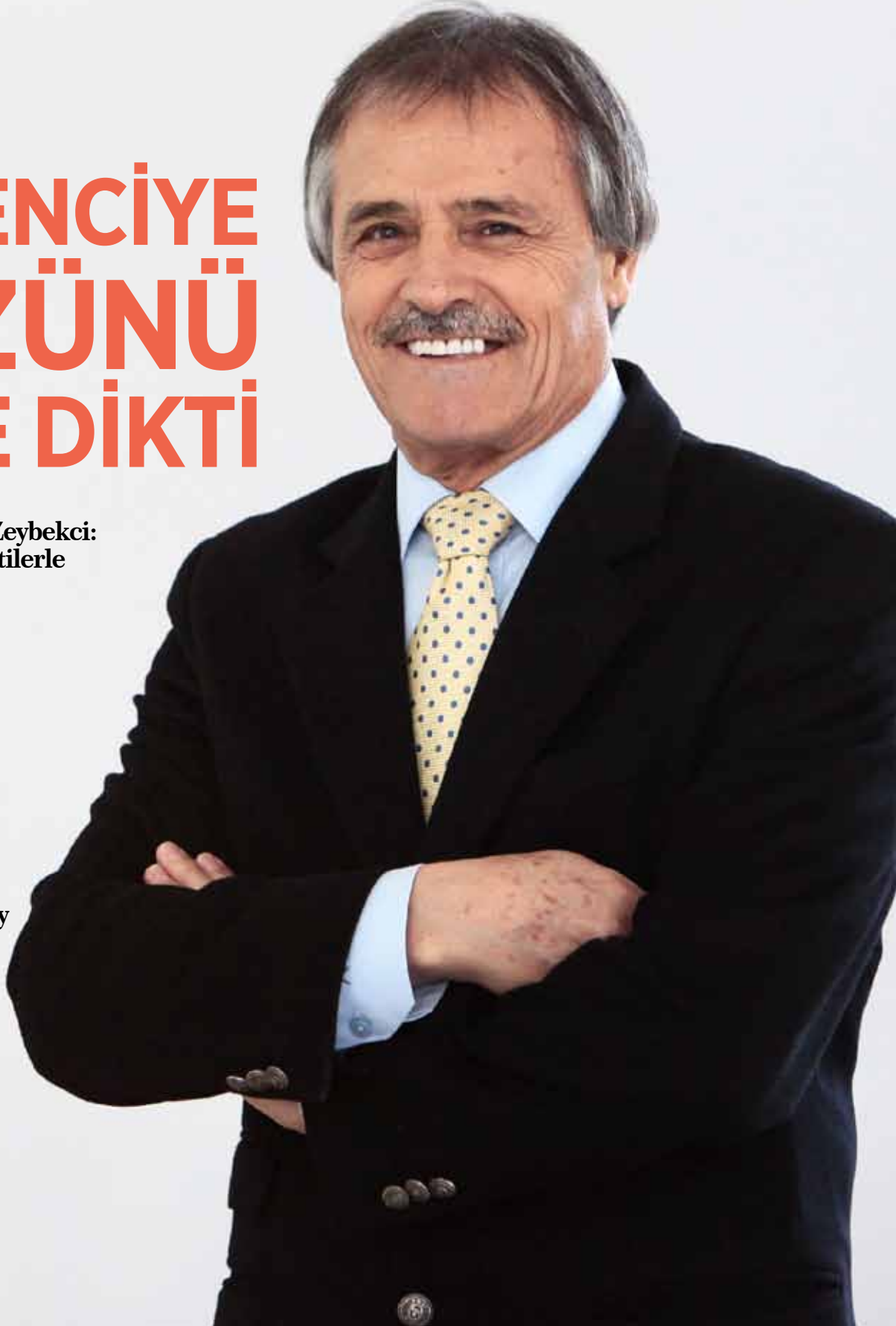


NARENCİYE GÖZÜNÜ ÇİN'E DİKTİ

**Ekonomi Bakanı Zeybekci:
Gelişmeler beklentilerle
uyumlu ilerliyor**

**İhracat miktarda
artıyor, değerde
düşüyor**

**İran, ambargonun
hafiflemesi ile
dünyanın gözde
pazarı olmaya aday**



BAZI HARCAMALAR
#OlmasadaOlur
AMA EĞİTİM OLMAZSA OLMAZ.

*Bu bayram siz de
Darüŝsafaka'ya bađıŝ yapın,
annesi ya da babası hayatta olmayan
çocuklarımızın geleceğini aydınlatın.*

Bayram Bađıŝı İçin:
0850 222 1863

www.darussafaka.org



Darüŝsafaka
1863
CEMİYET



Ekonomi ana gündemimiz olmalıdır



ALİ KAVAK

AKDENİZ YAŞ MEYVE SEBZE
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BAŞKANI

Dış piyasalardaki rüzgarın sert estiği bir süreçten geçiyoruz. Çin'de yavaşlayan büyüme, ABD'nin faiz kararı, Rusya'daki ekonomik kötüleşme, Ortadoğu'da süren çatışmalar, tüm dünya piyasalarında etkisini gösteriyor. Belirsizlikler bu yıl dünya ticaretinde yüzde 5 civarında küçülme yaşanacağını ortaya koyuyor.

Bu süreçte ihracatçımızı sevindiren tek gelişme, en önemli pazarımız Avrupa Birliği'nde ekonomik büyümenin ivme kazanması oluyor. Bu yılın ilk yarısında, AB'nin ithalatı euro bazında yüzde 4 artarken, bizim AB'ye ihracatımız yüzde 12 artmış vaziyette. AB'ye yönelik ihracat beklentilerimiz pozitif biçimde yukarı yönlü hareket ediyor.

İhracatçılarımız küresel risklerle boğuşurken, içeride döviz kurlarında ciddi bir dalgalanma ile karşı karşıyayız. İhracatçı tüm sektörlerin karşılaştığı en büyük problem, döviz kurlarındaki oynaklık olarak ortaya çıkıyor. Bu vesileyle, ihracatçılarımızın kur risklerini hedge etmeleri gerektiğine tekrar vurgu yapmalıyız.

Elimizdeki en önemli güç, ihracatçımızın yılmadan çalışması, riskleri görerek yeni fırsatları kollamasıdır. Bu dönemde Batı dünyasının İran ile uzlaşması, komşu ülkemizin bizim için yeni bir pazar haline gelmesini sağlamaktadır. İhracatçılarımız, Avrupa ve Rusya pazarlarının yanı sıra 82 milyonluk nüfusuyla büyük fırsatları bünyesinde barındıran İran'da da yeni alanlar aramaktadır.

Öte yandan ülkemiz kısa zaman içinde tekrar seçim atmosferine girdi. Öncelikle gelecek günlerin ülkemiz için hayırlı, uğurlu olmasını diliyoruz. En büyük dileğimiz, seçim sürecinin ekonomimiz için minimum maliyetle atlatılmasıdır.

