

## KÜRESEL GELİŞMELER IŞIĞINDA DÜNYA ŞARAP TİCARETİ VE TÜRKİYE ŞARAPÇILIĞI

Türker DÖLEKOĞLU<sup>1</sup>

Taner KIRAL<sup>2</sup>

### Özet

Bu tebliğde şarap sanayiinde giderek artan küreselleşmeyi yönlendiren faktörleri değerlendirmek, Eski ve Yeni Dünya Üreticilerinin mevcut pozisyonlarını irdelemek ve Türkiye şarapçılığı ile ilgili çıkarımlarda bulunmak amaçlanmıştır.

Eski ve Yeni Dünya ülkelerinin rekabet pozisyonları ve tüketim yapısı son yıllarda hızlı bir şekilde değişmiştir.

Türkiye şarap endüstrisi, üretim alanı, uygun iklim ve toprak yapısı açısından büyük potansiyele sahiptir. Buna karşın üretilen üzümlerin sadece %2'si şaraba işlenmektedir. Uygun pazarlama stratejilerinden yoksun olduklarının farkında olan şarap üreticileri dış pazarlara girişte zorluklarla karşılaşmaktadır.

Mevcut durumda Yeni Dünya Ülkeleri küreselleşen şarap sanayiinin yarattığı olanaklardan ve bu küreselleşmeyi yönlendiren faktörlerden daha iyi yararlanmaktadır. Türkiye bu gelişmeleri iyi analiz edip, durumunu iyileştirmek için stratejiler geliştirmeli, yeni ticari koşullarda konumunu güçlendirmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Şarap Sanayii, Dünya Ticareti, Uluslararası Rekabet

## WORLD WINE TRADE AND TURKISH WINE INDUSTRY RELATED TO THE INCREASING GLOBALIZATION

### Abstract

The purpose of this paper is (1) to examine driving forces related to the increasing globalization of the wine industry, (2) to evaluate the current positions of Old and New World wine producing countries and, (3) to analyse Turkish Wine Industry.

Competitive positions and consumption patterns in Old and New World countries have changed radically and rapidly in recent years.

<sup>1</sup>Doktora Öğrencisi, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, tel: 312 287 33 60/1337 e-posta: turker.dolekoglu@tarim.gov.tr

<sup>2</sup>Prof.Dr., Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, tel: (312) 596 1708 e-posta: Taner.Kiral@agri.ankara.edu.tr

Turkey's wine industry has huge potential: the world's fourth largest acreage of vineyards and a good climate and soil conditions. However, only two percent of all the grapes grown in Turkey go into the production of wine. Turkish wine producers have found it difficult to enter the foreign markets, but also recognize they lack an appropriate marketing strategy.

New World countries are currently positioned better to capitalize on the opportunities created through industry globalization. The Turkish wine industry must now assess its situation and develop strategies to improve the status of its product and position itself to grow in the new commercial environment.

**Key Words:** Wine Industry, World Trade, International Competition

## 1. GİRİŞ

Uluslararası Bağcılık ve Şarap Organizasyonu verilerine göre son yirmi yılda dünya şaraplık üzüm üretim alanlarında gerileme yaşanmaktadır. Toplam alan 8.9 milyon hektardan 7.9 milyon hektara gerilemiştir. Bu alanların yaklaşık 3.4 milyon hektarı AB ülkelerini kapsamaktadır. Toplam şaraplık üzüm alanlarının %57'si Avrupa kıtasında, %22'si Asya, %13'ü Amerika, %5'i Afrika ve %3'ü Okyanusya kıtasındadır (Anonim, 2007).

Alan bazında öne çıkan ülkeler ise İspanya, Fransa ve İtalya'dır. Üzüm üretimindeki kıtalar arası dağılıma bakıldığında %46 Avrupa, %25 Asya ve %20 Amerika'nın pay aldığı görülmektedir.

Yaş üzüm ithalatının %60'ı Avrupa ve %27'si ABD tarafından gerçekleştirilmektedir. İhracatta ise %45 ile ABD birinci sırada ve %36 ile Avrupa ikinci sıradadır.

Yaş üzüm tüketimi incelendiğinde Asya kıtasının %55 ile ilk sıraya yerleştiği görülür. Bu durum nüfus yapısından kaynaklanmaktadır.

Dünya şarap üretimi 1980'lerin ortalarına kadar 300 milyon hektolitreye (hl) civarlarında iken son yıllarda 280 milyon hl'ye gerilemiştir. Üretimin %69'u Avrupa'da, %17'si Amerika kıtasında gerçekleştirilmektedir (Anonim, 2007).

