
**Proje Adı: Ezine Süt ve Süt Ürünlerinin İhracat
Potansiyelinin İncelenmesi ve Uluslararası
Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi**

Projenin Başlangıç Tarihi: 13.09.2021

Projenin Bitiş Tarihi: 13.02.2023

Projenin Bütçesi: 50.000 TL + KDV

Proje Ekibi:

Prof. Dr. Ramazan Cüneyt ERENOĞLU

Doç. Dr. Erkan BİL

Dr. Öğr. Üyesi Filiz Mutlu YILDIRIM

Öğr. Gör. Dr. Savaş GÜRDAL

Öğr. Gör. Celal Selim BİNAY

Öğr. Gör. Dr. Kadir YILMAZ

Araş. Gör. Mert İNAL

Projenin Çıkış Nedeni ve Bölgesel Önemi:

Ezine, Türkiye'nin süt ve süt ürünleri konusunda önemli bir markasıdır. Bu proje, Ezine'nin uluslararası pazarda daha rekabetçi bir konuma gelmesini ve ihracat potansiyelini artırarak markanın uluslararası arenadaki varlığını güçlendirmeyi amaçlar.

Projenin çıkış noktası, Ezine'nin kalitesi ve ürün çeşitliliği gibi güçlü yönlerine odaklanarak, uluslararası pazarda daha geniş bir kitleye ulaşma arzusudur. Özellikle süt ve süt ürünleri sektöründe uluslararası rekabetin artmasıyla birlikte, markanın ihracat potansiyelini artırma ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Bu projenin çıkış nedenleri şöyle sıralanabilir:

Pazar Çeşitliliği ve Büyüme Fırsatları: Ezine'nin süt ve süt ürünleri, yalnızca iç pazarda değil, uluslararası arenada da talep görmektedir. Farklı ülkelerdeki tüketici tercihlerine ve ihtiyaçlarına uygun ürünlerle yeni pazarlarda büyüme fırsatları bulunmaktadır.

Rekabetçi Konum Güçlendirme: Ezine'nin kalite standartları, marka bilinirliği ve ürün çeşitliliği, uluslararası rekabette bir avantaj sağlayabilir. Bu avantajları daha etkin bir şekilde kullanarak markanın rekabetçi konumunu güçlendirmek hedeflenmektedir.

Sektördeki Büyüme ve Trendler: Süt ve süt ürünleri sektöründe yaşanan büyüme trendleri ve talep artışı, Ezine'nin uluslararası pazarda daha etkin bir şekilde yer almasını destekleyebilir.

İhracat Potansiyelinin İncelenmesi: Ezine'nin mevcut ihracat performansının değerlendirilmesi ve yeni pazarlara açılmak için stratejik adımların belirlenmesi gerekliliği proje için bir itici güç olabilir.

Bu nedenlerle, "Ezine Süt ve Süt Ürünlerinin İhracat Potansiyelinin İncelenmesi ve Uluslararası Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi" projesi, markanın uluslararası alanda daha güçlü ve etkili bir şekilde konumlanması için stratejik adımların atılmasını amaçlamaktadır.

Faaliyetler

Pazar Analizi ve Araştırma:

Uluslararası süt ve süt ürünleri pazarlarının detaylı bir şekilde incelenmesi.

Hedeflenen ülkelerdeki tüketici tercihleri, rekabet analizi ve pazar büyüklüğünün değerlendirilmesi.

Ezine Ürünlerinin Değerlendirilmesi:

Mevcut Ezine ürün yelpazesinin analizi ve uluslararası pazarlara uygunluğunun incelenmesi.

Ürünlerin kalite standartları, ambalajlama, marka uyumluluğu gibi unsurların değerlendirilmesi.

İhracat Stratejilerinin Oluşturulması:

Yeni pazarlara açılma stratejilerinin belirlenmesi ve hedef pazarların seçilmesi.

İhracat potansiyeli yüksek olan ürünlerin ve segmentlerin belirlenmesi.

Tedarik Zinciri ve Lojistik Değerlendirmesi:

İhracat sürecindeki lojistik, dağıtım ve tedarik zinciri üzerine analizlerin yapılması.

Uluslararası gönderimler için gümrük prosedürleri ve taşıma süreçlerinin incelenmesi.

Performans İzleme ve Değerlendirme:

Yapılan stratejik adımların performansının izlenmesi ve değerlendirilmesi.

Hedeflenen pazarlarda elde edilen başarıların ölçülmesi ve raporlanması.

Sonuçların Raporlanması:

Proje sürecinin sonuçlarının detaylı bir şekilde raporlanması ve sunulması.

İhracat performansı, pazarlama stratejilerinin etkisi ve önerilen iyileştirmelerin paylaşılması.

İyileştirme ve Gelecek Planları:

Elde edilen sonuçlara dayanarak gerekli iyileştirmelerin belirlenmesi.

