

# **Türkiye'nin Daha Karlı Zeytinyağı İhracatı Yapabilmesi İçin Ticari İstihbarat Ve Hedef Pazar Seçiminin Önemi Örnek Bir Uygulama**

## **The Importance of Target Market Selection for More Profitable Olive Oil Exports by Turkey: A Case Study**

Mustafa METE\*  
Gaziantep Üniversitesi

### **Özet**

Bu çalışmada AB'nin Türkiye'ye uyguladığı kotalar ve vergiler incelenmiş olup uygulanan politikaların Türkiye zeytinyağı ihracatçılarına olumsuz etkilediği gözlenmiştir. AB pazarına girişte uygulanan kısıtlayıcı politikalar ve düşük karlılık nedeniyle, Türkiye zeytinyağı ihracatçılarının girişi kolay, karlılığı AB ülkelerine yapılan ihracata kıyasla daha yüksek olan pazarlara yönelmesi gerektiği tespit edilmiştir. Bu tespitler, Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) ve Pazara erişim veri tabanı (MAD) veri tabanlarından elde edilen bilgiler doğrultusunda yapılmıştır. Tespitler sonucunda ABD'ye yapılan ihracatın AB'ye yapılan ihracattan daha karlı ve pazara girişin daha kolay olduğu tespit edilmiştir. ITC ve MAD ticari istihbarat veri tabanlarında yapılan araştırmalar sonucunda, ABD pazarında fiili olarak zeytinyağı ithalatı yapan firmalar tespit edilmiş ve örnek bir konşimento incelenerek Türkiye'de zeytinyağı ihracatı yapan firmalara yeni bir hedef pazara girişte veri tabanlarının nasıl kullanılması gerektiği bilindiği takdirde, ulaşılması zor olan bilgilere nasıl kolaylıkla ulaşılabileceği gösterilmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Zeytinyağı İhracatı, Ticari İstihbarat, Rekabet İstihbaratı, Avrupa Birliği

### **Abstract**

In this study, the quotas and taxes implemented by EU to Turkey were examined and it was observed that these policies have negative effects on Turkey's olive oil exports. Due to the restrictive policies and low profitability in the entry to the EU market, it was determined that Turkey should be directed to the markets that have higher profitability compared with the exports to EU countries. These detections were carried out in accordance with the information obtained from International Trade Center (ITC) and Market Access Database (MAD). As a result of the detections it has been found that exports to the EU countries are more profitable and the entry to the market is easier than to the US. As a result of the researches in ITC and MAD databases, actual

\* Yrd. Doç. Dr., Gaziantep üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, e-mail: mete@gantep.edu.tr

companies in oil imports in the US market have been determined and it has shown by examining a bill of loading sample that the firms that make olive oils exports in Turkey easily enter new target markets if they know the usage of the databases

*Key Words:* Olive oil export, commercial intelligence, competition intelligence, European Union

## **Giriş**

Dünya genelindeki zeytin yetiştiriciliğinin % 90'lık bir kısmının Akdeniz havzası, geriye kalan kısmı ise Latin Amerika ülkelerinde yapılmaktadır. 2013 verilerine göre dünyada yaklaşık 9 milyon hektar alanda 900 milyon zeytin ağacından yaklaşık 17 milyon ton dane zeytin elde edilmektedir. Önemli zeytin üretici ülkeler sırasıyla, İspanya, İtalya, Yunanistan, Tunus, Türkiye ve Suriye'dir. Bunların yanı sıra son yıllarda Avustralya, Japonya ve Arjantin gibi ülkelerde de zeytin üretimine başlanılmıştır. Zeytin, genetik özelliğinin yanı sıra kültürel işlemlerin tam olarak uygulanamayışi nedeniyle alternans (bir yıl ürün vermediğeri yıl az/yok verme) gösterir. Ürünün alternans eğilimi, üretici ülkelerin yetiştirme tekniklerine verilen öneme göre değışen unsurlardan biridir. Ülkemiz bulunduğu coğrafi konum ve sahip olduğı Akdeniz iklimi özellikleri nedeniyle İspanya, İtalya, Tunus ve Yunanistan gibi diğeri Akdeniz ülkeleriyle birlikte dünyanın önde gelen zeytin ve zeytinyağı üreticilerindedir. Türkiye Zeytinyağı üretiminde ise beşinci ülke konumundadır.

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliğı (AB) ülkelerine yapılan zeytinyağı ihracatında AB'nin Türkiye'ye uyguladığı yüksek vergi oranı ve kotaların, Türkiye'nin zeytinyağı ihracatındaki performansına etkisini ortaya koyarak, ticari istihbarat teknikleri ile karlılığı yüksek yeni hedef pazarlar belirlemektir.

Bu çalışmada Türkiye'nin saf zeytinyağı ihracatına yönelik bilgileri verildikten sonra, Avrupa Birliğinin Türkiye'ye uyguladığı önlemler, kotalar ve ihracata etkileri üzerinde durulacaktır. Daha sonra Ticari İstihbarat Kanallarını kullanarak analizler yapılacak ve yeni hedef pazarlar belirlenecektir. Hedef pazar belirlendikten sonra bu ülkeye fiili olarak saf zeytinyağını ithal eden firmaları ve yapmış oldukları ithalatın detaylarını inceleyerek hedef firmalara ulaşılacaktır. Hedef firmalar tespit edilerek Avrupa Birliğinden başka ve vergi oranı daha düşük olan alternatif pazarlara nasıl ulaşılaçağı konusunda bu firma üzerinde örnek bir uygulama yapılacaktır.

Bu çalışmada "Market Access Database" ve "International Trade Center" veri tabanlarından alınan veriler kullanılacaktır.

## **Türkiye'de Zeytinyağı İhracatı**

Son yıllarda Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında olumlu gelişmelerin yaşanmaya başladığı, ancak bunun yine Türkiye'nin sahip olduğı potansiyele bakıldığında Zeytinyağı ihracat potansiyelini yeterince değıerlendirmediği gözlenmektedir. Yine söz konusu olumlu gelişmelerin yaşanmasında dünyada zeytinyağına olan talebin gün geçtikçe artması, Türkiye'deki ihracatçıların daha önceki yıllara göre dış pazarlarda tecrübe edinerek daha aktif pazarlama yöntemlerini uygulamaya geçirmiş olmaları etkili olmuştur.

Tablo 1'de Türkiye'den 2011 ve 2013 yılında "150910" GTİP numaralı saf zeytinyağından ithalat yapan ülkelerin listesi bulunmaktadır. Liste yıllar

bazında ve artışları gösterecek şekilde düzenlenmiştir. Türkiye'den ithalat yapan ülkelerden 2012 ve 2013 yılları arasında en yüksek artışı gösteren ülkeler yukarıdan aşağıya doğru sıralanmıştır.