Şarap tüketimi son yıllarda 240 milyon hl dolaylarında seyretmektedir. Bu tüketimin %67'si Avrupa kıtasında ve %20'si Amerika kıtasında gerçekleşmektedir. Kişi başına tüketimde başı çeken ülkeler Fransa (55 litre), İtalya (47 litre) ve İspanya (33 litre)'dir. Ancak tüketim ve üretim arasındaki farkın tamamı arz fazlalığı olarak algılanmamalıdır. Üretilen şarabın bir kısmı da endüstriyel olarak ( brendi, vermut vb. üretimi) için kullanılmaktadır. Büyük üretici ülkeler aynı zamanda önde gelen tüketici ülkelerdir.

Bu tüketim yapısı ithalat yapısı üzerinde de etkilidir. 2006 yılı Uluslararası Bağcılık ve Şarap Organizasyonu verilerine göre 79 milyon

hektolitre dolaylarında olan toplam dünya ithalatının %76'sı Avrupa tarafından gerçekleştirilmektedir. Son yıllarda ithalatta öne çıkan ülkeler Almanya, İngiltere, ABD ve Rusya'dır (Anonim, 2007).

Toplam dünya ihracatının %70'i Avrupa tarafından gerçekleştirilmektedir. 1980'li yıllarda dünya şarap ihracatından en büyük payı İtalya, Fransa ve İspanya alıyordu. Avustralya ve Yeni Zelanda ile Güney Amerika'nın payı ise sadece %0,4'ler civarında idi. Son yıllarda eski dünya ülkeleri göreceli olarak üstünlüklerini korumaktaysalar da yeni dünya ülkelerinin toplam ihracattan aldıkları pay %25'lere yaklaşmıştır.

## 2. ÇALIŞMANIN AMACI

Son 30 yılda uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi yönünde atılan adımlar ve tüketim yapısındaki değişimler ülkelerin pazar stratejilerinde de büyük değişimlere yol açmıştır. Buna paralel olarak dünya şarap piyasası da büyük değişimlere uğramaktadır. Türkiye yaklaşık 530 bin hektar bağ alanı ile dünyada önemli bir üzüm üreticisidir. Son yıllarda yabancı menşeli çeşitlerin girmesi ile şaraplık üzüm üretimine ve modern bağ tesislerine artan bir ilgi gözlenmektedir. Fiyat avantajı ve sanayii talebi nedeniyle yerli çeşitler yerini hızla yabancı menşeli çeşitlere bırakmaktadır. Bu çalışmada konu ile ilgili ulusal ve uluslararası alanda yapılmış diğer çalışmalar, raporlar ve istatistik verileri kullanarak, güncel ulusal ve uluslararası gelişmeler, Türkiye bağıcılığı ve şarap sanayii açısından değerlendirilmiştir. Makalede Türkiye ve Dünyada şarap sanayii açısından önemli gelişmeler ve sorunlar irdelenmiş genel bir değerlendirme ile sonlandırılmıştır.

## 3. TÜRKİYE'DE ÜZÜM VE ŞARAP

Türkiye'de bağ alanları 1980'li yıllardan günümüze alan bakımından bir gerileme göstermiştir. Toplam bağ alanımız 800 bin hektarlardan 550 bin hektarlara gerilemiştir (Anonim, 2007a). Bununla birlikte son yıllarda yeni bağ tesisinde yeniden bir canlanma izlenmektedir. Türkiye, yaklaşık 4 milyon ton üzüm üretimi ile İtalya (8,3 milyon ton), Fransa (6,7 milyon ton), İspanya (6,4 milyon ton), Çin (6,3 milyon ton) ve ABD (6milyon ton)den sonra 6ncı sırada yer almaktadır (Anonim, 2007a).

Son yıllarda bazı şaraplık üzüm çeşitlerinin yüksek fiyatlı olması ve özellikle bunlardan elde edilen şarapların da fiyatlarının yüksek olması bağcılarının, şarap üreticilerinin ve özellikle de sektör dışındaki girişimcilerin dikkatini çekmiş ve bu yönde yatırımlara teşvik etmiştir. Çelik ve ark.(2005) tarafından yapılan çalışmaya göre ülkemizin hemen her yöresinde son yıllarda butik şarapçılığa ve buna yönelik bağ tesislerine karşı da yoğun sayılabilecek bir ilgi gözlenmektedir. Aynı çalışmada ülkemiz yaş üzüm üretiminin yaklaşık olarak %40'ının çekirdeksiz ve çekirdekli kurutmalık.