Gelecek dönem stratejilerinin oluşturulması ve proje sonuçlarının üzerine inşa edilmesi.

Sonuç ve Öneriler:

Dünya genelinde ve ülkemizde vazgeçilmez besin kaynaklarından biri olan süt ve süt ürünleri artan pazar talepleri nedeniyle tarımsal alanda geniş bir üretim payına ulaşmıştır. Süt ve süt ürünleri üretimi ülkemizde bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Dolayısıyla damak tadına yönelik çok farklı lezzetler ile çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitliliğin gerçek nedeni her bölge ve yörenin kendine has sütleri, üretim teknik ve yöntemleri nedeniyle farklı aromalarla lezzetlendirilmeleridir. Farklı lezzetlerin ortaya çıkmasında kullanılan sütlerin yağ ve protein oranları, hayvanların cinsi ve beslenme koşulları, işletim koşulları, sıcaklık ve nem gibi etkenler rol oynamaktadır. Ülkemizde marka değeri taşıyan peynir çeşitlerinden bazıları şunlardır: Antep peyniri, krem peynir, Posof çeçil peyniri, Kars kaşarı, Trakya kaşarı, Ezine peyniri, Edirne peyniri, Van otlu peyniri, Golot peyniri, Erzincan tulum peyniri, Çerkez peyniri vb. (ATB, 2013). Tarımsal

Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü'nün 2022 yılında yayınladığı rapora göre; 2021'de 2020 yılına göre süt üretimi %1,3 artarak 872 milyon tona ulaşmıştır. COVID-19'un etkisiyle, ticaret kısıtlamaları yaşanmış, tedarik zincirleri kesintiye uğramış ve hükümetler tarafından küresel olarak uygulanan yasaklamalar nedeniyle 2020 yılında peynir üretim pazarında büyük sıkıntılar yaşanmıştır. Dünya genelinde uygulanan COVID-19 tedbirlerinin sonucu üretime de yansımış ve 2021 yılında bir önceki yıla göre dünya peynir üretimi %1,5 artarak 24,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Dünya yağlı süt tozu (WMP) üretim miktarı 2021 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %2,4 oranında artarak 5,4 milyon ton, dünya yağsız süt tozu (SMP) üretim miktarı ise 2021 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %3,4 oranında artarak 4,6 milyon ton olmuştur. Dünya genelinde 2021 yılında bir önceki yıla göre %1,4 oranında artış göstererek ortalama 12 milyon ton tereyağı üretimi gerçekleştirilmiştir (TEPGE, 2022).

Çanakkale, Türkiye'nin süt ve peynir üretiminde önemli bir rol oynamaktadır. 2016 yılı verilerine göre, büyükbaş süt üretiminde %2,88'lik bir paya sahip olan Çanakkale, küçükbaş süt üretiminde ise %3,91'lik bir pay almıştır. Ayrıca, 39.874 ton keçi sütü üretimiyle Türkiye genelinde ilk on il arasında yer almıştır.

Özellikle Ezine Peyniri, Kazdağları'nın kuzey ve batı kesimlerindeki Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinde üretilen koyun, keçi ve inek sütlerinin belli oranlarda karıştırılmasıyla elde edilmektedir. Bu peynir, coğrafi işaretli bir ürün olarak, Çanakkale'nin doğal bitki örtüsü ve su kaynakları ile beslenen hayvanlardan elde edilen sütlerin özgün özelliklerini taşımasıyla ön plana çıkmaktadır.

Çanakkale'de süt ve süt ürünleri üretimi özellikle Biga, Yenice, Çan, Ezine ve Bayramiç ilçelerinde yoğunlaşmıştır. Bölgede 431 firma peynir, lor ve çökelek üretimi yapmaktadır. Ancak, ihracat yapan firmaların sayısı sınırlıdır, bu alanda sadece 2 firma faaliyet göstermektedir.

Son güncel verilere göre, Türkiye genelinde inek peyniri üretimi 2022'de 702.867 ton olarak kaydedilmiş, 2023'ün ilk 7 ayında ise 448.292 ton olarak gerçekleşmiştir. Koyun, keçi, manda veya karışık sütlerden elde edilen peynir üretimi ise 2022'de 19.872 ton iken, 2023'ün ilk 7 ayında 19.425 ton olarak kaydedilmiştir.

Ayrıca, Türkiye'nin süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal ve diğer hayvansal menşeli ürünler ihracatı 2023 yılı itibariyle 106.518 ton, 2022'de ise 134.713,99 ton olarak belirlenmiştir. Bu veriler, sektördeki üretim ve dış ticaretin dinamiklerini göstermektedir.