*Tablo 1. Ülkeler Bazında Türkiye'nin Saf Zeytinyağı İhracat Rakamları*

<b>İhracatçılar</b>	<b>İhracat değeri 2011</b>	<b>İhracat değeri 2012</b>	<b>İhracat değeri 2013</b>	<b>Artış</b>	<b>Artış oranı</b>
Dünya	30.093	47.282	141.079	93.797	198
ABD	3.820	9.607	36.721	27.114	282
İspanya	0	1.730	27.567	25.837	1.493
İran	831	1.519	9.245	7.726	509
Japonya	5.415	5.764	13.463	7.699	134
İtalya	0	45	5.844	5.799	12.887
Arabistan	8.874	13.045	18.233	5.188	40
Yemen	90	284	2.484	2.200	775
Kanada	550	1.302	3.485	2.183	168
Portekiz	0	0	1.956	1.956	0
Kuveyt	621	564	1.573	1.009	179
Rusya	405	434	1.332	898	207
Suriye	0	59	924	865	1.466
Birleşik Arap E.	1.076	1.817	2.573	756	42
Çin	1.579	3.212	3.880	668	21
Avustralya	228	610	1.056	446	73
Mısır	128	82	526	444	541
Malezya	160	373	813	440	118
Fas	0	0	433	433	0
Almanya	860	748	1.144	396	53
Ukrayna	519	573	934	361	63
Kore	215	511	855	344	67
İsrail	110	39	326	287	736
Bosna Hersek	2	3	189	186	6.200
Brazilya	0	8	153	145	1.813
Lübnan	0	0	143	143	0
Meksika	5	0	116	116	0
Singapur	369	275	368	93	34
Hollanda	73	46	138	92	200
Kırgızistan	73	12	104	92	767
Katar	125	287	375	88	31
Tayland	81	111	182	71	64
Afganistan	9	4	72	68	1.700
Umman	4	14	78	64	457
Kazakistan	287	313	372	59	19
Beyaz Rusya	0	0	53	53	0
Cibuti	7	39	89	50	128
Norveç	67	94	143	49	52
Sudan (kuzey + güney)	0	0	47	47	0
Belçika	55	52	98	46	88
Libya	0	0	46	46	0

kolombiya	0	0	43	43	0
Tayvan	58	18	58	40	222
Turkmenistan	33	31	70	39	126
İngiltere	91	82	118	36	44
Cezayir	0	0	33	33	0
Somali	0	38	70	32	84
Güney Afrika	268	8	35	27	338
Mauritius	13	66	92	26	39
Benin	45	41	67	26	63
Belçika	6	11	34	23	209
Avusturya	12	13	34	21	162

Kaynak: International Trade Center, 08.12.2014

Tablo 1 incelediğinde Türkiye'nin 2013 yılında 141.079.000 USD'lik 150910 GTİP numaralı saf zeytinyağından ihraç ettiği görülecektir. Bir önceki yıla oranla %93.797'lik bir artış gerçekleştiren Türkiye, ileriki yıllarda dünya zeytinyağı piyasasında daha iyi bir konuma geleceğinin sinyallerini vermektedir.

Türkiye'nin ülkeler bazında yaptığı zeytinyağı ihracatının dağılımı yukarıdaki tabloda listelenmiştir. Türkiye'nin büyük ithalatçı ülkeleri ABD, İspanya, İran, Japonya, İtalya, Sudi Arabistan, Yemen, Kanada, Portekiz, Kuveyt ve Rusya'dır.

### **AB'nin Uyguladığı Zeytinyağı Politikası**

AB Ülkelerinin Roma Anlaşması gereğince oluşturdukları Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde zeytinyağının da içinde bulunduğu birçok tarım ürünü için Ortak Piyasa Düzeni (OPD) uygulanmaktadır.

Zeytinyağı 1968 yılında OPD kapsamına alınmış ve günümüze kadar bu çerçevede değerlendirilmiştir. AB'nin kurulduğu yıllarda bitkisel yağların yüksek tüketimine karşılık iç üretiminde bir yetersizlik söz konusuydu. Ayrıca, desteklenmesi gereken bir sanayisi bulunmaktaydı. Bitkisel yağ üretimi topluluğun yağ ihtiyacının ancak % 10 kadarını karşılamaktaydı. Bitkisel yağlardaki bu açığı kapatabilmek için, Topluluğun üçüncü ülkelerden gelen yağlı tohumlara tamamen açılması, sıfır gümrük vergisi ile bitkisel yağ ithali gibi çözüm yolları benimsenmişti. Bu durum ise, pazarda bolluğa yol açmış, fiyatların düşmesini beraberinde getirmiş ve diğer yağlara göre fiyatı yüksek olan zeytinyağına olan talebin azalmasına neden olmuştur. Özellikle büyük bir üretici ve ihracatçı konumundaki İtalya'nın mevcut durum karşısındaki şikayetleri sonucunda da zeytinyağında Ortak Piyasa Düzenine geçilmesine karar verilmiştir (Akay, 1991, s.22).

AB'nin zeytinyağı pazar düzenlemeleri ve ithalat korumaları için belirlenmiş olduğu ana prensipleri; sıvı ve katı yağ ortak piyasa düzeninin tesis edilmesine dair 22 Eylül 1966 tarih ve EC 136/66 sayılı Konsey Tüzüğü'nde yer almaktadır. Zeytinyağı rejiminde amaç, OTP kapsamındaki diğer ürün rejimlerinde de olduğu gibi arzın devamlılığını sağlamak, üreticilere daha iyi bir yaşam seviyesi yaratmak, fiyat istikrarsızlıklarının önüne geçmek ve ticaretin düzenlenmesi için politika oluşturmak olarak belirlenmiştir. (Özden,2006, s.23)

Avrupa Birliği'nde zeytinyağı üretimine yönelik politikalar Ortak Piyasa Düzeni (OPD) kapsamında yürütülmektedir. Bu politikalara bakıldığında,

zeytinyağı rejiminin yürürlüğe girdiği 1968 yılından günümüze kadar olan dönemde dinamik bir yapının bulunduğu dikkati çekmektedir. AB, kendi içinde ve uluslararası alanda meydana gelen değişimlere paralel olarak, diğer alanlarda olduğu gibi, zeytinyağına yönelik politikalarında da çeşitli dönemlerde değişikliklere gitmiş ve gitmektedir. (Özden,2006, s.39)

İlk dönemlerde AB zeytinyağı politikalarında temel amaç; arzın devamlılığını sağlamak, üreticilere iyi bir yaşam seviyesi sunmak, fiyat dalgalanmalarını önlemek ve ticareti düzenlemek olarak belirlenmiştir. (Özden,2006, s.39)

