunda ekonomik, siyasi ve ticari nedenlerle meydana gelebilecek daralma durumlarında yine siyasi, ekonomik ve sosyal sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir.

Türkiye, birçok tarım ve gıda ürünü üretim ve ticaretinde önde gelen ülkeler arasındadır. Ülkemiz fındık, kiraz, incir, kayısı ve ayva üretiminde dünyada birinci, haşhaş, kavun, karpuz ve mercimek üretiminde ikinci, antepfıstığı, kestane, vişne, hıyar ve ceviz üretiminde ise üçüncü sırada yer almaktadır. Bununla birlikte yaş ve kurutulmuş sebze ve meyve, su ürünleri, işlenmiş tarım ürünleri, un, zeytinyağı, bal, yumurta ve süt ürünleri başta olmak üzere birçok tarım ve gıda ürünüde ihracat avantajına sahip konumda olduğumuz söylenebilir.

Üretimin sürdürülebilirliği, ancak ihracatın sürdürülebilir olması ile mümkündür. Bu nedenle kırsal kalkınma çalışmalarının hedefi olan sosyal ve ekonomik gelişmemizin sağlanması adına ülkelerin tüketim alışkanlıkları ve talepleri doğrultusunda üretimin şekillendirilmesi ve söz konusu ülkelere yönelik lobi çalışmalarının geliştirilmesi son derece önemlidir.

Bununla birlikte pandemi döneminden sonra üretim olduğu kadar küresel ticarete bir değişim sürecine girmiş, spesifik talep eğilimleri gelişmiş, sağlıklı gıdaya erişim daha önce hiç olmadığı kadar ön plana çıkmıştır. Asya Pasifik ülkeleri gibi yeni küresel pazar alanlarının ortaya çıkması ve ürün fiyatlarında yaşanan artışa rağmen; ihracatçı ülkelerin mevcut ticari konumlarını korumaları ve rekabete Güney Amerika, Orta Asya ve hatta Afrika ülkelerinin dahil olması, ülkemizin yeni pazarlara ve yeni üretim stratejilerine sahip olması gerektiği gerçeğini ortaya koymaktadır.

Sözü edilen bu gelişmeler neticesinde 'Tarım, Gıda ve Orman Ürünleri Dış Ticaretinde Hedef Ülke Analiz Raporu' hazırlanmıştır. Raporun amacı, alternatif pazarlara erişim vizyonu çerçevesinde tarım, gıda ve orman ürünlerimizi ihraç edebileceğimiz ve 'Hedef Pazar Ülkeler' olarak adlandırabileceğimiz yeni ülkeleri analiz etmek ve ortaya koymaktır.