Temennimiz, çatışmacı iklimin ve belirsizliklerin en kısa sürede sona ererek, siyasetin kısa vadede ekonomi üzerinde sebep olduğu dalgalanmaların azalması, ve bir an önce ekonomi ve ihracatın ülkemizin ana gündemi haline gelmesidir.

- 4 **BİRLİK'TEN**
YMS ihracatı,
İzmir'de masaya
yatırıldı
- 5 **BİRLİK'TEN**
Aymen, Çin etkisini
Bloomberg HT'de
değerlendirdi
- 6 **BİRLİK'TEN**
İhracat kaybı fren
yapıyor
kimi sektörlerde artış
başladı
- 8 **BİRLİK'TEN**
İhracatçı,
üçüncü çeyrekte
umutlu
- 10 **GÜNCEL**
Dış ticaretteki
gelişmeler
beklentilerle uyumlu
- 12 **GÜNCEL**
İkinci yarıyıldan
umutluyuz
- 22 **YAŞ MEYVE SEBZE**
Türk narenciyesini
dünyaya satacağız
- 26 **İHRACAT**
İran ticaretinde
yeni dönem
- 32 **EĞİTİM**
Yüzünü kente
dönen üniversite
- 36 **MAKALE**
Çare Afrika
- 38 **GÖSTERGELER**





SAHİBİ
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
M. BÜLENT AYMEN

YAYIN KURULU
ADNAN ERSOY ULUBAŞ
ALİ CAN YAMANYILMAZ
ALİ KAVAK
ALİ UĞUR ATEŞ
M. BÜLENT AYMEN
HAYRİ UĞUR
MAHMUT ARSLAN
ZEKİ KIVANÇ

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
İSMAIL ÇETİN

YÖNETİM YERİ
AKİB LİMONLUK MAH.
36. CAD. NO:4
YENİŞEHİR 33120 MERSİN
TEL: 0324 325 37 37
FAKS: 0324 325 41 42
E-POSTA: akib@akib.org.tr
WEB: www.akib.org.tr

YAPIM



KÜÇÜK MÜCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ
ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖR
TOLGA ÇATAL
tolgacatal@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM
ELİF GÜLAYDIN
elifgulaydin@kucukmucizeler.com

FOTOGRAF
FATİH YALÇIN

KATKIDA BULUNANLAR
ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN
MEHMET ÖZÇELİK

BASKI - CİLT
BELMAT BASKI
TELSİZ MAH. 69/1 SOK. NO:25/5
ZEYTİNBURNU / İSTANBUL
www.belmatbaski.com

DAĞITIM
KRY NET

AKİB AKTÜEL DERGİSİ AKİB ADINA
KÜÇÜK MÜCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ. TARAFINDAN
YAYINA HAZIRLANMAKTADIR.

İLETİŞİM
KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARÜLACEZE CADDESİ
BİLAŞ İŞ MERKEZİ A BLOK NO:31 KAT:6 D: 63
ŞİŞLİ / İSTANBUL
(0212) 211 68 53-73

AKİB AKTÜEL, AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ
GENEL SEKRETERLİĞİ TARAFINDAN AYDA BİR
YAYIMLANIR VE ÜCRETSİZ DAĞITILIR.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN İMZALI YAZILAR,
YAZARLARIN KİŞİSEL GÖRÜŞLERİDİR,
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİNİ BAĞLAMAZ.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN YAZILAR VE
FOTOGRAFLARIN HER TÜRLÜ TELİF HAKKI
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİNE AİTTİR.
İZİN ALINMADAN, KAYNAK GÖSTERİLEK DAHI
İKTİBAS EDİLEMEZ.



YMS ihracatı, İzmir'de masaya yatırıldı

Yaş Meyve Sebze Ortak Akıl Toplantısı, yoğun bir gündemle İzmir'de gerçekleştirilirken, Ali Kavak başkanlığındaki toplantıda Rusya, Çin ve Japonya pazarlarında yaşanan sorunlara odaklanıldı.

Yaş Meyve Sebze Ortak Akıl Toplantısı; Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, Narenciye Tanıtım Grubu ve Türkiye Yaş Meyve Sebze Sektör Kurulu Başkanı Ali Kavak'ın başkanlığı, Ekonomi Bakanı Yardımcısı Adnan Yıldırım, Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri Başkan ve Yönetim Kurulu Üyeleri, TİM temsilcileri, Eximbank Genel Müdür yardımcısı ve yetkilileri, Ekonomi Bakanlığı ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı üst düzey yetkililerinin katılımıyla, 24-25 Temmuz tarihlerindeki yoğun bir gündemle İzmir'de gerçekleştirildi.

Toplantının açılış konuşmasını yapan Ali Kavak, 2014 yılı ve 2015 yılının ilk altı ayı için yapılan değerlendirmelerde, yaş meyve ve sebze ihracatında düşüşler olduğu bilgisini paylaşırken, "Geride bıraktığımız sezonun kötü geçmesinin sebeplerinin başında Rusya Federasyonu'nun AB ülkelerinden yaş

meyve ve sebze alımını durdurduğu yönündeki kararını açıklaması geliyor. Rusya'nın bu ambargosu sonrasında Türkiye'de hem üreticiler hem de ihracatçılar büyük bir beklenti içerisinde girdi. Sezon başında, bu büyük beklentinin sektöre ağır bir faturası olacağına dair basında defalarca dile getirdiğimiz uyarılara rağmen arz-talep dengesi bozuldu. Rusya, Türkiye'de olduğu gibi diğer rakip ülkelerde de büyük bir beklenti yarattı. Diğer taraftan, AB ülkeleri yaş meyve ve sebze ürünlerini Belarus gibi diğer ülkeler üzerinden Rusya pazarına ulaştırmaya devam etti" dedi.

RUBLEDEKİ KAYIP SEKTÖRÜ DERİNDEN ETKİLEDİ

Yaş meyve sebze sektörünün içinde bulunduğu durumun bir diğer sebebini ise rublenin değer kaybetmesiyle açıklayan Kavak,

yaş meyve ve sebze sektöründeki firmaların ruble üzerinden vadeli satış yaptığını; sezon başında 0,028 olan dolar/ruble paritesinin iki ay içerisinde keskin bir değer kaybı yaşayarak 0,013 seviyesine indiğini hatırlattı. Bu durumun, Türk ihracatçıları aleyhinde büyük kayıplara neden olduğunu vurgulayan Kavak, "Daha alacaklarımızı tahsil etmeden yarı oranda zarara uğradık. Hâlihazırda yaş meyve ve sebze sektörü yüksek kazanç ve karlılığa sahip değilken, böylesine büyük bir iktisadi kayıp, sektör için oldukça ağır oldu" dedi.