Ancak, yıllar geçtikçe sektörde ortaya çıkan çeşitli sorunlara bağlı olarak daha önce yürürlüğe konulan bir takım düzenlemelerde değişiklik yapılması ihtiyacı doğmuştur. Bu kapsamda 1998, 2001 ve 2003 yılında yapılan düzenlemeler önem taşımaktadır. 1998 yılında Zeytinyağı OPD'de gerçekleştirilen reform ile sektörün rekabet gücünün artırılması, ürün kalitesinin iyileştirilmesi, arz talep dengesinin sağlanması ve kuralların sadeleştirilmesi yönünde düzenlemelere gidilmiştir. Reform kapsamında Ulusal Garanti Edilen Miktar (UGM) sistemi uygulanmaya başlanmış, tüketim yardımları kaldırılmış, müdahale alımları yerine özel stoklama sistemi getirilmiş ve istatistiksel verilerin daha sağlıklı bir şekilde toplanması amacıyla kayıt sistemi içerisinde Coğrafi Bilgi Sistemi'nin oluşturulması kararlaştırılmıştır. Bu değişiklikler için geçiş dönemi olarak 2001 yılı belirlenmişken, daha sonra bu süre 2003/2004 pazarlama yılının sonuna kadar uzatılmıştır. (Özden,2006, s.39)

Yapılan araştırmalar sonucu 2001 yılında daha kapsamlı bir reforma gidilmesi gereği doğmuştur. Bu çerçevede, üreticiye verilen desteklerin % 5 azaltılarak 1322.5 Euro/ton'a indirilmesine, üretim desteğinin 1 Kasım 2001'den itibaren, yalnızca 1 Mayıs 1998'den önce dikilmiş ağaçlardan elde edilen zeytinyağına verilmesine karar verilmiştir. Düzenlemeler çerçevesinde ayrıca azami garanti edilmiş miktarın % 31.6 artırılarak 1.78 milyon tona yükseltilmesi karar verilmiştir (Ülkü, 2006, s.29).

Zeytinyağı Ortak Piyasa Düzeni'ndeki son değişiklik ise 2003 yılında gerçekleştirilmiştir. Buna göre üreticilere yapılan ödemelerde çeşitli değişikliklere gidilmiştir. Yapılan değişikliklerle zeytinyağı sektöründeki işletmelerin rekabet edebilirliğinin artırılması, üretici gelirlerindeki istikrarsızlığı önlenmesi ve gıda güvenliğinin gözetildiği, sürdürülebilir, çevreci bir üretimin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır (Mili ve Mahlau, 2005, s.18).

AB üçüncü ülkelerden Birliğe ithal edilecek zeytinyağı fiyatının Temsili Piyasa Fiyatının altına düşmesi halinde gümrük vergisi niteliği taşıyan ve prelevman olarak adlandırılan bir kesinti yapmaktadır. AB 30 Haziran 1995 tarihine kadar zeytinyağı ithalatında % 20 oranında bir gümrük vergisinin yanında değişken harçlar uygulamıştır. Ancak DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü)'nün Tarım Anlaşması çerçevesinde verilen taahhütler gereği değişken harçların ve gümrük önlemlerinin yerini 1 Temmuz 1995'ten itibaren sabit tarifeler almıştır. Belirlenen bu sabit tarifeler de 1995 ile 2001 yılları arasındaki altı yıl içinde % 20 oranında azaltılmıştır (Tan ve Çelikel, 2003, s.165).

## AB'nde Zeytinyağı İthalatında Uygulanan Sabit Tarifeler

Tablo 2. Tanım Vergi (Euro/Ton)

TANIM	VERGİ(EURO/TON)
Saf Lampant	1226
Naturel ve Naturel sızma	1245
Naturel olmayan diğer zeytinyağları	1346
Ham zeytinyağı	1102
Diğer zeytinleri	1603

Kaynak: Market Access Database, 07.12.2014

AB'nde yürürlükte olan kurallara göre Birlik içindeki zeytinyağı fiyatlarının dünya fiyatlarından yüksek olması halinde restütisyon adı verilen ihracat iadesi sistemi uygulanmaktadır. İadelerin miktarı ayda bir kez belirlenmektedir. Ancak DTÖ Tarım Anlaşması gereğince 1998 yılından beri zeytinyağı ihracatına iade verilmemektedir. 16 Eylül 1998 tarih ve (EC) 1973/98 sayılı Komisyon Tüzüğü ile verilen son ihracat iadesi kutulu natürel sızma zeytinyağı için ton başına 60 Euro iken kutulu rivieara için ton başına 55 Euro olarak belirlenmiştir (Tan ve Çelikel,2003, s.35).

## AB'nin Türkiye'ye Uyguladığı Kota ve Vergi Oranları

Avrupa birliği 17.12.2006 tarihinde çıkardığı bir kararla Türkiye'den ithal edilen belirli mallara kota ve vergi uygulaması başlatmıştır. Bu ürünler arasında konumuz olan zeytinyağı da bulunmaktadır.

Avrupa Birliğine ihraç ettiğimiz 15.09.10.90 G.T.İ.P'li zeytinyağına Avrupa Birliği tarafından 112,05 Euro/100 Kg (yani kilogram başına 1,1205 Euro-bu vergiden % 10 vergi indirimini uygulamakta), 15.09.90.00 G.T.İ.P'li zeytinyağına ise 127,87 Euro/100 Kg oranında (bu vergi üzerinden % 5 indirim uygulamakta) spesifik gümrük vergisi uygulanmaktadır. Ham zeytinyağına ise 99,18 Euro/100 Kg (bu vergiden % 10 indirim uygulanmakta), Lampant zeytinyağına 110,34 Euro/100 Kg (bu vergiden % 10 indirim uygulanmakta,) spesifik gümrük vergisi uygulanmaktadır. (Marketing Access Data , 15.12.2014)

Tablo 3. AB'nin Saf Zeytinyağın İthalatında Türkiye'ye Uyguladığı Vergi Oranı

Menşei	Ölçüm Şekli	Vergi	EU Law
Diğer Ülkeler	Üçüncü Dünya Ülkesi	124,50 Eur/100 KG	R2204/99
Türkiye	Tarife Tercihi	112.05 Eur/100 KG	R2008/97

Kaynak:Market Access Database,14.12.2014

Tüm bu kısıtlamalara rağmen Türkiye zeytinyağı ihracatçıları, AB ülkelerine düşük kar marjı ile ihracat yapmaya devam etmektedir. Tablo 4'te AB'nin en büyük zeytinyağı ithalatçısı ülke olan Tunus'un ihracat rakamları ile Türkiye'nin ihracat rakamları karşılaştırılacaktır.