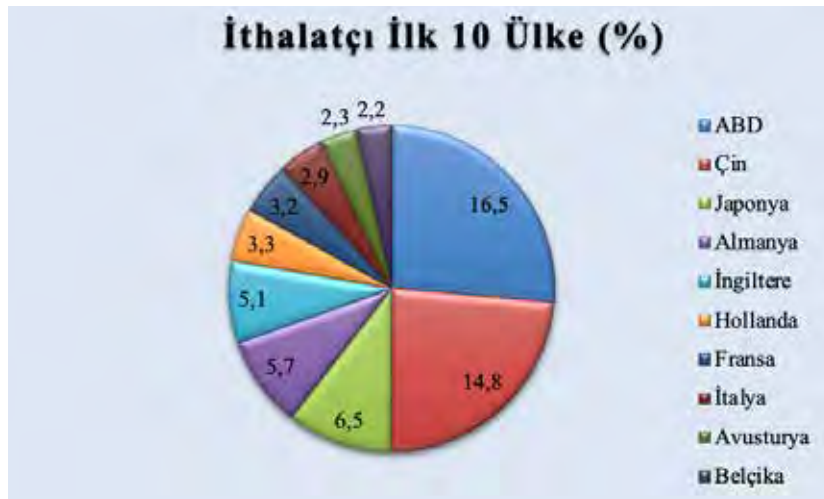
ORMANCILIK ÜRÜNLERİ

ORMANCILIK ÜRÜNLERİ

Dünya Ormanlık Ürünleri İthalatında İlk 20 Ülke

	İthalatçı Ülkeler	GTİP 44 - Ormanlık Ürünleri - İthalatçı Ülkeler			
		2020'deki İthalat Değeri (Bin \$)	2016-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)	2019-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)	Dünya İthalatındaki Payı (%)
	Dünya	136.699.094	1	-3	100
1	ABD	22.603.585	2	17	16,5
2	Çin	20.187.124	0	-8	14,8
3	Japonya	8.841.808	-2	-17	6,5
4	Almanya	7.842.265	1	-2	5,7
5	İngiltere	7.035.837	2	-5	5,1
6	Hollanda	4.474.353	9	13	3,3
7	Fransa	4.366.376	3	-5	3,2
8	İtalya	3.928.917	-2	-14	2,9
9	Avusturya	3.096.747	1	-2	2,3
10	Belçika	3.043.391	2	2	2,2
11	Güney Kore	2.947.370	-2	-5	2,2
12	Kanada	2.763.250	-1	-6	2,0
13	Polonya	2.104.464	7	64	1,5
14	Danimarka	2.097.399	7	1	1,5
15	İsviçre	1.958.797	1	2	1,4
16	İsveç	1.926.559	4	-11	1,4
17	Vietnam	1.738.768	13	8	1,3
18	Avustralya	1.497.808	-1	-5	1,1
19	Meksika	1.471.870	-1	-12	1,1
20	Hindistan	1.459.306	-7	-33	1,1

Dünya ormanlık ürünleri ithalat tutarı 136,7 Milyar Dolardır. ABD 22,6 Milyar Dolar tutar ve %16,5 pazar payı ile en fazla ithalat gerçekleştiren ülke konumundadır. ABD'den sonra sırasıyla Çin (20,1 Milyar Dolar), Japonya (8,8 Milyar Dolar), Almanya (7,8 Milyar Dolar) ve İngiltere (7 Milyar Dolar) gelmektedir.



Dünya Ormancılık Ürünleri İhracatında İlk 20 Ülke

	İhracatçı Ülkeler	GTİP 44 - Ormancılık Ürünleri - İhracatçı Ülkeler			
		2020'deki İhracat Değeri (Bin \$)	2016-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)	2019-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)	Dünya İhracatındaki Payı (%)
	Dünya	133.992.847	1	-1	100
1	Çin	13.552.344	0	1	10,1
2	Kanada	13.422.581	-1	15	10
3	Almanya	9.540.037	5	4	7,1
4	Rusya	8.196.119	6	-5	6,1
5	ABD	7.641.640	-5	-8	5,7
6	Avusturya	5.115.755	2	-4	3,8
7	İsveç	4.232.593	2	7	3,2
8	Vietnam	3.960.977	13	2	3
9	Endonezya	3.789.229	-1	-1	2,8
10	Polonya	3.582.425	-3	3	2,7
11	Belçika	3.331.131	6	9	2,5
12	Brezilya	3.139.953	6	9	2,3
13	Yeni Zelanda	2.928.082	0	-12	2,2
14	Finlandiya	2.808.152	-1	-8	2,1
15	Çekya	2.644.542	8	4	2
16	Fransa	2.587.704	0	-8	1,9
17	Letonya	2.482.434	6	-1	1,9
18	Malezya	2.328.291	-9	-23	1,7
19	Tayland	2.264.141	-3	-5	1,7
20	Şili	2.210.280	0	-5	1,6

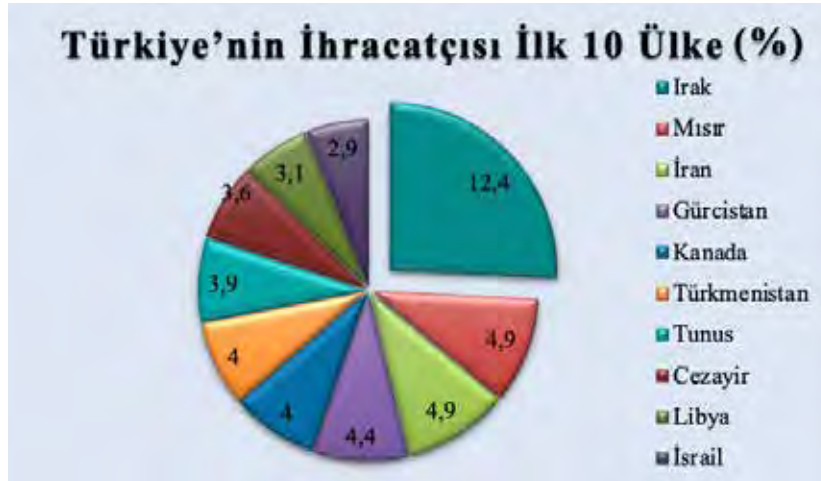
Dünya ormancılık ürünleri ihracat tutarı 134 Milyar Dolardır. En büyük ihracatçı ülke 13,5 Milyar Dolar ihracat değeri ve %10,1 pazar payı ile Çin olarak karşımıza çıkmaktadır. Çin'den sonra sırasıyla, Kanada (13,4 Milyar Dolar), Almanya (9,5 Milyar Dolar), Rusya (8,1 Milyar Dolar) ve ABD (7,6 Milyar Dolar) gelmektedir.