Kavak, toplantıdaki sunumunda ayrıca, Ukrayna, Rusya, Irak ve Orta Doğu gibi komşu pazarlarda yaşanan konjonktürel sorunların yanı sıra aşırı yağışlardan kaynaklanan iklimsel problemlerin de üretici ve ihracatçıyı vurduğunun altını çizdi ve sürecin her aşamasında elini taşın altına koyan aktör olan ihracatçıların devamlılığının baltalandığını, sektörün önde gelen firmalarının ciddi iflaslarla karşı karşıya kaldığını dile getirdi.

Kavak, sadece döviz girdisi olarak değerlendirilmemesi gereken, aynı zamanda çok önemli bir sosyal boyutu da olan yaş meyve ve sebze sektörünün toplumda çok büyük bir kesime istihdam sağladığını anımsattığı sunumunda, "Bu bağlamda sektörün paydaşları arasındaki dayanışma ve ihracatçılarımızın dayanışma içinde hareket etmesi büyük önem taşıyor. Pazarlarımızdaki yerimizi korumak, sadece ihracatın ülkemize sağladığı net döviz girdisi açısından değil, ambalaj, lojistik gibi ilişkili sektörlerle istihdama sağladığı katkı ile de önemlidir" diyerek, Türkiye ekonomisi açısından stratejik öneme sahip yaş meyve ve sebze sektörünün kalkınmasının, 2023 yılı ihracat hedeflerine giden yolda önemli bir gereklilik olduğuna değindi.

TÜRKİYE'NİN POTANSİYELİ ÇOK YÜKSEK

Toplantıda bir sunum gerçekleştiren Ekonomi Bakanı Yardımcısı Adnan Yıldırım ise tarım sektörünün ülkemiz için öneminden bahsederek, yaş meyve ve sebze sektörünün de tarım sektöründe önemli bir alt grup olduğunu vurguladı. Sunumunda tarım sektörünün asla göz ardı edilmediğinin altını çizen Yıldırım, Türkiye'nin tarım potansiyeli yüksek ülkeler listesinde ilk sıralarda olduğunu anımsattı ve bu potansiyelin çok iyi değerlendirilmesi gerektiğini belirtti.

RUSYA, ÇİN VE JAPONYA İHRACATI MASAYA YATIRILDI

Toplantının açılış konuşmalarının ardından özellikle kesim ve ihrac tarihlerinden önce ürün sevkiyatının engellemesi hususuna değinilirken, tam olgunlaşmamış ürünlerin ihrac edilmesinin uluslararası pazarlarda imajımızı zedelediği, ürünlerimizin piyasa değerinin muhafazası için ilgili mevzuat çerçevesinde önlemler alınması gerektiği belirtildi.

Toplantıda, Rusya ihracatı da masaya yatırıldı ve AB ülkelerindeki bazı firmaların ürünlerine Türk firmalarının markalarını vurarak Rusya pazarına giriş yaptıkları; bu firmaların pazara gönderdiği uygunsuz ürünlerin ise Türk firmalarını töhmet altında bıraktığı bilgisi paylaşıldı. Bu çerçevede, Rusya'ya ihracat prosedürleri kapsamında, bazı uygulamaların ihracatçılar lehine hızlandırılması için bir takım önerilerin değerlendirmeye alındığı dile getirilirken, Rusya'ya ihracat yapan firmaların danışman ziraat mühendislerine üç ayda bir verilen eğitimlere katılmayan ziraat mühendisleri için telafi eğitim programı düzenlenmesi konusu da görüşüldü ve ilgili eğitimlerin gerçekleştirilmesi yönünde görüş birliğine varıldı.

Diğer yandan toplantıda, önemli hedef pazarımız Çin'e yönelik ihracatımız da ele alındı. Çin'e yönelik ihracat çalışmalarının yakından takip edildiği ve protokol sürecinin son aşamalarına geldiği belirtilen toplantıda, profesyonel bir danışmanlık firmasına hazırlanan Çin Sektör Raporu da katılımcılara sunuldu ve benzer çalışmaların Güney Kore için de başlatıldığına değinildi.

Toplantıda son olarak, Japonya'ya greyfurt, limon ve kiraz ihracatıyla ilgili süreçler de

özetlendi ve paketleme tesislerinin sanayi sınıfından çıkarılması dolayısıyla sanayi sicil belgesi alamadıkları, bunun sonucunda da elektriği yüksek fiyattan aldıkları ve bazı teşviklerden yararlanamadıkları dile getirildi; ihracatçının bu konuda mağduriyetinin giderilmesi talep edildi.

HEDEFE ULAŞACAĞIMIZA OLAN İNANCIMIZ TAM

Toplantının kapanışında yeniden söz alan Ali Kavak, konuşulan sorunlara önlem mahiyetinde, Ekonomi Bakanlığı koordinasyonunda, Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birlikleri ve Narenciye Tanıtım Grubu organizasyonunda sektörel ticaret heyetleri, inceleme heyetleri ve tanıtım kampanyalarına devam ettiklerini dile getirdi ve "Yurt dışından alım heyetleri davet ediyor, profesyonel firmalara pazar araştırma raporları hazırlatıyor, yeni çeşit geliştirme projelerini sürdürüyoruz. Sektör sorunlarına çözüm bulabilmek amacıyla büyük özverilerle ve sıklıkla gerçekleştirilen stratejik buluşmalar, ihracatı artırmak için gerçekleştirilen faaliyetler arasında yer alıyor. Bu çalışmalara, önümüzdeki dönemlerde de hız kesmeden devam edeceğiz. Yaptığımız yoğun çalışmaların ışığında, 2023 yılı sektör hedefimiz olan 10 milyar dolarlık ihracata, yeni pazarlar bulmak için ellerinden geleni yapan siz ihracatçılarımızın çabaları ve iş birliği, Bakanlarımızın destekleri ve ihracatçı birliklerinin özverili çalışmaları sayesinde hiç zorlanmadan ulaşacağımıza olan inancım tamdır. Sektörümüzü dünyada hak ettiği yere taşıyacak ve ülkemiz ekonomisine yapmakta olduğumuz katkıyı daha da artıracacağız" dedi.

Aymen, Çin etkisini Bloomberg HT'de değerlendirdi

AKİB Koordinatör Başkanı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi Denetim Kurulu Üyesi Bülent Aymen, 12 Ağustos tarihinde, Bloomberg HT'de Hande Berktaş'ın sunduğu "İş Dünyası" programının canlı yayın konuğu oldu.