2023 yılında süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal ve diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünlerin ihracatından elde edilen 11.065.790.522 TL gelir, Türkiye'nin bu sektördeki başarı ve potansiyelini gösteren önemli bir ekonomik katkıdır. Bu yüksek gelir, Türkiye'nin bu ürünleri uluslararası pazarlarda başarılı bir şekilde pazarlayabildiğini ve dış ticarete güçlü bir konuma sahip olduğunu yansıtmaktadır.

Söz konusu ihracat geliri, Türkiye'nin süt ve hayvansal ürünler sektöründeki kalite standartlarına uygun üretim yapması, uluslararası taleplere hızlı ve etkili bir şekilde cevap vermesi, markalaşma çalışmaları ve coğrafi işaretli ürünlerin pazarlama stratejileri gibi faktörlere dayanmaktadır.

Bu veri aynı zamanda Türkiye'nin tarım ve hayvancılık alanında sahip olduğu potansiyeli ve dünya pazarlarındaki rekabet avantajını da ortaya koymaktadır. Süt ürünleri, yumurta ve diğer hayvansal menşeli ürünlerin başarılı bir şekilde ihraç edilmesi, ülke ekonomisine sağladığı katma değer ve istihdam ile önemli bir sektör olmaya devam etmektedir.

Türkiye, peynir çeşitliliği bakımından dünyanın sayılı ülkelerden biridir. Aynı zamanda sahip olduğu bu zengin potansiyeli yeterince değerlendirememektedir. Türkiye'deki 200 çeşit peynirden biri olan Ezine Peyniri için Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma Geliştirme ve Tanıtma Derneği 5 Ocak 2023 tarihinde Avrupa Birliği coğrafi işaret tescili almak için başvuru gerçekleştirmiştir. Başvuru, gerekli incelemeler yapıldıktan sonra 16 Ağustos 2023 tarihli Avrupa Birliği Resmi Gazetesi'nde yayınlanarak 3 ay süreyle askıya çıkarılmıştır. Bu 3 ay boyunca itiraz olmazsa Ezine Peyniri Avrupa Birliği coğrafi işaret tescili almış olacaktır. Bu tescili alır ise, Türkiye'nin Avrupa Birliği coğrafi işaret tescilli ilk peyniri olacaktır. Türkiye'nin Avrupa Birliği coğrafi işaret tescilli ilk peyniri olma adayı olan ve Türkiye'de büyük bir Pazar payına sahip olan Ezine Peyniri ve Ezine'de üretilen süt ve süt ürünlerinin ihracatının artması ve uluslararası pazarlarda tercih edilmesi hem Ezine süt ve süt ürünlerinin hem de Türkiye'nin marka değerini arttıracaktır. Bu bağlamda, Ezine'de üretilen süt ve süt ürünlerine yönelik uluslararası pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi büyük bir önem taşımaktadır.

Süt ve süt ürünleri için uygun uluslararası pazarlama stratejileri, ürünlerin kültürel farklılıklara, tüketici tercihlerine ve pazar koşullarına uyum sağlamak için dikkatlice planlanmalıdır. Bu bağlamda Ezine'de üretilen süt ve süt ürünlerine yönelik geliştirilen uluslararası pazarlama stratejileri şu şekildedir:

Pazar Araştırması:

Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirilirken atılabilecek ilk adım pazar araştırmasının sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesidir. Hedef pazarlarda talep ve tüketici davranışları hakkında detaylı bir pazar araştırması yapılmalı, rakip ürünler ve yerel pazar koşulları değerlendirilmelidir. Özellikle rekabet analizi gerçekleştirilerek hedef pazarlarda benzer ürünlerin performansı değerlendirilmelidir.

Marka Uyumu:

Ezine'de süt ve süt ürünleri üreten ve uluslararası pazarlara açılmak isteyen markaların öncelikle, marka konumlandırmasını kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak gerçekleştirmesi gerekmektedir. Marka ismi, logosu ve ambalajı gibi unsurlar uluslararası pazar koşulları dikkate alınarak kısa, sade ve anlaşılır olmalıdır.

Ürün Uyarlaması:

Ürünlerin, hedef pazarın lezzet, beslenme ve sağlık tercihlerine uygun hale getirilmesi uluslararası pazarlarda ürün tercihinin artmasına yol açabilir. Ayrıca, ambalaj ve tanıtım materyalleri, hedef kitlenin diline ve kültürüne göre uyarlanmalıdır.

Dağıtım Stratejileri:

Süt ve süt ürünleri kolay bozulabilir bir yapıda oldukları için yerel dağıtım kanalları ve lojistik sistemleri ürünlerin yerel alışveriş alışkanlıklarıyla uyumlu olacak şekilde tasarlanmalıdır.

Fiyatlandırma Stratejileri:

Faaliyette bulunulacak ülke şartları ve rekabet ortamı dikkate alınarak fiyatlandırma politikaları belirlenmelidir.