Türkiye Ormanlık Ürünleri İhracatında İlk 20 Ülke

	Ülkeler	GTİP 44 - Ormanlık Ürünleri - Ülkemizin İhracatı			
		2020'deki İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'nin İhracatındaki Payı (%)	2016-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)	2019-2020 Arası Yıllık Büyüme (%)
	Türkiye	977.037	100	9	12
1	Irak	121.550	12,4	21	0
2	Mısır	48.302	4,9	50	69
3	İran	47.576	4,9	-31	-4
4	Gürcistan	42.531	4,4	9	-19
5	Kanada	39.127	4	70	119
6	Türkmenistan	38.624	4	-9	100
7	Tunus	38.495	3,9	72	17
8	Cezayir	34.801	3,6	21	-6
9	Libya	29.984	3,1	42	-14
10	İsrail	28.189	2,9	40	46
11	Azerbaycan	27.795	2,8	10	24
12	Fas	26.505	2,7	37	16
13	Tayvan	26.187	2,7	31	22
14	Suudi Arabistan	25.239	2,6	16	6
15	Romanya	23.731	2,4	19	5
16	Bulgaristan	22.503	2,3	16	-15
17	Arnavutluk	22.154	2,3	3	-2
18	ABD	19.325	2	51	73
19	Almanya	14.482	1,5	11	20
20	İtalya	13.715	1,4	17	-23

Türkiye 977 Milyon Dolar ormanlık ürünleri ihracatı gerçekleştirmektedir. İhraç pazarları sırasıyla, Irak (121,5 Milyon Dolar), Mısır (48,3 Milyon Dolar), İran (47,5 Milyon Dolar), Gürcistan (42,5 Milyon Dolar) ve Kanada (39 Milyon Dolar) olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'nin ihraç pazarlarına bakıldığında, önde gelen ithalatçı ülkelerden Çin, İngiltere ve Japonya'nın ihraç pazarları arasında yer almadığı ve İtalya ve Almanya'nın ise Türkiye'nin ihracatındaki payının oldukça düşük olduğu göze çarpmaktadır.



Ormanlık Ürünleri İhracatında Hedef ve Rakip Ülkeler

Öncelik Sırası	Hedef Pazarlar	
1	Çin	Yeni Pazar/Hedef Pazar Ülke
2	İngiltere	Yeni Pazar/Hedef Pazar Ülke
3	Japonya	Yeni Pazar/Hedef Pazar Ülke
4	Almanya	Mevcut Pazar/Hedef Pazar Ülke
5	ABD	Mevcut Pazar/Hedef Pazar Ülke
Rekabet Sıralaması	Rakip Ülkeler	
1	Çin	
2	Kanada	
3	Rusya	
4	Almanya	
5	Endonezya	



SONUÇ

Yapılan çalışma, tarım, gıda ve ormancılık ürünleri için ülkemizin mevcut pazarlarının Rusya, Irak başta olmak üzere Ortadoğu ülkeleri, Almanya başta olmak üzere AB ülkeleri ve coğrafi ve kültürel açıdan yakın olduğumuz ülkeler olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte, arz ve kalite açısından güçlü olduğumuz ürünler için gelişen “Asya Pasifik” pazarı önemli bir alternatif olarak görünmektedir. Bu noktada Çin, Vietnam, Tayland ve Tayvan ön plana çıkan ülkelerdir. Japonya sağlıklı ve kaliteli ürün talebi ile Uzakdoğu’nun cazip ve prestijli pazarı olma özelliğini devam ettirmekte, Amerika kıtası hem tedarik hem de talep yönünden hızlı bir büyümeye sahip olmasından dolayı odaklanması gereken önemli bir lokasyon olarak ön plana çıkmaktadır.

Ülkemiz ihracatında belirli ülkelere odaklanması ve bu ülkeler ile yaşanabilecek olası siyasi ve ekonomik sorunlarda ortaya çıkabilecek muhtemel krizleri önlemek amacıyla alternatif pazarlar geliştirilmesi ve buralara yönelik mikro tanıtım ve pazarlama çalışmalarının geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu noktada ürün özelinde alternatif olarak değerlendirilen ve bu ülkelere yapılacak ihracatta rakip olarak görülen ülkeler ile hedef olarak belirlenen ülkelere satılabilecek ürün listeleri aşağıda yer almaktadır.