Aymen, Çin ekonomisinin dünyaya etkileri ile ihracatımızın genel durumunu değerlendirirken, içerisinde bulunduğumuz süreci "riskli" olarak anmamamız gerektiğinin altını çizdi ve "Özellikle paritedeki değişimler ihracatımızı olumsuz etkiledi. Türkiye, ihracatının yüzde 41'inin AB ülkelerine ve avro üzerinden gerçekleştiriyor. Yılbaşından bugüne paritede oluşan değişiklikler, yedi aylık ihracatımıza 10 milyar dolarlık bir negatif etkide bulundu. Ama diğer yandan petrol fiyatlarının düşüyor olması hem cari açığımızı azaltıyor hem de özellikle sanayi sektörlerinde enerji maliyetlerini aşağıya çekiyor. Bu anlamda üretici ve ihracatçılar olarak umudumuzu kaybetmemeli, üretime odaklanmalı ve ürünlerimizi tüm dünyaya pazarlama yolundaki gayretlerimize devam etmeliyiz. Biz, ihracatçılar olarak üçüncü ve son çeyrek rakamlarının daha olumlu olacağına ve artı değer yaratacağımıza inanıyoruz" dedi.

Bülent Aymen, Çin'deki gelişmelerin küresel ekonomiye etkilerine yönelik olarak "Çin, yeni bir ekonomik düzen, yeni bir ekonomik strateji geliştiriyor. Güney Kore, aynı süreci 1960'lı yıllarda devlet politikası olarak başlatmıştı. Küresel ekonominin lideri olan ve ucuz iş gücü ile bunu sürdürmeye muktedir Çin bile devlet politikası olarak inovasyona yönelirken, Türkiye katma değerli üretimi devlet politikası haline getiremiyor. Biz, TİM ve ihracatçı birlikleri olarak bu konuda büyük bir hassasiyet, farkındalık yarattığımızı inanıyoruz. Ancak devletin kanatları olmadan, bizim tek başımıza ilerlememiz mümkün değil" sözlerini kullandı.



↑ Toplantıda, Rusya ihracatı da masaya yatırıldı ve AB ülkelerindeki bazı firmaların Türk firmalarının markalarıyla Rusya pazarına giriş yaptıkları bilgisi paylaşıldı.

İhracat kaybı fren yapıyor kimi sektörlerde artış başladı

Türkiye genel ihracat rakamları Temmuz ayında yüzde 13 düşüş kaydederken, mobilya, kağıt ve orman ürünleri, su ürünleri ve hayvansal mamuller ile yaş meyve sebze sektörlerindeki artışlar dikkat çekiyor. Tekstil ve hammaddeleri sektöründe ise değer bazlı düşüş sürse de miktar bazındaki artış yüzde 20'lere ulaştı.

Temmuz ayı ihracat rakamlarının değerlendirilen AKİB Koordinatör Başkanı M. Bülent Aymen, "2015 yılı Temmuz ayında, 2014 yılının Temmuz ayına göre ülke olarak yüzde 13 oranında daha az ihracat yaptık. İhracatımız 12 milyar 473 milyon dolardan 10 milyar 857 milyon dolara düştü. 2015 yılının ilk yedi ayını, 2014 yılının ilk yedi ayıyla kıyasladığımızda da, ihracatımızın 92 milyar 540 milyon dolardan 84 milyar 369 milyon dolara gerilediğini ve yüzde 8,8'lik bir azalış yaşadığımızı gözlemliyoruz" dedi.

Temmuz ayı ihracat rakamlarını AKİB özelinde de değerlendiren Aymen, "Koordinatör Başkanı olduğum Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin 2015 yılı Temmuz ayı rakamlarına baktığımızda ise ihracatımızın 968 milyon dolardan 826 milyon dolara gerilediği, yani geçen yıl Temmuz ayına oranla yüzde 7,6 oranında bir düşüş olduğu görülüyor. 2014 ve 2015'i ilk yedi ay olarak değerlendirdiğimizde ise 2014 yılı ilk yedi ayında 7 milyar 246 milyon dolar olan ihracatımızın, 2015 yılı ilk yedi ayında 6 milyar 481 milyon dolara gerilediği, yani yüzde 10,6 oranında azaldığı gözlenebilir" dedi.

Diğer yandan, Türkiye genel ihracatını

AKİB'in sorumluluk sahasında bulunan iller açısından da değerlendiren Aymen, Temmuz ayında en fazla ihracat yapan iller sıralamasında Adana'nın 10'uncu, Hatay'ın 11'inci, Kayseri'nin 12'nci, Mersin'in 15'inci ve Karaman'ın 32'nci sırada olduğunu belirtti. AKİB ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde ise Temmuz ayında en fazla ihracat gerçekleştirilen ilk beş ülkenin; Mısır, Irak, Ürdün, Suudi Arabistan ve ABD olduğu görülüyor.

Demir ve Demir Dışı Metaller: Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin 2015 yılı Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde; 26 milyon dolarlık demir ve demir dışı metaller ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla sektör ihracatında yüzde 25 oranında bir düşüş yaşanırken, ülke geneli demir ve demir dışı metaller ihracatındaki payı yüzde 4,9 seviyesinde gerçekleşti. Diğer yandan, aynı dönem AKİB bölgesi çelik ihracatı yüzde 20 kayıpla 73 milyon dolar olarak gerçekleşirken, Türkiye'deki toplam sektör ihracatından yüzde 9 pay aldığı gözleniyor.

Aynı dönemde Irak yüzde 17 pazar payı

ile ilk sırada yer alırken, Mısır yüzde 9 pay ile ikinci sırada ve İngiltere yüzde 7 pay ile üçüncü sırada yer aldı.

Hazır Giyim ve Konfeksiyon: Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörü Temmuz ayında 1,49 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 12,97 oranında düşüş yaşadı. Temmuz ayında sektör, Türkiye toplam ihracatından yüzde 13,79'luk pay aldı.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ise Temmuz ayında yüzde 33,68 oranında düşüş kaydederek 24 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'deki toplam sektör ihracatından yüzde 1,61 pay alan AKİB ihracatında İspanya yüzde 22 pazar payı ile ilk sırada, Almanya'nın yüzde 14 ile ikinci sırada, Slovakya'nın yüzde 10 ile ise üçüncü sırada yer aldı.

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri: Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,07 oranında azaldı ve 431 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektör, Temmuz ayında Tür-



kiye toplam ihracatından yüzde 3,97 pay alırken, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin Temmuz ayındaki sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 82,4 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiği görülüyor.

Aynı dönemde Irak'a yapılan ihracat geçen yıla göre yüzde 19 oranında azalsa da yüzde 21'lik pazar payı ile halen ilk sırada yer aldı.

Kimyevi Maddeler ve Mamulleri: Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,8 oranında düştü ve 1 milyar 322 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Temmuz ayı Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 12,18 oldu.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin 2015 yılı Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 326 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiği görülüyor. Yine, Temmuz ayı değer bazında ihracatı ülkelere göre incelendiğinde ise Mısır'ın yüzde 29 pazar payı ile ilk sırada yer aldığı, Ürdün'ün yüzde 29 ile ikinci ve Malta'nın yüzde 8 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor.

Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri: Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre; Türkiye mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı, geçen yılın eş değer dönemine kıyasla, yüzde 6,5 oranında bir düşüş kaydederek, 349 milyon 886 bin dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Temmuz ayı Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 3 oldu. Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin Temmuz ayı sektörel bazda

ihracat rakamları incelendiğinde ise 47 milyon 462 bin dolar mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla sektör ihracatında yüzde 39,4 oranında bir artış yaşanırken, yedi aylık sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde de 309 milyon 170 bin dolar mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı gerçekleştirildiği izlenebilir. Buna göre, bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla yüzde 3 oranında bir artışı sağladı.

Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller: Temmuz ayı su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 12,9 oranında düşüş kaydederek 153 milyon 159 bin dolar olarak gerçekleşti. Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği'nin Temmuz ayı sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 23 milyon 511 bin dolar su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatı gerçekleştirildiği görülürken, bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre sektör ihracatında yüzde 1,5 oranında artışa işaret ediyor.

Aynı dönem ihracatı değer bazında illere göre incelendiğinde; Adana'nın yüzde 49'luk pay ile ilk sırada, Mersin'in yüzde 19 ile ikinci sırada, Hatay'ın ise yüzde 10 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor.

Tekstil ve Hammaddeleri: Türkiye tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı Temmuz ayında bir önceki yıla göre yüzde 10'luk düşüşle 633 milyon olarak gerçekleşti. Ocak-Temmuz döneminde sektör toplam ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11,3

oranında gerileyerek 4,6 milyar dolar olurken, sektör ihracatında miktar bakımından Temmuz ayında yüzde 9, Ocak-Temmuz döneminde ise yüzde 6 oranında sağlanan artış dikkat çekiyor.

Sektör genelinde yaşanan gelişmelere paralel olarak Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği sektör ihracatı, Temmuz ayında değer bakımından geçen yıla göre yüzde 6 oranında azalarak 68,6 milyon dolar olarak gerçekleşse de miktar bakımından bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 23 oranında artış sağlandı. Benzer şekilde, Ocak-Temmuz döneminde ATHİB sektör ihracatı ise miktar bakımından yüzde 8 oranında artış sağladı.

Yaş Meyve Sebze: Yılın yedinci ayında yaş meyve ve sebze ihracatı miktarda yüzde 19 artış gösterirken, değerde ise herhangi bir artış ya da düşüş göstermedi ve 93 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği kanalı ile yapılan yaş meyve sebze ihracatı 26 milyon dolar ile geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 21 oranında artış yaşanırken, tüm ihracatçı birlikleri arasında yüzde 28 pay ile Türkiye ihracatına dikkate değer bir katkı sağladı. Son olarak, Ocak-Temmuz döneminde en çok ihraç edilen ürünler domates, limon, kiraz-vişne ve portakal olurken, en çok ihracat yapılan ülkeler de Rusya, Irak, Almanya ve Romanya oldu. Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği kanalı ile yapılan yaş meyve sebze ihracatı, tüm birlikler arasında en yüksek değere ulaşarak 457 milyon dolar olarak kayda geçti ve Türkiye ihracatına ciddi katkı sağladı.



İhracatçı, üçüncü çeyrekte umutlu

Türkiye İhracatçılar Meclisi, ihracatçının 2015 yılı ikinci çeyrek gerçekleşme ve üçüncü çeyrek beklenti anketini açıkladı. Buna göre ihracatçı, yılın üçüncü çeyreğinde ihracatın artmasını bekliyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), tüm sektörleri temsil eden 504 firmanın üst düzey yöneticisinin katılımıyla gerçekleştirdiği, ihracattan finansmana, istihdamdan yatırıma, piyasa beklentilerinden girdi maliyetlerine kadar birçok alandaki değerlendirmeleri içeren 2015 Yılı İkinci Çeyrek Gerçekleşme ve Üçüncü Çeyrek Beklenti Eğilim Anketi'ni açıkladı. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin açıkladığı ankette öne çıkan en dikkat çekici başlık, yılın üçüncü çeyreğinde 65 bin yeni istihdam beklentisi ve firmaların yüzde 72,8'inin ihracatlarının artacağını veya aynı kalacağını öngörmesi oldu. Anketi kamuoyu ile paylaşan Büyükekşi, anket sonuçlarına ilişkin değerlendirmesinde, "İhracatçılarımızın önemli bir kısmı küresel fırtınaya rağmen adeta yeni okyanuslara yelken açmaya devam ediyor, risk alıyor, fırsat kolluyor" derken, üçüncü çeyrekte genel eğilimin pozitif olduğunun altını çizdi.

BEKLENTİLERİN HEPSİ OLUMLU

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ihracatta üçüncü çeyrek beklentilerinin olumlu olduğunu vurguladığı değerlendirmesinde, "Üretimde denge beklentisi yüzde 14,3 ile pozitif düzeyde seyrediyor. Üçüncü çeyrekteki ihracat beklentisinde denge yüzde 10,9 ile pozitif bölgede olmayı sürdürüyor. Kapasite kullanım oranları dengesi de pozitif alanda devam ediyor" derken, yine aynı döneme ilişkin stok beklentisinde de bir toparlanma gözlemlendiğine işaret etti ve emtia fiyatlarındaki gerilemeyle birlikte girdi maliyetleri beklentilerinde de bir düşüş yaşandığının altını çizdi.

İHRACATÇI YENİ BÜYÜME MODELİ BEKLİYOR

Büyükekşi, değerlendirmesinde ayrıca, 2023 hedefi için başlattıkları inovasyon ruhunun ihracatçılarca benimsenmiş olduğunun eğilim anketinde açıkça görüldüğüne de dikkat çekti. Ankete göre ihracatçının yeni büyüme modelinde en çok yer alması beklenen konuların başında yüzde 65 oranıyla "İnovasyonu merkeze alan, katma değer odaklı, bilgi ve teknoloji rekabetine göre kurgulanmış büyüme modeli" ve yüzde 63 ile "Ar-Ge merkezi sayısının ve yatırımlarının artırılması" olduğunu dile getiren Büyükekşi, sanayi ve ihracatın gelişimi için öncelikler arasında maliyetlerin düşürülmesinin

yüzde 52 ile en önemli beklentiler arasında yer aldığını; Ar-Ge yatırımlarının artırılması ve vergiler dağılımındaki adaletin sağlanmasının da ankette öne çıkan beklentiler olduğunu vurguladı.

İRAN “HEDEF PAZARLAR” ARASINDA

Büyükeksi, anket sonuçlarını paylaşırken, ihracatçıların üçüncü çeyrekte ilk kez girmek istediği hedef pazar sıralamasında Rusya'nın ardından süper güç ABD ve Almanya öne çıktığını, ayrıca İran ile imzalanan P5+1 anlaşmasıyla İran'ın da ankette ilk sıralarda yer aldığını altını çizdi.