%30'unun sofralık, %28'inin şıralık, %2-3'ünün ise şaraplık olarak değerlendirildiği kabul edildiği belirtilmektedir. Yıllık üretimin yaklaşık olarak %75'i yurt içinde tüketilmektedir. Bu durum, Türkiye bağıcılığının içe dönük bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Sektörün en zayıf yönünü oluşturan, ülke genelinde alan ve çeşit olarak çok küçük parsellere bölünmüşlük, küçük aile işletmeciliğinin yoğunluğu, mevcut potansiyelin değerlendirilmesini engellemekte, yeniliklerin ulaştırılmasında, yaygınlaştırılmasında büyük bir engel oluşturmaktadır.

Dokuzuncu Kalkınma Planı İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporuna göre Türkiye şarap üretim sektörü, özellikle son on yıl içinde hızla modern şarap teknolojisi uygulamaları içine girmiştir. Yüksek üretim kapasiteli firmaların hemen hemen tamamında, ABD, AB ve diğer rakip ülkelerde şarap üretiminde kullanılmakta olan en son üretim teknolojileri kullanılmaktadır. Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) verilerine göre 2007 yılı sonu itibariyle sektörde 9 tanesi akde bağlı firma olarak çalışan 101 firma bulunmaktadır. Söz konusu firmaların Trakya, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde, il bazında ise, Tekirdağ, Nevşehir, İzmir ve Denizli'de yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte, sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük çoğunluğu sofralık şarap üreten ve kapasitesi düşük olan firmalar olup, bu firmaların bir kısmında teknoloji uygulaması zayıf kalmaktadır. Şarap Sanayicileri Derneğince, son iki yıl itibariyle gerçek yıllık üretim miktarının TAPDK'na bildirilen değer üç katının üzerinde bir değer olduğu tahmin edilmektedir. Kayıtlı üretim miktarı 30 milyon litre civarındadır. Diğer yandan Dokuzuncu Kalkınma Planı İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporunda yapılan projeksiyona göre 2013 yılında toplam şarap üretimimiz 140 milyon litreye yaklaşacaktır.

Türkiye'de şarap ithalatı, 2001 yılında 4619 sayılı Kanunla 4250 sayılı Kanun'da yapılan değişiklikle devlet monopolün kaldırılmasına kadar devlet eliyle sınırlı miktarda yapılmıştır. Monopolün kaldırılmasına ilişkin 4250 sayılı Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan mevzuatla alkollü içki ithalatı tamamen serbest kalmıştır. Bu tarihe kadar kontrollü olarak çok az miktarda ithal edilen şarap değer olarak 2003 yılından sonra hızla artarak 2006 yılında 3 milyon dolarlar civarına yaklaşmıştır. Dokuzuncu Kalkınma Planı İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporunda yapılan projeksiyona göre önümüzdeki yıllarda şarap ithalatının 3 milyon dolarlar düzeyinde kalması beklenmektedir. Şarap ihracatımız ise son yıllarda 8-9 milyon dolarlar civarında seyretmektedir. Yine Özel İhtisas Komisyonu Raporunda yapılan projeksiyona göre 2013 yılında toplam şarap ihracatımız 10 milyon dolar düzeyinde beklenmektedir.

### 3.1 SEKTÖRÜN TEMEL SORUNLARI

Yaratılması olası katma değer açısından değerlendirildiğinde yüksek potansiyeline rağmen Türkiye şarap üretimine gerekli önemi vermemiştir. Bu durum bir yandan şarap kültürünün olmaması ile açıklanırken diğer yandan sektörün yıllardır içinde bulunduğu sorunlara çözüm üretilmemesinin de bir sonucu olduğu açıktır. Bu bölümde daha önce yapılmış çalışmalarda sektörün sorunları ile ilgili kısımlardan derlenen bir özet yapılmıştır.