Tablo 4. Tunus ve Türkiye'nin Saf Zeytinyağı İhracat Fiyatlarının Karşılaştırılması

Ülkeler	Tunus İhracat Rakamları				Türkiye İhracat Rakamları			
	2012	2013	İhracat değeri 2013	İhracat miktarı 2013	2012	2013	İhracat değeri 2013	İhracat miktarı 2013
	İhracat değeri dolar/ton	İhracat değeri dolar/ton	Bin dolar	ton	İhracat birim değeri dolar/ton	İhracat birim değeri dolar/ton	bin dolar	ton
İtalya	2.260	3.187	194.456	61.007	2.250	3.180	5.844	1.838
İspanya	2.252	3.116	113.053	36.278	2.716	2.892	27.567	9.532
ABD	2.634	3.536	79.348	22.443	3.187	3.328	36.721	11.034
Fas	1.948	3.154	11.803	3.742	0	2.887	433	150
Portekiz		3.325	8.240	2.478	0	3.287	1.956	595
Kanada	3.503	4.211	6.910	1.641	3.137	3.634	3.485	959
Suudi Arabistan	4.325	5.322	4.428	832	3.260	3.390	18.226	5.376
Birleşik Arap Emirlikleri	4.995	5.784	4.199	726	3.059	3.580	2.538	709
Rusya federasyonu	3.811	3.758	1.582	421	4.094	4.049	1.332	329
Kuveyt	4.244	4.629	1.199	259	2.738	3.309	1.572	475
Umman	4.771	5.865	1.044	178	2.800	3.545	78	22
Fransa	3.022	3.943	35.102	8.902	5.250	2.500	5	2
Çin	2.975	4.053	4.227	1.043	3.842	4.059	3.880	956

Kaynak:International Trade Center, 11.12.2014

Tablo 4'te Türkiye'nin Zeytinyağı ihracatında rakibi olan Tunus'un AB ihracat fiyatları ve Türkiye'nin AB ihracat fiyatları verilmiştir. Bu tabloda AB üye ülkelerin fiyatları üzerinden gidilerek yorum yapılacaktır. İtalya'ya yapılan ihracatta dünya standartlarında bir fiyata sahip olan Türkiye, talebin olmasına rağmen kotalar ve gümrük vergilerinden dolayı piyasaya yeterince kendi malını satamamaktadır.

İspanya'nın rakamları incelendiğinde önemli detaylar gün yüzüne çıkıyor. Tunus, 2013 yılında İspanya'ya 36.278 ton saf zeytinyağı ihraç etmiştir. İhracat fiyatı 3.113 Usd/Tons. Aynı yıl Türkiye İspanya'ya 9.532 ton saf zeytinyağı ihracatı yapmıştır. Türkiye'nin ihracat fiyatı ise 2.89 Buradan yola çıkarak şu tespitler yapılabilir; Türkiye'nin saf zeytinyağı kalitesinin diğer Tunus'un zeytinyağı kalitesi ile aynı olmasına, fiyatının Tunus ihraç fiyatından daha düşük olmasına ve coğrafi olarak daha uzak olmasına rağmen Tunus'tan daha düşük bir fiyatla ürünlerini İspanya'ya ihraç etmektedir. Tunus'un gümrük vergisinden

muaf olmasına ve coğrafi olarak Tunus'a çok yakın olmasına rağmen Türkiye'den yüksek fiyata ürününü pazarlayabilmektedir.

Türkiye'nin zeytinyağı kalitesi ve fiyatının rekabet edebilir düzeyde olmasına rağmen uygulanan kotalar ve vergiler karlılığını, ihracat rakamlarını ve ihracat performansını olumsuz etkilemektedir. Zeytinyağı üretimi hızlı bir şekilde artan Türkiye'nin kotalardan, vergilerden ve düşük kar marjlı piyasalardan kurutularak katma değeri yüksek yeni hedef pazarlar belirleyerek, ürünlerini kar marjı yüksek, kota ve vergi uygulamayan pazarlara yönelmesi gerekmektedir. Bu noktada klasik pazarlama stratejileri kullanan Türk ihracatçılarının stratejik pazarlama yöntemlerini kullanarak hedef pazarını belirlemeli, pazar araştırması yapmalı, fiili ithalat yapan firmaların bilgilerini edinmeli, bu firmaların finansal bilgilerini öğrenmeli ve hatta bu firmalara ihracat yapan firmaların ihracat fiyatları öğrenmelidir.

Bu bilgilerin tümüne ulaşmak imkânsız gibi gözükebilir. Fakat bu bilgilerin tümü internet veri tabanında (derin web) mevcuttur. Sadece bilinmesi gereken bilginin nerede olduğudur. Veri bankalarının nerede olduğunu bilen bir ihracatçı tüm bu bilgilere erişerek rekabet gücünü en üst düzeye çıkaracaktır.

### **Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratı**

Rekabet istihbaratı teorisinde herkesin anlaştığı ortak bir tanıma ulaşılmış değil. Bu bir bakıma teorisinin ve pratiğin sürekli gelişiyor olmasında da kaynaklanıyor. Rekabet istihbaratının temel amacı rakiplere karşı stratejik ve taktik üstünlük oluşturmaktır. Bu üstünlüğün yaratılabilmesi için firmanın "kendisini", "rakiplerini", "müşterilerini", "dünyayı", "pazarı" ve "olası gelişmeleri" "bilmesi" ve "öngörebilmesi" gerekmektedir. Bu bilgi "hedef odaklı" ve "operasyonel" bir bilgi olmalıdır. Bu "ticari istihbarattır". (Koç, 2014, s.18)

Ortak bir tanıma ulaşılamamasını Rekabet istihbaratında yaşanan "sürekli değişim sürecinin" bir yansıması olduğunu söylüyor. Rekabet istihbaratında kullanılacak bilginin etik ve yasal yollardan tespit edilmesi, belirlenmesi ve bilgiye erişilmesi gerekmektedir. (McGonagleand Vella, 2002, s.22)

Bilginin etik ve yasal yollardan toplanması rekabet istihbaratının ana ilkelerinden birini oluşturmaktadır. Bu konuda özellikle Rekabet İstihbaratçıların örgütü olan SCIP (The Society of Competitive Intelligence Professionals) ABD'de 46 eyalette geçerli olan<sup>18</sup> "ticari sırlarla ilgili yasaları"<sup>19</sup> referans göstermekte ve ticari istihbarat çalışmalarını diğer yasa dışı faaliyetlerden ayırmaktadır. Bu etik, bilgisayar korsanlığını (hacker), isim değiştirerek bilgi toplamayı, rakip firmaların elemanlarından rüşvetle yararlanmayı reddeder. (John Wiley&Sons, 2005, s.17)