İran'a, 5-8 Ekim'de iş insanlarıyla ticaret heyeti düzenleyeceklerini anımsatan Büyükeksi, “Firmalarımızın yüzde 64’ü, İran ile ticari

ilişkilerimizin ihracat yönünde olumlu gelişeceğini beklediğini bildiriyor. İran'ın enerji üstünlüğünü iyi değerlendirebilirsek, bilgi birikimimizi doğru ortaklıklarla birleştirebilirsek, avantaj sağlayacağımıza inanıyorum. Bir söz vardır ‘Tacrübe, bakkalda manavda satılmıyor’ biz bunun bedelini ödüyoruz. Tacrübemizi değerlendireceğiz” dedi.

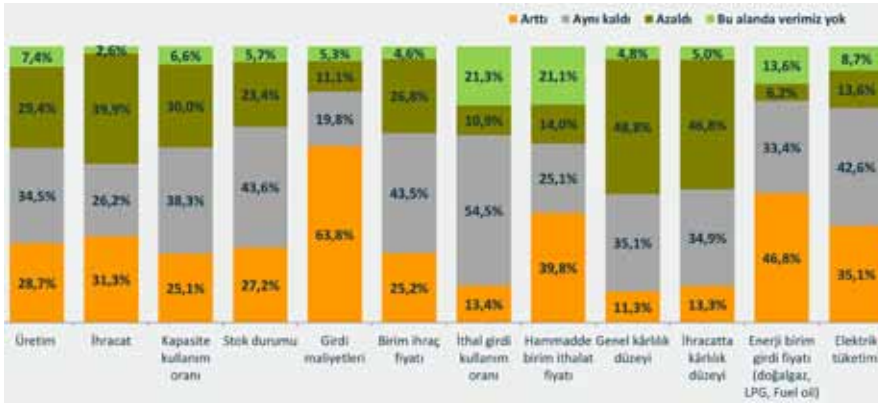
İHRACATTA YÜKSELİŞ BAŞLADI

Ankete göre, Türkiye ekonomisi ve ihracatçı için temkinli beklentinin mevcut halini koruduğunu da belirten Büyükeksi, Avrupa'ya yönelik olumsuz öngörülerin ihracata yansımalarının minimal düzeyde olacağına inanıldığını aktardı. Büyükeksi, “İlk beş ayda Avrupa'nın ithalatı avro bazında yüzde 2 artarken, bizim Avrupa'ya ihracatımız yüzde

12 artış gösterdi. Yine emtia fiyatlarındaki düşüşün sürmesi, birim fiyat beklentileri üzerinde etkili oluyor. İlk çeyreğe nazaran ithal girdi kullanım miktarı dengesinde bir azalış gözleniyor. Genel kârlılık düzeyinde negatif beklentilerse hala devam ediyor. Dolayısıyla, ihracatçılarımızın parite kaynaklı kârlılık problemlerinin hala sürdüğünü görüyoruz” derken, ihracatta yedi aydır yaşanan düşüşün ardından bu yıl ilk kez 17 Ağustos itibarıyla yüzde 5 oranında yükselişe geçtiğine işaret etti.

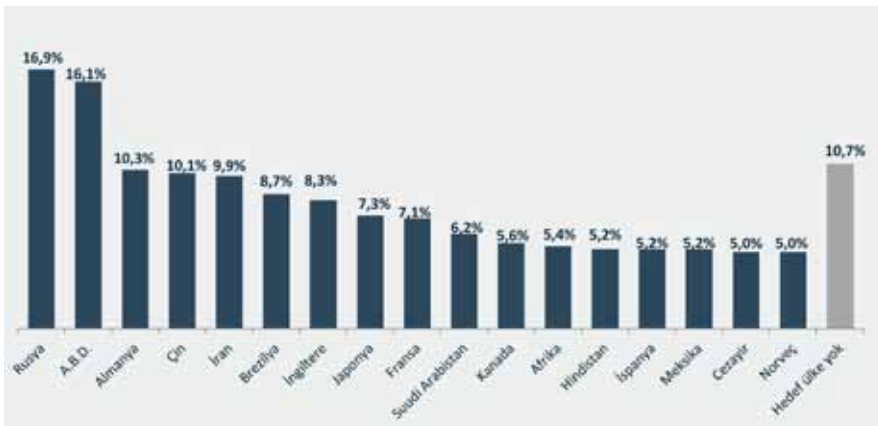
“En büyük ihrac pazarımız olan Avrupa Birliği'ne ihracatımız yüzde 4, Kuzey Amerika'ya ihracatımız yüzde 7 ve Orta Doğu'ya ihracatımız yüzde 16 artış gösterdi. Diğer taraftan Avrupa'ya ihracatımız avro ve kilo bazında artış gösterirken, Ağustos itibarıyla dolar bazında da artışa geçti. Yılbaşından bu yana birim fiyatlarda yaşanan düşüşe rağmen ihracatçılarımız var gücüyle çalıştı ve ihracatını artırmaya odaklandı” diyerek devam eden Büyükeksi, dünyanın dört bir yanına düzenlenen ticari heyetlerde ihracatçılara liderlik eden Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye de teşekkür etti.

YILIN İKİNCİ ÇEYREĞİNDEKİ “GERÇEKLEŞMELER”



İkinci çeyrek gerçekleştirmelerine göre üretiminin arttığını belirten ihracatçı firma oranı yüzde 28,7 olurken, üretiminin aynı kaldığını aktaran firma oranı yüzde 34,5; ihracatının arttığını belirten firma oranı yüzde 31,3; ihracatının aynı kaldığını aktaran firma oranı ise yüzde 26,2 oldu.

2015 ÜÇÜNCÜ ÇEYREĞİNDE İLK KEZ GİRİLMESİ PLANLANAN ÜLKELER



Gelecek üç aylık dönemde ilk girilmek istenen pazar konusunda Rusya yüzde 16,9 ile ilk sırada yer alıyor. Rusya'yı yüzde 16,1 ile ABD, yüzde 10,3 ile Almanya, yüzde 10,1 ile Çin, yüzde 9,9 ile İran ve yüzde 8,7 ile Brezilya takip ediyor.

ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR

İkinci çeyrekte firmaların yeni pazarlara girme başarısının artarak sürdüğü izleniyor. İlk çeyrekte yüzde 39 olan yeni pazarlara giren firmaların oranı, ikinci çeyrekte yüzde 41'e yükselmiş durumda. Diğer yandan, dünya ticaretindeki daralmaya rağmen ikinci çeyrekte mevcut pazarlarda yeni müşteri bulan ihracatçıların oranı yüzde 57,7 olarak gerçekleşirken, anket katılımcılarının yüzde 38'inin mevcut pazarda müşteri kaybetmiş olması, dikkat çekici bir veri olarak öne çıkıyor. İkinci çeyrekte en önemli gerçekleşme; girdi maliyetlerindeki artış... İhracatçıların yüzde 63,8'inin girdi maliyeti artarken, enerji birim girdi maliyeti artan firmaların oranı da yüzde 46,8 olarak ölçülüyor. İhracatta kârlılığı azalan firmaların oranı yüzde 46,8 olurken, kârlılığı artan veya değişmeyenlerin oranı yüzde 48,2.