Durgut ve Akyol ve ark.,2004 yaptıkları çalışmada Uluslararası alkollü içkiler pazarında yaşanan yüksek rekabet dolayısıyla, şarap ve şarap pazarlama ile ilgili uygulamalarda büyük ve hızlı değişiklikler olmakta, bu da şarap sektöründeki şirketlerin pazarlama uygulamalarının, üretim becerileri ile uyumlaştırılması ve geliştirmesi gereğini belirtmişlerdir. Bu gelişmeler ışığında Türk şarap sektörü incelendiğinde, ülkede büyük bir potansiyel olmasına karşılık, bu potansiyele uygun bir organizasyon yapısı ve işleyişi tam anlamıyla gerçekleştirilememektedir. Bu nedenle ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım açısından uygun ve gerekli organizasyonun oluşturulması ve daha profesyonel bir yapılaşma gerektiğini belirtmektedir.

Arın 2005, Trakya Bölgesi için yaptığı çalışmada bağcılık yapanların önemli kısmının geleneksel yetiştiricilik yöntemini uygulaması, bağcılıktaki yeni teknik ve teknolojik gelişmelerle bunların kullanımında oldukça yetersiz kaldığını vurgulamaktadır. Öte yandan Çelik ve ark., (1998) tarafından bölge için yapılan çalışmada bölgenin Avrupa pazarına yakın oluşu, gerek sofralık üzüm, gerek şarap ihracatı açısından önemli bir avantaj olduğu belirtilmektedir.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından 2005 yılında sektör paydaşları ile birlikte hazırlanan Şarap Ortak Piyasa Düzeni alt çalışma grubu raporu (Anonim, 2005) da AB ile ilgili bir değerlendirmeye yer vermektedir. Ülkemiz, AB'ne üyelik sürecinde "2003 Ulusal Programı" ile AB Şarap Ortak Piyasa Düzenine uyumu taahhüt etmiştir. Tam üyeliğin gerçekleşmesinin en az on yıl alacağı öngörülmektedir. Bu süre zarfında, bir yandan şarapçılık sektörünün Şarap Ortak Piyasa Düzenine uyumlu hale getirilmesi için gerekli olan hukuki ve idari alt yapının sağlanmasına yönelik çalışmalar yürütülürken, diğer yandan bu ülkemiz şarap sektörünün güçlendirilerek, rekabet gücünün artırılması ve AB üyesi ülke şarapçılığı ile rekabet edebilir hale getirilmesini sağlayacak çalışmaların yapılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından koordine edilen İçki Sanayii Özel İhtisas Alt Komisyonu Raporunda şarap sanayinin sorunları sektörün tüm

paydaşları ile birlikte geniş olarak değerlendirilmiştir. Ülkemiz bağ alanlarının henüz kayıt altına alınmamış olması şarapçılığın gelişimini engelleyen en önemli sorunlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bağ alanlarının yer aldıkları bölgenin klimatolojik şartları ve toprak yapısının bilimsel incelemesinin tamamlanmaması nedeniyle, kalite şaraplık üzüm üretimlerine yönelik bir sınıflandırma yapılamamasıdır. Hangi bölgede hangi üzümün yetişeceği, bağ kurma ve bakım yöntemleri, üretim usulleri, hektar başına verim gibi unsurlar belirlenmediğinden, şarapçılığı ciddiye alan her ülkenin benimsediği “Kökene Kontrollü İsimlendirme Sistemi”nin uygulanmaması ülkemiz şaraplarının özellikle dış piyasada belirli bölge kalite şarapları ve coğrafi işarete sahip sofr şarapları karşısında rekabet gücünü zayıflattığı belirtilmektedir. Dış pazarda karşılaşılan güçlüklerin yanı sıra, sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen en önemli unsurun kayıt dışılık ve buna bağlı kayıtlı firmalar aleyhine gerçekleşen haksız rekabet olduğu düşünülmektedir. Sektörde kayıtlı faaliyet gösteren firmalar, kayıt dışı üretimle rekabet etmeye çalışırken, aynı zamanda liberalleşen alkollü içki piyasamıza, çeşit ve miktarları gün geçtikçe artan, ekonomik anlamda her kesime hitap edebilecek farklı fiyatlara sahip ithal kalite şarap ve sofr şarabı ile de rekabet etmeye çalışmaktadır. Ayrıca, “Özel Tüketim Vergisi” oranlarında yapılan artışlar ve bu oranların çok yüksek olması sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen etkenlerin başında gelmektedir.

