

AVOKADONUN PAZAR DEĞERİ ve GELECEĞİ

Süleyman BAYRAM Ziraat Yüksek Mühendisi

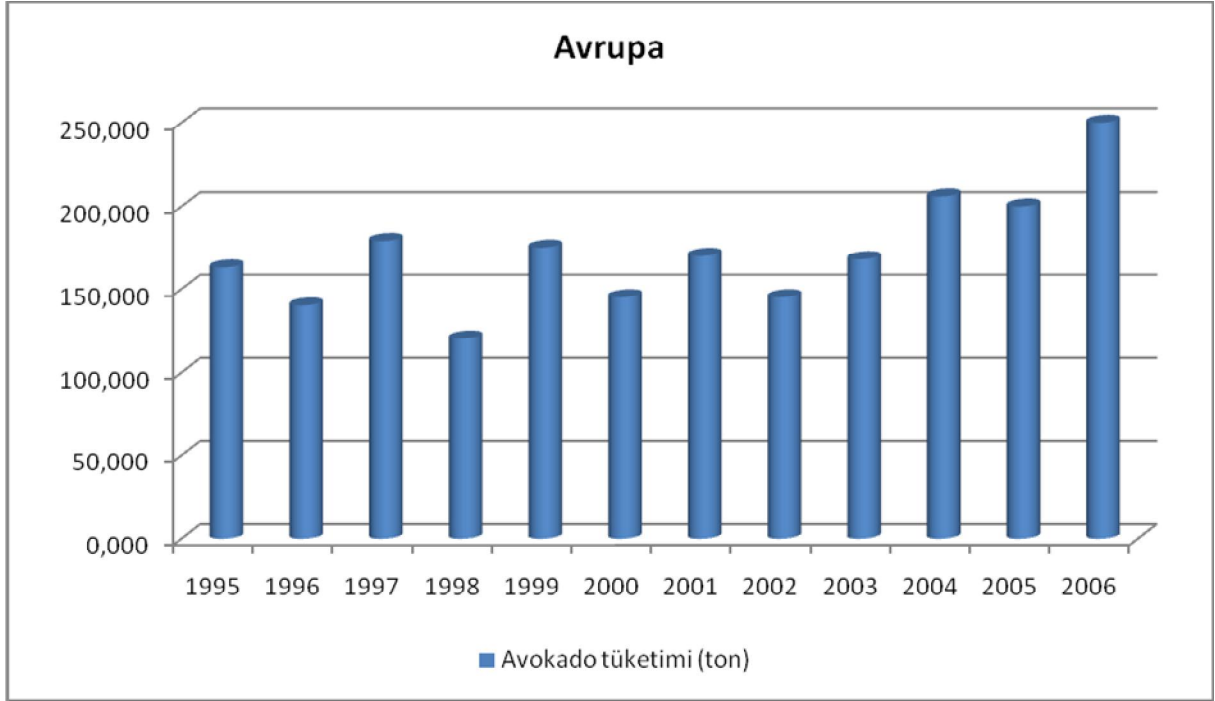


Avokadonun İthalat Pazarları

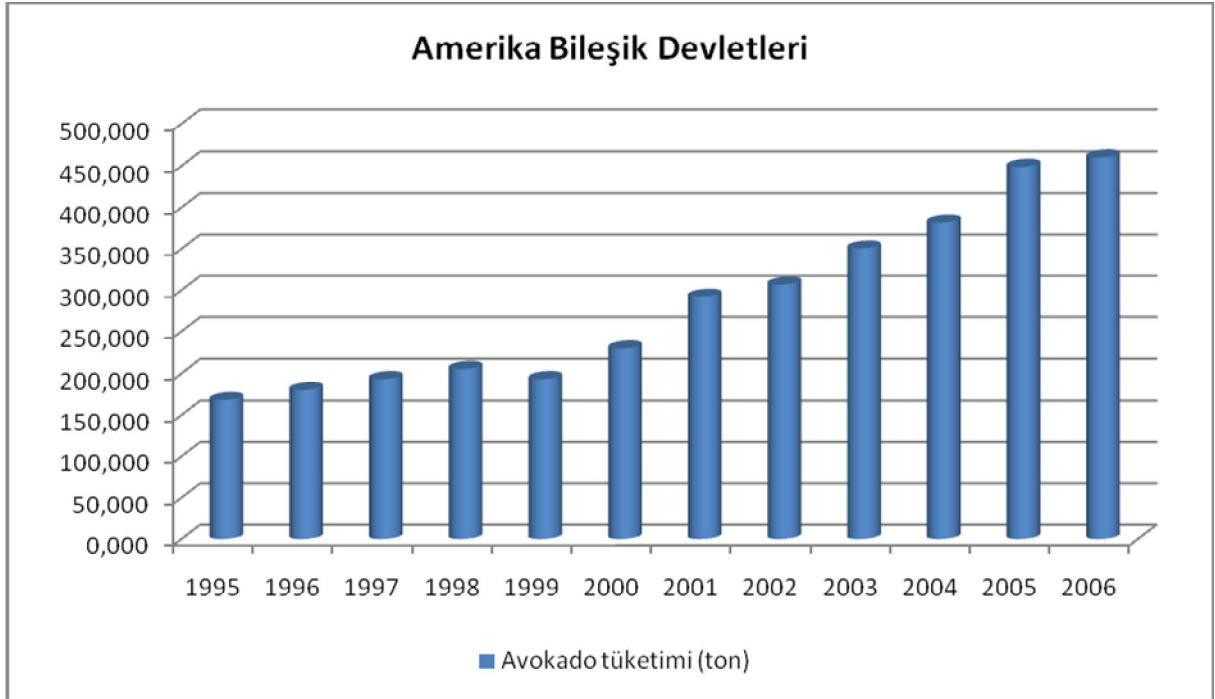
Avokado pazarı olarak iki büyük pazarı bulunmaktadır. Bu iki büyük pazarı Amerika Bileşik Devletleri ve Avrupa oluşturmaktadır, Japonya ise daha küçük bir pazar olarak yer almaktadır. Bu iki büyük pazar toplam ithalatın % 90'ından fazlasını oluşturmaktadır ve farklı pazar karakterleri taşımaktadır (Tablo 2). ABD ve Avrupa'nın yıllara göre tüketim miktarları Şekil 1 ve 2'de verilmiştir.