Pazarlama ve Tanıtım:

Hedef pazara özgü pazarlama kampanyaları oluşturulmalı, sosyal medya ve yerel medya araçları kullanılarak özellikle ürünün piyasaya yeni sunulduğu aşamada bilgilendirici tutundurma faaliyetlerine ağırlık verilmelidir.

Yerel İşbirlikleri:

Faaliyette bulunulacak ülke ve/veya bölgedeki yerel iş ortakları tespit edilerek olası iş birliği fırsatları değerlendirilmeli, yerel bilgi ve kaynaklardan faydalanılarak iş ortakları aracılığıyla network geliştirilmeli ve genişletilmelidir.

Marka Stratejileri:

Ezine ve Çanakkale'nin tarihi ve kültürel yapısı vurgulanarak kalite odaklı bir marka hikayesi geliştirilmelidir. Bu bağlamda, marka hikayesi, marka kimliği ve değerinin artmasına yardımcı olacaktır.

Ayrıca, Ezine Süt ve Süt Ürünlerinin İhracat Potansiyelinin İncelenmesi ve Uluslararası Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi amacıyla 2 adet AB Erasmus+ Projesi başvurusu yapılmıştır. Proje başvurusu sonrası 2 numaralı proje olumsuz cevap almıştır devamında ise 1 numaralı proje sunulmuştur. Projenin değerlendirilmesi beklenmektedir. Projelere ait bilgiler aşağıdaki gibidir:

1)Proje Adı: Developing Skills For Dairy Processing Sector (DairyPROS)

Form ID: KA-220-VET-691B9EF8

Submission ID: 1469123

Başvuru Sahibi : Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi A.Ş. (E10275147 - TR)

Çağrı Adı: ERASMUS+ KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education and training (2023/2)

Bütçe: 250.000 Euro

Proje Süresi: 24 Ay

Ortaklar: Ellinikos Georgikos Organismos - Dimitra (E10144477 - El)

Ezine Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (E10258793 - Tr)

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (E10165255 - Tr)

Çanakkale Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü (E10329529 - Tr)

Jassp Sas (E10332592 - Fr)

Proje Özeti

Projemizin temel amacı, süt sektörünün dijitalleşmesi adına eksik görülen mesleki boşlukları gidermektir. Projede, endüstri profesyonelleriyle anketler ve görüşmeler yaparak gerekli dijital becerileri belirlenecektir. Sonrasında ise, bu veriler kapsamında profesyonellerin ve kuruluşların dijitalleşmeye uyum sağlaması adına kapsamlı bir beceri haritası oluşturulacaktır. En sonunda da, bu becerileri geliştirmek için eğitimler düzenlenecek ve bu beceri haritası ve eğitim materyalleri ilgili paydaşlarla paylaşılacaktır.

2)Proje Adı: Skills Mapping for Dairy Processing Sector in the Era of Digitalization

Form ID: KA220-VET-BF07B23E

Submission ID: 14636252

Başvuru Sahibi : Çanakkale Teknoloji Geliştirme Bölgesi A.Ş. (E10275147 - TR)

Çağrı Adı: KA220-VET - Cooperation Partnerships In Vocational Education And Training (2023/1)

Bütçe: 250.000 Euro

Proje Süresi: 24 Ay

Ortaklar: Ellinikos Georgikos Organismos - Dimitra (E10144477 - El)

Ezine Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (E10258793 - Tr)

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (E10165255 - Tr)

Çanakkale Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü (E10329529 - Tr)

Jassp Sas (E10332592 - Fr)

Proje Özeti

Proje, süt sektöründeki dijitalleşme konusunda farkındalığı artırmayı, sürekli öğrenmeyi teşvik etmeyi ve ilgili dijital becerilerle paydaşları güçlendirmeyi amaçlıyor. Endüstride rekabeti artırmayı, inovasyonu yönlendirmeyi ve uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlamayı hedeflerken, politika yapıcılar, süt sektörünün dijital dönüşümü için destekleyici yasal çerçeveler ve düzenlemeler geliştirmek konusunda bilgilendirmeyi amaçlamaktadır.

Kaynakça

Ankara Ticaret Borsası (2013). Dünya’da ve Türkiye’de Peynir Üretimi. <https://www.ankaratb.org.tr/index.php>

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (2022). Süt ve Süt Ürünleri Durum Tahmin Raporu. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Durum-Tahmin%20Raporlar%C4%B1/2022%20Durum-Tahmin%20Raporlar%C4%B1/S%C3%BCt%20ve%20S%C3%BCt%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Durum%20Tahmin%20Raporu-TEPGE-357.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Durum-Tahmin%20Raporlar%C4%B1/2022%20Durum-Tahmin%20Raporlar%C4%B1/S%C3%BCt%20ve%20S%C3%BCt%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Durum%20Tahmin%20Raporu-TEPGE-357.pdf)