#### 4. ÖNEMLİ DÜNYA ÜLKELERİNDE DURUM

Avrupa Birliğinde toplam şarap üretimi son 10 yıldır 170-180 milyon hektolitreye civarında seyretmektedir (Anonim, 2007a). 1996 yılında 35 milyon hektolitreye olan ihracat miktarı 2006 yılında 53 milyon hektolitreye yükselmiştir. İthalat daha çok Danimarka, İngiltere, Hollanda, ve Fransa tarafından yapılmaktadır. Aynı dönemde ihracat ise 12-15 milyon hektolitreye dolaylarında gerçekleşmiştir. Fransa, İtalya ve İspanya ihracatta lider ülkelerdir. Son 10 yılda iç tüketim artmaktadır ancak bu artış büyük ölçüde yeni üyelerden kaynaklanmaktadır. En çok tüketen ülkeler Fransa (31 milyon hektolitreye), İtalya (25 milyon hektolitreye), Danimarka (19 milyon hektolitreye), İspanya (13 milyon hektolitreye) ve İngiltere (13 milyon hektolitreye)'dir. Tüketim 130-140 milyon hektolitreye civarında seyretmektedir. Önemli bir trend tüketimin sofr şaraplarından kaliteli şaraplara kaymış olmasıdır. Nitekim 1980 yılında 26 milyon hektolitreye kaliteli şarap tüketimi ve 93 milyon hektolitreye sofr şarabı tüketimi gerçekleşirken, 2006 yılında kaliteli şarap tüketimi 61 milyon hektolitreye yükselmiş ve sofralık şarap tüketimi 59 milyon hektolitreye düşmüştür. Tüketimdeki bu trend üretime de yansımış 1980 yılında 29 milyon hektolitreye olan kaliteli şarap üretimi 2006

yılında 70 milyon hektolitreye çıkmış, sofrı şarap üretimi ise 125 milyon hektolitreden 86 milyon hektolitreye düşmüştür (Anonim, 2007b)

Toplam dünya şarap ticaretinden aldıkları payda da gerileme yaşanmaktadır. AB'de 5 lider üretici ülkenin toplam dünya ticaretinden aldığı pay 1980'lerde %75 civarında iken 2006 yılı payları %62'lere düşmüştür (Anonim, 2007).

Küresel rekabetin kızışması ile önemli üretici ülkeler özellikle Avrupa Birliği bir dizi önlem almak durumunda kalmıştır. AB'nin hem kendi içindeki gelişmeler hem de uluslararası alanda yeni ve güçlü rakiplerinin olması önemli bir strateji değişikliğini zorunlu kılmıştır. 2008 yılı Ağustos ayında yürürlüğe girecek düzenlemeler ile temelde; AB şarap üreticileri arasındaki rekabeti artırarak kaliteyi ön plana çıkarmak ve böylece AB şaraplarının dünyanın en kaliteli şarapları olmasını sağlamak, ayrıca mevcut yasal düzenlemeleri daha sadeleştirerek iç piyasa arz ve talebini kontrol etmek, şarap üretimi ile kırsal kalkınma ve çevreye uyum konusunu amaçlanmaktadır. Ayrıca reformla üretim fazlalığını ve rekabet gücü olmayan şarapları ortadan kaldıracak ve üç yıllık bir plan yoluyla şarap sektörü yeniden yapılandırılacaktır. Kriz damıtması ve alkol damıtması için ayrılan para yardımları zaman içinde kaldırılırken üçüncü ülkelerde şarap tanıtımı, yenilikçilik ve üzüm bağlarının modernleştirilmesi gibi önlemlere destek verilecektir. Reform 1 Ağustos 2008 tarihinde yürürlüğe girecektir(Anonim 2007f).

2007 yılı ihracat geliri yaklaşık 3 milyar dolara yaklaşan Avustralya dünya pazarında giderek daha rekabetçi bir konuma yükselmektedir. 9,85 milyon hektolitreye üretimi, 165 bin hektarı verimde ve 175 bin hektar yeni tesis şaraplık üzüm üretim alanı ile önemli ülkelerden birisidir. Şarap sektörü ihracat geliri ülke tarımsal ihracatından buğday ve etin ardından üçüncü sırada gelmektedir. 2007 yılında 7,85 milyon hektolitreye ihracat gerçekleştirilmiştir. En önemli ihraç pazarı İngiltere'dir. Hollanda, İrlanda, Danimarka, Finlandiya ve Belçika diğer önemli pazarlarıdır. Toplam ihracatın %70'e yakın kısmı şişelenmiş olarak yapılmaktadır. İhracatın yaklaşık %50'si Fosters ve Hardy firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Avustralya'da sıcak iklim ve serin iklim olarak iki temel üretim bölgesi vardır. İki farklı iklim kuşağına sahip olması önemli bir avantajdır. Bağların %42'si Güney Avustralya'da yer almaktadır. Şaraplık üzümlerinin %52'si kırmızı çeşitlerden oluşmaktadır.