Ticari istihbarat, üzerinde yükseldiği ticari veri ve bilgiyi küçümsemez tam tersine onlardan beslenir ancak onları hedefe odaklı olarak süzer, biçimlendirir ve yorumlar. Bu blok bir mermerden bir heykel yapmaya benzetilebilir. Orkestra şefliği notaları ve müziği, ticari istihbarat ise veriyi ve bilgiyi yorumlama sanatıdır. Doğru kararlar alınabilmesinin yolu doğru veri ve bilgiden geçmektedir. Öncelikle bilgi kaynakları rekabet istihbarat sürecinde ikiye ayrılarak incelenir. (Koç, 2014, s.30)

İstihbarat hedef odaklı toplanır. Bir hedef olmadan istihbarat toplanamaz. Toplansa dahi bir hedef olmadığı için genel bir bilgi kaynağı



niteliğinde olur. Hedef olmadan toplanan bilgiler bir hedefe yönelik olmadığı için istihbarat olmaktan ve verimli bir bilgi olmaktan çıkar.

Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratını zeytinyağı örneği uygulayarak hedef pazar seçimi, fiyat karşılaştırması, hedef pazarda fiili zeytinyağı ihracatı yapan firmalar bulunacak ve daha sonra bu firmaların yapmış olduğu bir ithalatın konsimentosu incelenerek rakip ülke ve firmaların fiyatları tespit edilecektir.

Tüm bu bilgiler ışığında ihracatçı firmalar hedef pazara girişte izleyeceği stratejileri belirleyerek bu pazarlara rahatlıkla giriş yapabilecektir.

### **Türkiye İçin Saf Zeytinyağı İhracatında Hedef Pazar Seçimi**

Klasik pazarlama yöntemi ile hedef pazarlara girmeye çalışan ihracatçılar, düşük kar marjına, yüksek vergilere ve kotalara boyun eğmek zorunda kalırlar. Ülkelerin ilgili kuruluşlarının yayınladığı verileri analiz ederek yeni hedef pazarlar belirlemede kolaylık sağlayan Ticari İstihbarat kanallarını kullanmayan ihracatçılar, düşük kar marjlarına, yüksek vergi oranlarına ve kotaları kabullenmekten başka yapabileceği bir şey yoktur.

Bu bağlamda Tablo 5'te dünya zeytinyağı ithalatı ve Türkiye'nin saf zeytinyağı ihracat rakamları incelenecektir. Tablo 5 genel olarak "Hangi ülke ne kadar saf zeytinyağı ithal ediyor ve Türkiye bu ithalatın ne kadarını karşılıyor?" sorusuna cevap olacaktır. Bunun yanı sıra Tablo 5'i inceleyerek "Hangi ülkenin saf zeytinyağı ihracatında bir önceki yıla oranla daha büyük bir artış olmuştur?" bu sorunun cevabı da bulunabilecektir. Son olarak Tablo 5 AB'nin ülkeler bazında saf zeytinyağı ithalatındaki değişimi yıllar bazında incelemek mümkündür. Yukarıdaki tüm sorular cevaplanarak hedef pazar seçimi yapılacaktır

Tablo 5. Türkiye'nin Zeytinyağı İhracat Rakamları

İthalatçılar	İhracat Değeri 2011	İhracat Değeri 2012	İhracat Değeri 2013	Artış	Artış Oranı
İspanya	0	1.730	27.567	25.837	1.493
İtalya	0	45	5.844	5.799	12.887
ABD	3.820	9.607	36.721	27.114	282
Fransa	5	21	5	-16	-76
Portekiz	0	0	1.956	1.956	Tanımsız
Brezilya	0	8	153	145	1.813
Almanya	860	748	1.144	396	53
Japonya	5.415	5.764	13.463	7.699	134
Belçika	6	11	34	23	209
İngiltere	91	82	118	36	44
Çin	1.579	3.212	3.880	668	21
Kanada	550	1.302	3.485	2.183	168
Fas	0	0	433	433	Tanımsız
Meksika	5	0	116	116	Tanımsız
Rusya Federasyonu	405	434	1.332	898	207
Hollanda	73	46	138	92	200
Kore	215	511	855	344	67
İsviçre	55	52	98	46	88

İsveç	0	0	5	5	Tanımsız
Nijerya	51	33	0	-33	-100
Iran	831	1.519	9.245	7.726	509

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 09.12.2014

Tablo 6. Dünya Zeytinyağı İthalat Rakamları

İthalatçılar	İthalat Değeri 2011	İthalat Değeri 2012	İthalat Değeri 2013	Artış	Artış Oranı
İspanya	108.705	127.026	334.838	207.812	164
İtalya	1.559.328	1.331.619	1.477.023	145.404	11
ABD	707.023	701.872	799.366	97.494	14
Fransa	394.624	354.071	442.057	87.986	25
Portekiz	139.490	171.105	245.067	73.962	43
Brezilya	225.248	245.763	296.707	50.944	21
Almanya	241.308	216.550	267.195	50.645	23
Japonya	142.252	162.141	212.478	50.337	31
Belçika	60.975	52.090	79.669	27.579	53
İngiltere	175.522	136.514	158.029	21.515	16
Çin	131.780	151.948	171.822	19.874	13
Kanada	118.868	117.494	133.830	16.336	14
Fas	5.757	1.959	17.014	15.055	769
Meksika	37.114	36.603	48.177	11.574	32
Rusya Federasyonu	63.575	68.368	79.918	11.550	17
Hollanda	35.341	30.638	41.405	10.767	35
Kore	35.856	27.789	38.439	10.650	38
İsviçre	75.997	71.969	80.126	8.157	11
İsveç	30.050	27.599	35.325	7.726	28
Nijerya	2.591	2.420	9.182	6.762	279
Iran	7.813	4.658	11.087	6.429	138

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 09.12.2014

Tablo 5 ve 6 karşılaştırıldığında dünya zeytinyağı ithalatında 1.022.672.000 USD'lik bir artış olduğu görülecektir. Bir önceki yıla oranla dünya zeytinyağı talebi %22 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Türkiye'nin toplam ihracatının 141.079.000 USD olduğunu göz önüne alınırsa sadece 2012-2013 yılları arasında Dünya zeytinyağı talebindeki artışın ne kadar büyük olduğunu görülecektir.

Tablo 6, Dünya İthalatındaki artışa göre sıralanmıştır. Bu şekilde sıralanma nedeni; dünyada zeytinyağı tüketiminin arttığı ülkelerin hedef pazar olarak seçilmesinin daha mantıklı olacağıdır.