ÜLKELERDEN HEDEF ÜRÜN VE ÜRÜN GRUPLARI ANALİZİ

	Ülkeler	Satılabilir Ürünler
1	AB Ülkeleri	Kanatlı eti, kavun, makarna, yumurta, çilek, domates
2	ABD	Ayva, çikolata, çilek, karpuz, kavun, limon, makarna, mandarin, ormancılık ürünleri, yaş üzüm, kesme çiçek, canlı bitkiler, unlu mamuller ve çiçek soğanları
3	Afganistan	Un, yumurta
4	Almanya	Antep fıstığı (kabuklu), çilek, domates, unlu mamuller, elma, limon, mandarin, peynir, portakal, süt ürünleri, ormancılık ürünleri, fındık (kabuklu), yaş-kuru üzüm, süs bitkileri, kesme çiçek, canlı bitkiler, çiçek soğanları ve peynir
5	Arnavutluk	Ayva
6	Azerbaycan	Çilek
7	BAE	Domates, kuru üzüm, süt ürünleri, yumurta, kavun ve makarna
8	Belçika	Çilek, incir
9	Beyaz Rusya	Kuru kayısı
10	Brezilya	Zeytinyağı ve kuru üzüm
11	Bulgaristan	Çilek
12	Çin	Antep fıstığı (kabuklu), çikolata, unlu mamuller, fındık (kabuklu), incir, kanatlı eti, karpuz, kiraz, kuru kayısı, kuru üzüm, makarna, portakal, su ürünleri, süt ürünleri, un, zeytinyağı, ormancılık ürünleri, şeker ve şeker ürünleri, gıda müstahzarları, çiçek soğanları
13	Danimarka	Su ürünleri
14	Endonezya	Elma, mandarin, şeker ve şeker ürünleri, yaş üzüm ve bal
15	Fransa	Bal, çilek, domates, unlu mamuller, karpuz, limon, peynir, portakal, zeytinyağı, antep fıstığı (kabuksuz), kesme çiçek, çiçek soğanları
16	Güney Kore	Kiraz, portakal, su ürünleri, şeker ve şeker ürünleri, gıda müstahzarları, meyve-sebze müstahzarları
17	Hindistan	İncir, kuru kayısı, kuru üzüm, antep fıstığı (kabuklu-kabuksuz),
18	Hollanda	Unlu mamuller, kavun, karpuz, un, portakal, limon, yaş üzüm, süs bitkileri, canlı bitkiler
19	Hong Kong	Kiraz, incir, portakal, kabuklu fındık ve yumurta
20	Irak	Antep fıstığı, domates, kavun, karpuz, kuru kayısı, şeker ve şeker ürünleri
21	İngiltere	Bal, çilek, domates, elma, limon, mandarin, peynir, süt ürünleri, zeytinyağı, ormancılık ürünleri, unlu mamuller, şeker ve şeker ürünleri, gıda müstahzarları, antep fıstığı (kabuksuz-kabuksuz), karpuz, yaş üzüm, süs bitkileri, canlı bitkiler, kanatlı eti ve incir
22	İspanya	Çikolata, unlu mamuller ve antep fıstığı (kabuklu-kabuksuz)
23	İsveç	Su ürünleri

24	İsviçre	Kuru kayısı, kavun, incir
25	İtalya	Bal, şeker ve şeker ürünleri, antep fıstığı (kabuklu-kabuksuz), fındık (kabuklu), kesme çiçek
26	Japonya	Bal, çikolata, incir, kanatlı eti, kuru üzüm, limon, peynir, su ürünleri, ormancılık ürünleri, gıda müstahzarları, meyve-sebze müstahzarları, süs bitkileri
27	Kanada	Unlu mamuller, fındık (kabuklu), kavun, karpuz, ayva, makarna, şeker ve şeker ürünleri, gıda müstahzarları, meyve-sebze müstahzarları, zeytinyağı ve incir
28	Katar	Domates, Su Ürünleri
29	Kazakistan	Kiraz
30	Malezya	Makarna
31	Meksika	Un
32	Polonya	Bal ve kuru kayısı
33	Portekiz	Ayva, zeytinyağı
34	Romanya	Ayva ve domates
35	Rusya	Çikolata, kanatlı eti, kuru üzüm, peynir, süt ürünleri, yumurta, meyve-sebze müstahzarları, antep fıstığı (kabuklu), elma, süs bitkileri, kesme çiçek, canlı bitkiler, çiçek soğanları, makarna, karpuz, su ürünleri ve kuru kayısı
36	Suudi Arabistan	Kanatlı eti, portakal, yumurta, meyve-sebze müstahzarları, gıda müstahzarları, antep fıstığı (kabuklu-kabuksuz), domates, bal ve peynir
37	Sırbistan	Ayva, Kavun
38	Singapur	Kavun
39	Tayland	Su ürünleri, elma
40	Tayvan	Antep fıstığı, elma, kiraz
41	Ukrayna	Mandarin
42	Venezuela	Un
43	Vietnam	Antep fıstığı,, fındık (kabuklu), incir
44	Yemen	Un