Diğer yandan Avustralya'da 2005-2006 sezonunda 21 milyon hektolitreyi bulan stokların 2007 yılında kuraklık etkisi ile meydana gelen üretim düşüşünün ardından 17 milyon hektolitreye düşmesi beklenmektedir (Anonim, 2007c).

Yeni Zelanda 1980 yılında 0,4 milyon litre olan ihracat miktarını 2007 yılında 760 bin hektolitreye taşımayı başarmıştır. İhracat geliri ise 700 bin dolarlardan 2007 yılında yaklaşık 700 milyon dolara ulaşmıştır. Yeni Zelanda şarap üretimi 2007 yılı için 1,5 milyon hektolitreye beklenmektedir. Son 10 yılda üzüm üretim alanını 7500 hektardan 24600 hektara çıkarmıştır. Kişi başına tüketimin 12 litre olarak tahmin edildiği Yeni Zelanda'da üretimin %50'si ihraç edilmektedir. İhracatının çok büyük kısmını İngiltere, Avustralya ve ABD'ye gerçekleştirmektedir. Özellikle ABD ve İngiltere pazarında tanıtım maliyetine katlanıp Pazar paylarını artırmaktadırlar. 2010 yılı ihracat gelir hedefleri 1 milyar dolar ve 2015 yılın hedefleri ise 2 milyar dolardır. En çok ihraç edilen şaraplar, Sauvignon Blanc, Pinot Noir, ve Chardonnay Blend çeşidi üzümlerden elde edilenlerdir. İthalatı ise yaklaşık 44 milyon litredir ve %90'ı Avustralya'dan gerçekleştirilmektedir (Anonim, 2007d).

1996 yılında yaklaşık 16 milyon hektolitreye olan ABD şarap üretimi 2006 yılında 23 milyon hektolitreye yükselmiştir. Bu şarapların %90'ından fazlası Kaliforniya Eyaletinde üretilen üzümlerden elde edilmektedir. Toplam şaraplık üzüm alanı 400 bin hektar civarındadır. ABD dünya pazarı için aynı zamanda önemli bir ihraç noktasıdır. ABD'de şarap tüketimi yavaş ama kararlı bir şekilde artmaktadır. 1980'lerde 15-16 milyon hektolitreye olan tüketim 2006 yılında 24 milyon hektolitreye ulaşmıştır. 2007 yılı ihracatları 4,5 milyon hektolitreye gerçekleşmiştir. İhracat gelirleri ise 1 milyar dolara yaklaşmaktadır. İhracatın yarısından fazlası AB ülkelerine yapılmaktadır. (Anonim, 2007e).

1,3 milyon ton üzüm üretimi ile 8. en büyük üretici olan Güney Afrika Cumhuriyeti yaklaşık 700 milyon litre şarap üretmektedir. Bu şarapların %65'i beyaz çeşitlerden üretilen şaraplardır. 1992 yılında 210 bin hektolitreye olan ihracatını 2007 yılında yaklaşık 2,7 milyon hektolitreye çıkarmıştır. Bu sayede dünyanın 9. büyük ihracatçısı pozisyonuna yükselmiştir. Temel ihraç pazarları İngiltere, Almanya ve Hollanda'dır (Anonim, 2007e).

Şili'de şaraplık üzüm üretim alanları son 8 yılda %70 artmıştır. Şili de üzüm ve şarap üretiminde sübvansiyon yoktur. Ancak Şili şarap üreticileri kendi tanıtımlarını özellikle ABD pazarında yoğun şekilde tek çatı altında toplanarak gerçekleştirmektedir.

Yaklaşık 8 milyon hektolitreye üretimi ile Şili dünya pazarında yer almaya başlamıştır. Ancak üretimin çok büyük bir oranı sofraya şarabı kategorisindedir. Toplam dünya şarap üretiminde %3'lük bir pay almasına rağmen toplam dünya ihracatından aldığı pay %8 civarındadır. Üretimin yaklaşık %60'ı ihraç edilmektedir (Anonim, 2007e).