Tablo 6 incelendiğinde dünya saf zeytinyağı ithalatındaki en yüksek artış İtalya ve İspanya'da gerçekleşmiştir. Bu iki ülke AB'de yer aldığı için Türkiye'ye kota ve gümrük vergileri uygulanmaktadır. Bu nedenle hedef pazar olma cazibesini kaybediyor.

Türkiye'den İtalya ve İspanya'ya yapılan saf zeytinyağı ihracatta kota ve gümrük vergileri uygulanması nedeniyle alternatif olarak saf zeytinyağı ithalatta

en büyük üçüncü ülke hedef pazar olma potansiyeline sahiptir. Bu ülkede yukarıdaki verilerden anlaşılacağı gibi ABD'dir.

### Hedef Piyasa: Amerika Birleşik Devletleri

Dünya genelinde 799.366.000,00 Usd'lik zeytinyağı ithalatı yapan ABD'ye Türkiye sadece 27.114.000,00 Usd'lik saf zeytinyağı ihracat gerçekleştirmiştir. 772.252.000,00 Usd'lik bir potansiyel gözükmemektedir. 2013 yılında 189 bin ton zeytinyağı ithal eden ABD'nin sadece dünyadan ithal ettiği saf zeytinyağı miktarı Türkiye'nin saf zeytinyağı ihracat miktarının 4,5 katıdır.

Tablo 7'da Amerika'nın diğer ülkeler ve yıllar bazında ithal ettiği saf zeytinyağı ortalama fiyatını vermektedir. Bu tablo incelenerek Türkiye diğer ülkelerin ihracat fiyatları kıyaslanacaktır.

Tablo 7. Amerika'nın Saf Zeytinyağı İthalat Fiyatları

İhracatçılar	İthalat	İthalat	İthalat birim	İthalat	İthalat
	birim değeri	birim değeri	değeri		
	dolar/ton	dolar/ton	Dolar/Ton	2013, bin	miktari
	2011	2012	2013	dolar	2013, ton
Dünya	3.738,00	3.428,00	4.235,00	799.366,00	188.741,00
İtalya	4.038,00	3.725,00	4.479,00	431.385,00	96.304,00
İspanya	3.407,00	3.071,00	4.208,00	148.261,00	35.235,00
Tunus	3.221,00	2.812,00	3.802,00	81.091,00	21.331,00
Türkiye	4.414,00	3.199,00	3.492,00	36.094,00	10.337,00
Yunanistan	4.486,00	4.091,00	4.354,00	29.693,00	6.819,00
Arjantin	2.913,00	2.780,00	3.515,00	28.776,00	8.186,00

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 10.12.2014

Tablo 7'da en yüksek paya sahip altı ülke bulunmaktadır. ABD toplam 188.741 ton saf zeytinyağı ithal etmiştir. Bunun 10.337 tonunu Türkiye'den ithal etmiştir. Türkiye'nin ABD ihracat fiyatını diğer ülkelerle kıyaslandığında görülecektir ki; Türkiye listedeki ülkelere kıyasla coğrafi olarak diğer ülkelere kıyasla en uzak ülke olmasına rağmen aynı saf zeytinyağını daha düşük fiyata satmaktadır. Bu şunu göstermektedir; Türkiye'nin ABD'ye saf zeytinyağı ihracat fiyatının diğer ülkelere kıyasla rekabet üstünlüğü bulunmaktadır.

Tablo 7'ya bakılarak diğer ülkelerin ortalama olarak ne kadara sattığını gören Türk ihracatçılar Amerikan'daki ithalatçılarla pazarlık yaparken bir adım önde olacaktır. Çünkü ihracatçılar diğer ülkelere yapılan ithalat rakamlarına ve ortalama fiyatlarına sahip olacaktır. Bu bilgiler pazarlık yaparken ihracatçı firmaların pazarlık gücünü arttıracak bilgilerdir.

Tüm bu bilgiler kapsamında ABD'nin hedef pazar olabileceği açık ve net bir şekilde görünmektedir. İhracatçı firmalar bu bilgiler ve kaliteli zeytinyağı ile ABD pazarına girmekte zorlanmayacaktır. Pazara girmeden önce İhracatçıların "ABD'nin saf zeytinyağına uyguladığı kota ve vergi var mıdır?" bilgisine de sahip olması gerekmektedir.

Tablo 8. ABD'nin Türkiye'ye Uyguladığı Vergi Oranı

2014 Normal Trade Relations(NTR) vergi oranı(Önceden bilinen en çok kayırlan ülke MFN vergi oranı)	MFN Vergi Düzeyi	5 cents/kg konteynır ve içerik
	Hesaplama oranı	(Açık oran) * (Q1)
	Ad valorem yüzdelerik değeri	0%
	Açık bölüm(yüzde birim)	0.05\$
	Diğer bölümlerin oranı	0\$
	Uyulması gereken durumlar	Dünya Ticaret Örgütü Kuralları

Kaynak: Uluslararası Ticaret Komisyonu, 11.12.2014

Tablo 8'de kilo başına 0.05 Usd'lik bir vergi uygulandığı görülecektir. Uygulanan bu vergi diğer avantajlarla kıyaslandığında ABD'nin hedef pazar olma potansiyeli etkilememektedir.

### Hedef İthalatçı Tespiti

ABD tarafında yapılan saf zeytinyağı ithalat miktarına, ortalama ithalat fiyatına, hangi ülkeden ne kadar ithal ettiğini, kota miktarı ve uygulanan gümrük vergisi bilgilerine ulaşıldı. Bir sonraki soru "Amerika'da hangi firmalar fiili olarak saf zeytinyağı ithalatı yapıyor?".

Bu bilgiye sahip ihracatçı bir firma nokta atışı yapmış gibi, fiili olarak şuan kendisinin ihraç ettiği malı ithal eden firmaların bilgisine erişmiş olacak. Bu bilgi ile firma aylar süren araştırmalar yapmasına gerek kalmadan, hedef pazardaki hedef müşterileri kısa bir sürede tespit edebilecektir. Tablo 9'da fiili olarak ABD'de "Saf Zeytinyağı" ithalatı yapan firmalar listelenmiştir.