Tablo 1. Avrupa ve ABD'nin Pazar karakterleri.

Karakterler	Avrupa	ABD
Nüfus	500 milyon	290 milyon
Resmi dil	30'da fazla	1
Resmi para	Birçok	1 (USD)
Tüketim (2006/7.ay)	250.000 ton	460.000 ton
Kişi başına tüketim	500 gr	1.600 gr
Yerli üretim	60.000 ton (başlıca İspanya)	140.000 ton (başlıca Kaliforniya)
İthalat miktarları	190.000 ton	320.000 ton
Başlıca ithalat kaynakları	İsrail, G. Afrika, Şili, Peru, Peru, Meksika, Kenya, İspanya	Meksika, Şili
Yıllık gelişimi	Aşağı ve yukarı dalgalanma	Sürekli yukarı
Özel İthal edilen çeşit	% 65 Hass	% 90'ın üzeri Hass
Çeşit tercihleri	Bazı ülkelerde Hass Birçok ülkede meyve kabuğu yeşil ve pürüzsüz olanlar	Hass



Şekil 1. Avrupa'nın yıllara göre avokado tüketimleri.



Şekil 2. . Amerika Birleşik Devletleri'nin yıllara göre avokado tüketimleri.

Şekil 1ve 2'den görüleceği gibi kısa bir süre içerisinde Amerika Birleşik Devletleri pazarında avokado tüketimi hızlı bir şekilde artmış olmasına rağmen, Avrupa pazarı geride kalmış ve benzer bir hızla artma meydana gelmemiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin avokado pazarının gelişmesinin başlıca nedeni; ithalat ilişkisinin Şili ve Meksika'da yerel pazarlara kadar yayılmış olmasıdır.

Avrupa'da ise bu durum geçerli değildir. Avrupa'daki birçok farklılıkların olması ile birlikte (birçok ülke, birçok dil, birkaç para birimi, farklı tercihler gibi), pazarın daha zayıf gelişmesinden ziyade ana neden olarak avokadonun sürekli temininde yaşanan zorluklar gösterilmektedir.

İsrail, İspanya ve Güney Afrika gibi hâkim ticari ithalatçı ülkeler, yıldan yıla üretim oranlarının değişmesinden (periyodisite) ve bu durumun sürekli artan ithalat miktarlarını engellemesinden dolayı çok zarar görmektedir. Son zamanlarda bu ithalatçı ülkelere Peru ve Şili gibi ülkelerde katılmış, gelişim işaretleri görülmüş olmasına rağmen pazar dalgalanması hala görülmektedir. Avrupa ülkelerinin birçoğu, bu yeni katılan ülkelere gelen avokadoların birçoğunun 'Hass' çeşidi olması gibi benzer nedenlerden dolayı çok fazla hoşnut değildir. Çünkü onlar geleneksel olarak meyve kabuğu yeşil ve pürüzsüz olanları tercih etmektedir.

Avrupa'nın pazar potansiyelinin ve durumunun analizinde, çok uluslu olması ve kültürel farklılıkların bulunması ile birlikte, bağımsız olarak tartışılabilir bir görünümü de bulunmaktadır. Örneğin, ortalama kişi başına avokado tüketimi ortalama 500 gr iken, Fransa'da kişi başına tüketim 1.800 gr, Almanya'da kişi başına tüketim 230 gr ve Doğu Avrupa Ülkelerinde tüketim daha da aşağıya düşmektedir. Başka bir Avrupa ülkesi olan İngiltere'de ise son 12 yıl içinde avokado tüketimi 2 katından daha fazla bir hacimde artmıştır.