## 5. KÜRESEL GELİŞMELER

Şarapta dünya piyasasını yönlendiren temel faktörler dünya çapında yüksek üzüm arzı, üretici, dağıtıcı ve perakendeci ilişkileri ve tüketici tercihlerindeki kaymaklar olarak belirtilmektedir. Nitekim ABD dışındaki tüm büyük üretici ülkelerde üretim tüketimin üstündedir. Yeni tüketicilerin çok büyük bir kısmı kendini şarap konusunda eğitimsiz olarak tanımlamaktadır. ABD'de 20 büyük toptancı şarap dağıtım pazarının %70'ini kontrol etmektedir. Yapılan tahminlere toplam şarap satışlarının %60-%80'i süpermarketler aracılığı ile gerçekleştirilmektedir (Castaldi ve ark. 2006 ve Szabo, 2006).

En büyük tüketim merkezlerinden birisi olan ABD'ye şarap satışı bir çok açıdan küçük ölçekli üreticiler açısından zorlaşmaktadır. Küçük ölçekli üreticiler, kendilerine uygun dağıtıcı ile ilişki kurabilmek için ürünlerini büyük maliyetli tanıtım fuarlarında tanıtmak gibi bir zorunlulukla karşı karşıyadır (Choletti, 2006).

Kısa dönemde dünya toplam şaraplık üzüm üretim alanlarında artış beklenmemektedir. Tüketim de son 10 yılda oldukça sabit bir seyir izlemektedir. Dünyada genel tüketim yapısı düşünüldüğünde bunun kısa dönemde değişmesi de beklenmemektedir. Geleneksel tüketicilerde ve yeni tüketicilerde de şarap içiciler emeklilik yaşlarına yaklaşmaktadır. Emeklilik durumu daha düşük bir gelir ifade ettiği için tüketimde azalma değilse de artış beklenmiyor. Genç tüketiciler ise diğer içeceklere yönelmiş durumda. ABARE tarafından yayınlanan rapora göre yapılan çalışmalarda şarap tüketimi üzerinde gelir pozitif 65 yaş üstü nüfus ve fiyatlar negatif etkili olmaktadır. Ancak bu göstergeler her durumda geçerli olduğunu söylemek olanaklı değildir. Nitekim İspanya, Fransa ve İtalya'da kişi başına şarap tüketimi son 10 yıldır yavaş da olsa azalma trendinde ancak bu ülkelerde kişi başına gelirler artıyor (Anonim, 2007c).

Son yıllarda tüm dünyada üzüm ve şarap üretiminde genişleme söz konusu ancak atlanılmaması gereken bir ayrıntı benzer üzüm ve şarap çeşitlerinde dünyanın her yerinde benzer popülerlik yakalanmıştır (Anonim, 2007c).

## 6. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Son 30 yılda uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi yönünde atılan adımlar ve tüketim yapısındaki değişimler ülkelerin pazar stratejilerinde de büyük değişimlere yol açmıştır. Buna paralel olarak dünya şarap piyasası da büyük değişimlere uğramaktadır.

Hem AB ile uyum süreci hem de yukarıda kısaca sözü edilen gelişmeler, tüm dünyada benzer çeşitlere yapılan yatırımlar, ticaretin giderek serbestleşmesi ve artan uluslararası rekabet önümüzdeki yıllarda yatırımların

ve şarap sanayiinin geleceği ile ilgili avantajlar ve riskleri de beraberinde getirmektedir.

Türkiye üzüm üretimine elverişli alanı açısından artan dünya ticaretinden daha yüksek paylar almaya aday ülkeler arasında yer almasına karşın küçük aile işletmeciliği, aynı kalitede ve miktarda arz, kayıt dışı üretim ve maliyet açısından dezavantajlar taşımaktadır. Karşı karşıya olduğumuz bir diğer zorluk ise Yeni Dünya üreticilerinin hızla değişen tüketici tercihlerinin yönlendirici olduğu esnek bir üretim yapısının mı yoksa üyesi olma yolunda ilerlediğimiz AB'nin tüketici tercihlerinden bağımsız olarak kaliteyi ve bölgesel nitelikleri öne çıkaran üretim stratejisinin mi benimseneceği noktasında karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşme ve onun getirdiği zorunluluklar şarap pazarını etkilemeye devam edecektir. Bazı ülkeler bu durumdan avantajlı çıkacaklardır. İç pazarın yapısı, büyüme potansiyeli, ölçek ekonomisi ve sektördeki gelişmelere adaptasyon kapasitesi faktörler Türkiye'nin dünya şarap pazarından bundan sonraki yıllarda alacağı payı da etkileyecektir. Mevcut durumda Yeni Dünya Ülkeleri küreselleşen şarap sanayiinin yarattığı olanaklardan ve bu küreselleşmeyi yönlendiren faktörlerden daha iyi yararlanmaktadır. Türkiye bu gelişmeleri iyi analiz edip, durumunu iyileştirmek için stratejiler geliştirmeli, yeni ticari koşullarda konumunu güçlendirmelidir.