ÜÇÜNCÜ ÇEYREK BEKLENTİLERİ

Anket sonuçları, üçüncü çeyrek beklentilerine yönelik olarak da ilginç veriler içeriyor. Buna göre üçüncü çeyrekte üretim ve ihracatın artacağı ya da aynı kalacağını belirten umutlu ihracatçıların oranı yüzde 72,8'e ulaşmış durumda. Yine üçüncü çeyrek için öngörülen istihdam artışı 65 bin olarak telaffuz ediliyor.



DIŞ TİCARETTEKİ GELİŞMELER BEKLENTİLERLE UYUMLU

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, dış ticaretteki gelişmelerin beklentilerle bire bir uyumlu olduğunu bildirirken, “Parite ve ham madde fiyatlarındaki gerilemenin ihracatı azaltıcı etkisini yüzde 70-80 oranında telafi ediyoruz” diyor.

Türkiye ekonomisine ilişkin son verileri değerlendiren Ekonomi Zeybekci, Anadolu Ajansı'na yaptığı yazılı açıklamasında, yılın ilk yarısına ait ihracat rakamlarında yüzde 8,2, ithalatta da yüzde 10,9 gerileme olduğunu söylerken, dış ticaretteki bu gelişmelerin çok önceden bilindiği ve hazırlıkların bu gelişmelere göre yapıldığını vurguladı.

“Ocak ayının daha ilk günlerinde yaptığımız basın toplantısında ve onu takip eden çok sayıda organizasyonda, 2015 yılında ihraca-

tımızda parite ve ham madde fiyatı kaynaklı gerileme olacağını kamuoyuyla paylaşmıştık” ifadelerini kullanan Zeybekci, bu gelişmelerin Türkiye'ye has bir durum olmadığına dikkati çekti ve küresel ihracat ve ithalatta da düşüş yaşandığını belirtti. Hatırlanacağı üzere, Mayıs ayında dünya toplam ihracat hacmi, bir önceki yıla oranla yüzde 13 azalmıştı. Bakan Zeybekci, açıklamasında, bu veriden hareket ederek, küresel ticaretteki sancılı evrenin yansımalarının birçok ülkenin dış ticaret verilerinden de açıkça görüldüğünü vurguluyor.

KÜRESEL TİCARET DARALIYOR

Diğer yandan Bakan Zeybekci, özellikle emtia ihracatçısı ülkelerin ihracatlarında önemli gerilemelerle karşılaştığına da işaret ederek, bu yılın başından bugüne geçen sürede Brezilya'nın toplam ihracatının yüzde 15, Rusya'nın ihracatının yüzde 29, Avustralya'nın ihracatının ise yüzde 22 gerilediğini bildirdi. Sadece ham madde ihracatçısı ülkelerde değil, diğer birçok ülkenin ihracatında da gerileme olduğunu dile getiren Zeybekci, “ABD'nin ihracatında, dolar tüm dünyada değer kazanıyor olmasına rağmen, 2015 yılının başından itibaren yüzde 5 bir daralma söz konusu. Avrupa'ya bakıldığında, yılbaşından bugüne Almanya'nın ihracatı yüzde 14, Fransa'nın yüzde 17, İtalya'nın yüzde 16, İspanya'nın yüzde 16 ve İngiltere'nin yüzde 12 düştü. AB'nin toplam ihracat kaybı ise yüzde 16. Asya Bölgesi de benzer kötüleşme işaretlerinin gözlemlendiği bir diğer bölge: Endonezya'nın ihracatı yüzde 12, Hindistan'ın yüzde 16 düştü. Dünya ticaret devi Çin, bu yıl toplam ihracatını yalnızca yüzde 1 artırabilirdi” derken, küresel ticaretteki gerilemenin birçok nedeni olduğuna dikkat çekti.

Bakan Zeybekci, gerilemenin asıl kaynağı olarak iki temel faktörün öne çıktığını bildirdiği değerlendirilmesinde, küresel ticaretin, 2014 yılı ortalarından itibaren petrol ve diğer ham madde fiyatlarındaki düşüş ve doların diğer paralara

karşı yükselişe geçmesiyle tüm dünyada önemli ölçüde gerilemeye başladığını vurgularken, doların yükselişinin dış ticaret verilerinin dolar cinsinden açıklanıyor olması açısından önemli bir faktör olduğunu belirtti.

Bütün dünya ülkelerinin dış ticaretlerini farklı paralarla yaptığını vurgulayan Zeybekci, “Örneğin birçok Avrupa ülkesi dış ticaretini avro cinsinden açıklıyor. Japonya yen, Çin yuan ile açıklıyor. Fakat daha sonra bunlar Dünya Ticaret Örgütü tarafından o ayki ortalama değerler ile dolara çevriliyor. Bazı Avrupa ülkeleri incelendiğinde, aslında avro bazında ihracatlarında artış olduğunu ancak dolara çevrilince yükselişin yerini gerilemeye bıraktığını görüyorsunuz. Bizim için de aynı faktör önem arz ediyor” ifadelerini kullandı.

Zeybekci, bu yılın ilk altı ayında ihracatın geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8,2 azalarak 73,5 milyar dolar olduğunu, ithalatın da benzer şekilde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,9 azaldığını ve 106,7 milyar dolar olduğunu anımsatarak, dış ticaret açığında bir düşüş söz konusu olduğunu bildirdiği değerlendirilmesinde ayrıca, ilk 6 ayda dış ticaret açığının yüzde 16,3 daraldığını ve 33,2 milyar dolara gerilediğinin de altını çizdi. Dış ticaret hacminin yüzde 9,8 düşüşle 180,2 milyar dolar olduğunu, ihracatın ithalatı karşılama oranının da bu yıl Ocak-Haziran dönemi için yüzde 68,9 seviyesinde gerçekleştiğini kaydeden Zeybekci, “Verilerimizi avro ile açıklıyor olsaydık, durum tam tersi olurdu” dedi.