Üretici Ülkelerin Yerel Pazarları

Avokado üreten ülkelerin her birinin avokado endüstrisinin tarihsel oluşumu incelendiğinde, 2 zıt görüşten gelişen 2 temel gelişim programının olduğu görülmektedir.

1. Üretimin birçoğu ilk başta yerel pazarlara odaklanmış olanlar,
2. İspanya, İsrail, Şili ve Güney Afrika gibi endüstrinin tamamı ilk başta ithalat üzerine inşa edilmiş olanlar,

İlk görüşe en uygun örneği Meksika oluşturmakta, toplam üretimin % 70'i yerel pazarlarda tüketilmekle birlikte, Dünya'da en geniş avokado pazarını oluşturmaktadır. Aynı durum Peru içinde geçerli olmakta üretimin % 60-70'i iç pazarda değerlendirilmektedir. Peru'da olgunlaşınca kabuğu yeşil ve pürüzsüz çeşitler yerel pazarda tüketilirken, 'Hass' çeşidi ithal edilmektedir. Daha sonraki aşamalarda, her iki ülkede avokado ithalatları başlamasına ve gelişmesine rağmen, yerel pazarlar endüstrinin temelini oluşturmaktadır.

Ticaretin merkezi olarak ithalat pazarlarını amaçlayan ülkelerde ise, yerel pazarlar üretim fazlası ve/veya 2 . kalite ürünlerin alış verişinin yapıldığı yerler anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, yıllar boyunca ithalat pazarının yayılması ve gelişmesi, daha da artan hacimlerde hareketlenen yerel pazarları yanında geliştirdi. Çok büyük yerel pazarlar ortaya

çıkı ve kişi başına tüketime büyük oranda arttı. Ayrıca, üretimin yapıldığı ülkelerde avokado ithalatının yılın 12 ayına yayılması ve sürekli bir hale gelmesi başarılı.

Bu duruma en uygun örnek olarak Güney Afrika verilmektedir. İthalat hacmi 38.000 ton/yıl civarında olurken, benzer bir hacim (hatta daha büyük oranlarda) yerel pazarlar için ayrılmakta ve hatta yerel üretimin daha az olduğu dönemlerde talebin karşılanması ithalat ile olmaktadır. Bu durumda olan Şili’de, yerel pazarın yıllık talebi 60.000 tonu geçmekte ve kişi başına yıllık tüketim 4.000 gram seviyesine kadar gelmiştir. İsrail’de de aynı durum geçerli olmakta, üretimin yaklaşık % 35-40’ı yerel pazarlara verilmekte ve kişi başına tüketim yıllık 4.500-5.000 grama ulaşacak kadar şaşırtıcı değerlere tırmanmaktadır.

Üretici ülkeler içinde yalnızca İspanya sıra dışı bir durumda olmakta, birkaç yıl öncesine kadar yıllık tüketimin kişi başına 300 gram olduğu mütevazı bir yerel pazarı bulunmaktaydı. Ancak, son birkaç yıl içinde büyük bir değişim yaşanmakta, avokado meyve ithalatında bir artma ile birlikte kişi başına tüketimde iki kat artmıştır.

✓ ***Buradan ne sonuç çıkarabiliriz?***

✓ ***Geleceği ne olacak?***

İyimser görüşlerde, Dünya avokado ithalatında hala bir eksiklik olduğu iddia edilmektedir.

Talepte veya tüketimde doygunluğa ulaşılmamış iken, sınırlayıcı faktör dışsattım olmaktadır. Giderek artan dış satımın olduğu yerlerde, tüketimde artarak peşinden gelmektedir. Bu duruma; Meksika, ABD, Japonya, İngiltere’de ve bütün üretici ülkelerin yerel pazarları örnek verilebilmektedir (1970 ve 1980’lerde olduğu gibi). Bugünlerde, yeni tüketicilerin avokado yemesini öğrendiği Doğu Avrupa ülkelerinde pazarların gelişmesi bu şekilde olmaktadır.

Bununla birlikte, son 20 yıldır Avrupa’ya ithalat bir bütün olarak durgun bir şekilde olmakta ve tüketimdeki gerçek kalıcı gelişim için bir süre daha beklemek gerekmektedir. Tarihsel olarak elen alındığında, avokado dünyanın üretici pazarlarının birçoğunda hala ***‘yeni doğmuş bir bebek’*** tir ve ilk ticari aşamalarını daha yeni tamamlamıştır. Aslında, gelişim ve büyümesi için hala limitsiz ufukları bulunmaktadır.

KAYNAK

Gabi NAAMANI, California Avocado Society 2007 Yearbook’tan tercüme edilmiştir.