## KAYNAKLAR

- Akyol, A. Azabağaoğlu, Ö.2004. "Şarap Sektörünün Pazarlama Karması Elemanları Açısından İncelenmesi" Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt: 4 Haziran 2004
- Anonim, 2000, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: "İçki Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu" DPT, 2000, Ankara, <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/oik543.pdf> sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 10.03.2008
- Anonim, 2005, Ortak Piyasa Düzeni Raporu, 2005, "Şarap Ortak Piyasa Düzeni Alt Çalışma Grubu Raporu" Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayını
- Anonim, 2007, "State of the Vitiviniculture World Report in 2006" by the Director General of The International Organisation of Vine and Wine [http://news.reseau-concept.net/images/oiv\\_uk/Client/DIAPORAMA\\_STATISTIQUE\\_Budapest\\_2007\\_EN.pps](http://news.reseau-concept.net/images/oiv_uk/Client/DIAPORAMA_STATISTIQUE_Budapest_2007_EN.pps)
- Anonim, 2007a, <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567> sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 31.03.2008
- Anonim, 2007b, <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/facts/consump.pdf> sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 03.04.2008.
- Anonim, 2007c, "Wine Industry Outlook to 2011-2012" [http://www.abareconomics.com/interactive/ac\\_mar07/pdf/wine.pdf](http://www.abareconomics.com/interactive/ac_mar07/pdf/wine.pdf) sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 11.04.2008
- Anonim, 2007d, "New Zealand Winegrowers Annual Report" [http://www.nzwine.com/assets/Annual\\_Report\\_2007\\_FA.pdf](http://www.nzwine.com/assets/Annual_Report_2007_FA.pdf) sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 12.04.2008

- Anonim, 2007e, "World Wine Situation and Outlook" [http://www.fas.usda.gov/agx/ISMG/Global %20 Wine%20Report%20 Final%20Aug2006.pdf](http://www.fas.usda.gov/agx/ISMG/Global%20Wine%20Report%20Final%20Aug2006.pdf) sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 13.04.2008
- Anonim, 2007f [http://europa.eu/rapid/pressReleases Action.do? reference= IP/07/1966& format= HTML&aged= 0&language=EN&guiLanguage=tr](http://europa.eu/rapid/pressReleases_Action.do?reference=IP/07/1966&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=tr) sayfasından alınmıştır
- Anonim, 2007g, Dokuzuncu Kalkınma Planı: İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu. <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/tutun/oik677.pdf> Erişim tarihi: 31.03.2008
- Castaldi, R., Cholette, S., Hussain, M. 2006 "A Country-Level Analysis Of Competitive Advantage In The Wine Industry" Working Paper, [http://ageconsearch.umn.edu/bitstream /123456789/ 21266/1/ wp060002.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/123456789/21266/1/wp060002.pdf) sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 27.03.2008
- Cholette, S. 2006., "Global Match: Helping Small Wineries Gain Access to Markets Worldwide" [http:// agecon.lib.umn.edu /cgi-bin/pdf \\_view.pl?paperid=23246&ftype=.pdf](http://agecon.lib.umn.edu/cgi-bin/pdf_view.pl?paperid=23246&ftype=.pdf) sayfasından alınmıştır. Erişim tarihi: 28.03.2008
- Çelik, H., Ağaoğlu, Y. S., Fidan Y., Marasalı, B., Söylemezoğlu, G. 1998. Genel Bağcılık Sunfidan Mesleki Kitaplar Serisi: I, 253 s, Ankara
- Çelik, H., Çelik, S., Kunter, B. M., Söylemezoğlu, G., Boz, Y., Özer, C., Atak, A., 2005. Bağcılıkta Gelişme ve Üretim Hedefleri. VI. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi 3-7 Ocak 2005, Ankara.
- Durgut M. ve Arın, S., 2005 "Trakya Yöresi Bağcılığının Mekanizasyon Düzeyi ve Sorunları" Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 2(3)
- Zsabo, Z., Szeles, Z., 2006. "Analysing Wine Buying Behaviour in Hungarian Hypermarkets" Poster paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists Conference, Gold Coast, Australia, August 12-18.