Tablo 9. ABD'de Fiili Olarak Saf Zeytinyağı İthalatı Yapan Firmalar ve Detayları

İthalatçı Firma	İhracatçı Firma	İhracatçı Ülke	Miktar (KG)
CreditAgricoleIndosuez	AbouWalid International	Tunus	500.779
OverseasFood	Interoil S An 9	Tunus	250.529
East CoastOliveOilCorp.	CavannaOliiSncDi S	İtalya	229.140
AmdOilSales LLC	MedgoldSarIbp 44	Tunus	149.819
VigoImportingCo.,Inc.	JaenCoop.	İspanya	105.019
Kenover Marketing Corp.	Aceites Del Sur CoosurS.a	İspanya	103.279
Joseph CaragoInc.	Vincenzo Salvo Spa	İtalya	98.470
TradeJoe'sCompany	OleificioBrunoSalvadori	İtalya	97.437
La ValleFoods Usa Inc.	AlfanzoSelittoSpa	İtalya	78.467
International BazaarInc.	CostaD'oroSpa	İtalya	75.356
UnileverBestfoodsNa	Bertolli International Switzerland	İtalya	65.447
RockwellWarehouse	CavannaOliiSncDi S	İtalya	58.788
FilippoBerioSalov North America	SalovSpa	İtalya	57.707

Salov North AmericaCorp.	SalovSpa	İtalya	47.617
BorgesNational Usa Corp	BorgesTunusie	Tunus	45.687
Carapelli Usa LLC	CarapelliFirenzeSpa	İtalya	38.612
American Rica Inc.	CarapelliFirenzeSpa	İtalya	37.305
MediterraneanDelightInc	Societe De ConditionanementDesHuil	Tunus	33.200
Prime LineDistributorsInc.	OleificioBrunoSalvadori	İtalya	24.099
Orlando FoodSalesInc.	AcademiaBarillaSpa	İtalya	23.402
TutsIntarnationalExport	Said SaifanEst	Lübnan	21.706
Olivos Usa Inc.	Olivos Dış Ticaret Ltd. Şti.	Türkiye	21.662
SpruceFoodInc.	Olivares De Don Ignacfo S.A.	Şili	21.000
Balsarı LLC.	Balsarı Yağ Sanayi ve Tic.Ltd.Şti.	Türkiye	20.500
CertifiedOriginsInc.	MontalbanoAgricola	İtalya	19.900
Rockwell Atlanta	CavannaOliiSncDi S	İtalya	19.809
SevilleImports, Inc	Umbria OliiSpa	İtalya	19.579
GoyaFoods, Inc	Goya En Espana	İspanya	19.337

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi,11.12.2014

### Hedef İthalatçı Detayları

İhracatçı, fiili ithalat yapan firmaların listesine ulaştıktan sonra hedef firmanın ithalat detaylarına ulaşabilir. Bu bilgi ile ithalatçı firmanın diğer firmalardan Saf Zeytinyağını ne kadara ithal ettiği bilgisine ulaşabilen ihracatçı, tüm avantajları elde etmiş olacaktır.

Türkiye ihracat fiyatının düşük olmasının yanında, birde ithalatçı firmanın ithal ettiği zeytinyağının fiyatını elde eden ihracatçı firmanın bu pazara girmesi için önünde hiçbir engel kalmayacaktır. Aşağıda Amerika'nın en büyük saf zeytinyağı ithalatçısının konşimentosu incelenecektir.

Tablo 10. AbouWalid International Firmasının Konşimentosu

Mali gönderen		Alıcı	
İsim	ABOU WALID INTERNATIONAL	İsim	CREDIT AGRICOLE INDOSUEZ
Adres	7 RUE AMILCAR / 8FAX 1000 TUN	Adres	19 RUE DE RHONE / PO BOX 3343
Bildiren			
İsim	OLITRADE LLC		
ADRES	2200 FLETCHER AVENUE 3RD FLOOR		
NULL			
Ağırlık(kg)	500779.94	ölçü	1
Paket	1	20 Feetlik Konteynır	0.0
Sevkiyat Bilgileri			
Taşıyıcı	STOLT NIELSON	Ülkesi	TUNUS
Taşıyıcının Kısa Adı	STZW	Kıyı bölgesi	Doğu kıyısı

Gemi	STOLT TITAN	Çıkış bölgesi	1303 BALTIMORE
Sefer	137	Yükleme yeri	72337 8FAX
Fatura No	Stzw04000804	Hedef ülke	BALTIMORE
Gemi rotası	8FAX,TUNUS (TN) (AFRİKA)	Ayrınlı ülkesi	
H8 Kodu	150910.	Nakil şekli	10
Tahmini Ücreti	1003326.3	Ulaşma tarihi	2008-03-29
Açıklama :			
ÜrünKısaAçıklaması :	EXTRA VIRGIN OLİVE OİL		
ÜrünAçıklaması :	EXTRA VIRGIN OLIVE OIL CHEMICALS IN BULK 500780.00 KG CARGO NO 030A		
İşaret :	İşaretsiz		

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi,11.12.2014

Konşimento incelendiğinde ithalatçı-ihracatçı firma detayları, geminin bilgisi, malın cinsi ve toplam kilosu ve toplam fiyatı bulanabilir.

İhracatçı firmanın elde ettiği bu bilgiler ışığında, İthalatçı firma hakkında detaylı bilgilere ulaşılmış olacaktır. İthalatçı firmalar hakkında tüm detaylara sahip olan İhracatçı firma, ürününü doğru firmaya ve doğru fiyata ihraç edebilme gücüne erişmiş olacaktır. Bu güce erişen ihracatçı firmalar daha doğru bir şekilde, ürünlerini karlılığı yüksek piyasalara sunma olanağına erişmiş olacaktır. Bu güce erişen firmalar rakiplerine göre uluslararası piyasalarda rekabetçi bir ihracat stratejisini önemli ölçüde elde etmiş olacaktır.

### Sonuç

AB'nin saf zeytinyağına uyguladığı politikalar Türkiye'nin karlılığını, AB piyasasına girişini ve tutunmasını zorlaştırmaktadır. Uygulanan bu politikalar karşısında Türkiye zeytinyağı ihracatçıları karlılığı yüksek, piyasa girişi daha kolay ve tutunması AB piyasasına oranla daha basit olan pazarlara yönelmektedir. Bunun içinde modern dünyada kullanılan birtakım teknikler bulunmaktadır, Türkiye'deki ihracatçı firmaların çoğunun bu tekniklerden haberi olmadığı bu firmalarla yapılan görüşmelerde gözlemlenmiştir. Bu kapsamda öncelikle AB'nin Türkiye'den yapılan "Saf Zeytinyağı" ihracatına uyguladığı kotalar ve vergiler incelenmiştir. İkinci adım olarak; yeni pazarların tespit edilmesi için Türkiye'de yeni yeni uygulanmaya başlanan "Ticari İstihbarat" ve "Rekabet İstihbaratı" kanalları ve veri tabanları kullanılarak yeni hedef pazar ve hedef müşteriler tespitinin nasıl yapıldığı incelenmiştir.Çalışmanın diğer kısmında ise "Ticari İstihbarat" ve "Rekabet İstihbaratı" veri tabanları kullanılarak hedef ithalatçı tespiti yapılarak hedef ithalatçı detaylarına ulaşılmıştır (Genç,2004),(Güldoğan,2005;29),(Özden,2006;).

Çalışmada yapılan analizler sonucunda Öncelikle hedef pazar ABD olarak belirlenmiştir. Hedef pazara klasik stratejiler uygulayarak girmeye çalışan

firmalara yönelik hazırlanan bu çalışmada, ihracatçı firmalara "Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratı" kanallarını kullanarak, hedef piyasadaki fiili olarak ürününü ithal eden firmalara ve bu firmaların ithalat detaylarına ulaşmanın ne kadar kolay olduğu gözlenmiştir

Yine Gaziantep ilinden yapılan araştırma çerçevesinde 17 ihracatçıya Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratının ne olduğu ve hedef pazar araştırması yaparken bu kanalları kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Yapılan yüz yüze görüşmede 17 zeytin yağı ihracatçısı işletmenin bu tekniklerden haberdar olmadıklarını belirtmişlerdir..

Pilot çalışmaya uygulanan bir firma ise bu yöntem ile hedef pazardaki fiili ithalatçılara ulaşmış ve numuneler göndermiştir. İspanya'ya ürününü 3,10 Usd'ye satan firma ürünün minimum 3.45 Usd'ye ABD'ye satabileceğini yaptığı araştırmalar sonucunda görmüştür. Ürünü 0,35 Usd daha yükseğe satma potansiyeli olan firmanın yıllık ortalama 180.000 kg zeytinyağı ihrac ettiği göz önüne alınırsa, firma sadece bu yöntemle  $180.000 * 0,35 \text{ Usd} = 63.000 \text{ Usd}$  kâr elde edecektir. Bu hesabı ülke bazında yapılırsa; Türkiye 2013 yılında 141.079.000 kg saf zeytinyağı ihracatı yapmıştır.  $141.079.000 * 0,35 \text{ Usd} = 49.377.650 \text{ Usd}$  lik bir artış gösterecektir. Ürün bazında 50.000.000 Usd yakın bir artış sağlanması Türkiye'nin ihracat performansı açısından son derece önemlidir.

Bu yapılan hesap şunu göstermektedir; İhracatçı firmaların klasik pazarlama yöntemlerinden sıyrılarak "Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratı" veri tabanlarını kullanarak stratejilerini belirlemeleri daha karlı bir şekilde saf zeytinyağı ihracatı yapabileceklerini göstermiştir. Bu yöntemlerle ihracat rakamları arttırılabilir, Türk firmaları daha rekabetçi bir şekilde, kota ve vergilere maruz kalmadan daha karlı pazarlara kolaylıkla girebileceklerdir.

İhracatçı firmalara "Ticari İstihbarat ve Rekabet İstihbaratı" kursları düzenleyerek bu yöntemleri ihracatçı firmalara öğretilmesi gerekir. Bu kursları da düzenleme görevi üyelerinin daha karlı ihracat yapmasına olanak sağlaması gereken İhracatçı Birliklerine ve İhracatı Geliştirme Genel Müdürlüğüne görev düşmektedir.

### Kaynakça

- Akay, Z., (1991). Türkiye'de ve Avrupa Topluluğu'nda Zeytinyağı İçin Uygulanan Destekleme Politikalarının Çeşitli Yönlerden Karşılaştırılması Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Genç, Ö.,(Ocak 2004). Zeytinyağı Sektör Araştırması. Türkiye Kalkınma Bankası AŞ, Ankara.
- Güldoğan, E., (2005). Türkiye Uluslararası Zeytinyağı Konseyine Geri Dönüyor. Cumhuriyet Tarım ve Hayvancılık Eki, 6, 29, İstanbul
- John Wiley&Sons (2005). Competitive Intelligence Manager's Guide to Making Decisions About Information Systems. Ak. Paul Gray, *Business Intelligence Journal*, 15(4),37
- Koç, Y., (2014). Dış Ticaret İstihbarat Kanalları. İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 99
- Mcgonagle ve Vella (2002). Aktaran: Craig S. Fleisher Sheila Wright. Examining Differences in Competiti ve Intelligence Practice: China, Japan, and the

West. Published online in Wiley Inter Science (www.interscience.wiley.com).© 2009 Wiley Periodicals, Inc. , DOI: 10.1002/tie.20263

- Mili, S.,(2004).Prospectfor Olive Oil Marketing in Non-Traditiona lMarkets. *AIEA2 International Conference, Sustainable Development and Globalisation of Agri-Food Markets, Leval Oniversity, Québec, Canada.*
- Özden, F., (2006). Türkiye'nin Zeytinyağı Dış Ticareti, Uygulanan Politikalar, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri . Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Tan, M., Çelikel, T., N., (2003). Avrupa Birliği'nin Zeytinyağı Politikası, Türkiye'deki Uyum Çalışmaları ve Tarıfın Rolü. Türkiye 1. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, TEAE Yayını, 112, 160-180, Ankara.
- Ülkü, E. S., (2006). Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası Reformları. İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İKV: 193,29, İstanbul.
- Tablo 1, International Trade Center, Ülkeler Bazında Türkiye'nin Saf Zeytinyağı İhracat Rakamları, Erişim Tarihi: 08.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)
- Tablo 3, AB'nin Saf Zeytinyağın İthalatında Türkiye'ye Uyguladığı Vergi Oranı Erişim Tarihi: 15.12.2014, <http://old.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:321:0007:0010:EN:PDF>
- Tablo 4, International Trade Center, Tunus ve Türkiye'nin Saf Zeytinyağı İhracat Fiyatlarının Karşılaştırılması, Erişim Tarihi: 11.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)
- Tablo 5, International Trade Center, Türkiye'nin Zeytinyağı İhracat Rakamları, Erişim Tarihi: 09.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)
- Tablo 7, International Trade Center, Amerika'nın Saf Zeytinyağı İthalat Fiyatları, Erişim Tarihi: 10.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)
- Tablo 6, International Trade Center, Dünya Zeytinyağı İthalat Rakamları, Erişim Tarihi: 09.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx)
- Tablo 8, US International TradeCommission, ABD'nin Türkiye'ye Uyguladığı Vergi Oranı, Erişim Tarihi: 11.12.2014, [http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff\\_current.asp](http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff_current.asp)
- Tablo 9, International Trade Center, ABD'de Fiili Olarak Saf Zeytinyağı İthalatı Yapan Firmalar ve Detayları, Erişim Tarihi: 11.12.2014, [http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff\\_current.asp](http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff_current.asp)
- Tablo 10, International Trade Center, AbouWalid International Firmasının Konşimentosu, Erişim Tarihi: 11.12.2014, [http://www.trademap.org/Country\\_SellProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SellProductCountry_TS.aspx)