PARİTE ETKİSİNİ HAFİFLETECEK ADIMLAR ATILYOR

Geçen yıl ilk ayda avro/dolar paritesi ortalamaasının 1,37 iken bu yıl 1,12 altına gerilediğini, yani yaklaşık yüzde 19 düşüğünü ifade eden Zeybekci, sadece bu nedenle ihracatta ciddi bir gerileme göründüğünü belirtti. Bunun miktar bazında gerileme olmadığını, buna özellikle dikkat edilmesi gerektiğini vurgulayan Zeybekci, miktar bazında ihracatta artışın devam ettiğini, fakat dolar bazında gerileme göründüğünü bildirdi. Zeybekci, değerlendirmesinde, “Türkiye dış ticareti avro ile açıklansaydı, ortaya bambaşka bir resim çıkardı” yorumunda bulunurken, dolar bazında 80 milyar dolardan 73,5 milyar dolara gerileme görüldüğüne işaret ederek, “Avro cinsinden hesaplıyor ve açıklıyor olsaydık 58,4 milyar dolardan 65,9 milyar dolara yükseliş olacaktı. Yani yüzde 8 gerileme yerine yüzde 13'e yakın artış olacaktı. İthalatımızda da benzer bir seyir görüyoruz. 2014'ün

ilk altı ayında 119,8 milyar dolar olan ithalatımız bu yılın aynı döneminde 106,7 milyar dolara geriledi. Yine miktar artışlarına rağmen parite kaynaklı bir gerileme söz konusu. Eğer avro cinsinden hesaplama yapıyor olsaydık 87,4 milyar dolardan 95,7 milyar dolara yükseliş olacaktı. Yani yüzde 10,9 gerileme yerine yüzde 9,5'e yakın artış olacaktı. Tabii bunları bir mazeret olarak öne çıkartmıyoruz. Amacımız konunun net olarak anlaşılmasını sağlamak. Yıl genelinde paritedeki gerileme, ihracatımıza 12,6 milyar dolar azaltıcı etki yapacak. Aynı şekilde ham madde fiyatlarındaki gerileme de ihracatımıza 10,7 milyar dolar civarında azaltıcı etki yapacak. Her ikisi toplamda 23 milyar dolar ediyor. Biz buna rağmen, bu etkileri hafifletici adımlar atıyoruz. Tabii ki ihracatımızda 23 milyar dolar düşüş olmayacak; biz bu etkiyi yüzde 70-80 oranında telafi ediyoruz” değerlendirilmesinde bulundu.

KÜRESEL PAZARDAKİ PAYIMIZ AZALMADI

Gerek ticaret heyetleri, gerek ihracat destekleri gerekse pazar ve ürün çeşitlendirme çalışmalarıyla bu yılın ilk altı aylık dönemde tam 237 adet ülke/bölgeye ihracat gerçekleştirildiğini, ihracatçı firma sayısının Ocak-Haziran itibarıyla yüzde 1,7 arttığını ve 53 bine ulaştığını vurgulayan Zeybekci, açıklamasına şöyle devam etti:

“2015 Ocak-Haziran döneminde avro ile gerçekleştirilen ihracat 2014 yılı aynı döneme göre yüzde 8,6 artış kaydederek 28,2 milyar avroya ulaştı. Yine avro ile gerçekleştirilen ithalat aynı dönemde yüzde 14 artışla 30,2 milyar avro oldu. Ancak, 2014 yılı ikinci yarıdan itibaren değer kaybeden parite, dolar cinsinden ihracat ve ithalatın değerini düşürüyor. Ocak-Haziran döneminde ihracatta parite kaynaklı 7,2 milyar dolar, ithalatta ise 7,8 milyar dolarlık gerileme yaşandı. Tüm bu olumsuz koşullara rağmen

küresel ihracattaki konumuzda önemli bir kayıptan bahsetmek doğru olmaz. 2013 yılı sonunda dünya ihracatındaki payımız binde 9 iken şu anda binde 9,2 seviyesinde. Bu şimdiye dek ulaşılan en yüksek ikinci değer. Bir başka ifadeyle, pazar payımızda herhangi bir kayıp olmadığı görülüyor. Benzer şekilde en önemli ticaret partnerimiz AB'nin toplam ithalatındaki bizim ihracat payımız Mayıs itibarıyla yüzde 1,15 düzeyinde. Bu rakam şu ana kadar yakalanan en yüksek ikinci düzey.”

YILSONUNA DOĞRU İYİLEŞME OLACAK

Zeybekci, Ekonomi Bakanlığı olarak yılsonuna kadar ay ay ne kadar ihracat ve ithalat yapılacağına bilindiğini de ifade ettiği değerlendirilmesinde, sadece Türkiye ekonomisindeki gelişmeleri değil tüm dünya ekonomilerini anlık olarak izlediklerini, şu ana kadar geçen süreçte elde edilen sonuçların beklentilerle birebir uyumlu olduğunu vurguladı.

Eylül ayından itibaren parite ve ham madde fiyatlarındaki gerilemenin negatif etkisinin tedricen azalmaya başlayacağına dikkati çeken Zeybekci, “Fakat yıl başından itibaren çeşitli vesilelerle ifade ettiğimiz gibi bu yıl dış ticarete dünyada ve Türkiye’de gerileme olacak. Bavul ticareti ve serbest bölgelerden yapılan net ihracatı da eklediğimizde gerçek ihracatımız yılsonunda 160 milyar dolar civarında gerçekleşecek. Parite ve ham madde fiyatlarındaki gerilemenin ihracatı azaltıcı etkisini yüzde 70-80 oranında telafi ediyoruz. İhracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 70'in üzerinde olacak. Küresel şartlar her ne olursa olsun, Cumhuriyetimizin 100'üncü kuruluş yıl dönümü olan 2023 yılı için belirlenen 500 milyar dolar mal ihracatı hedefine ulaşmak için kamu, reel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla hep beraber tek yumruk olarak, var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz” dedi.



Gücünü ve Potansiyelini Keşfet



İKİNCİ YARIYILDAN UMUTLUYUZ

Kötü başlangıca rağmen 2015 yılının ikinci yarısı için umutlarını korumaya devam ettiklerini söyleyen AKİB Koordinatör Başkanı Bülent Aymen, AB'de yaşanan iyileşmenin yanı sıra İran'a yaptırımların kademeli olarak kalkması ve Türkiye-İran arasındaki Tercihli Ticaret Anlaşması'nın ihracatımıza olumlu yansımalarının beklendiğini dile getiriyor.

2015 yılı, ihracatımız açısından maalesef beklentilerimizin altında seyrediyor. İlk altı aylık Türkiye geneli ihracatında yaşanan yüzde 8'lik kayıp, Ocak-Temmuz döneminde yüzde 9 düşüşle 84 milyar 370 milyon dolar olarak gerçekleşti. İhracattaki düşüşte emtia fiyatlarındaki gerileme nedeniyle oluşan fiyat baskısı ve dünya ithalatındaki düşüş etkili olurken, avro/dolar paritesindeki kayıpların etkisini de önemli ölçüde hissediyoruz. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ortalama 1,34 seviyesinden 1,09 seviyelerine düşen paritenin negatif etkisi aylık bazda 1,5 milyar doları bulmuş durumda. FED'in faiz artıracağına yönelik artan beklentiler finansal piyasaları daha da hareketlendirirken, kurlar üzerinde de baskı oluşturmaya devam ediyor ve bu durum özellikle dolarla borçlanmış firmalarımızı tedirgin ediyor. İçinde bulunduğumuz dönemde genel olarak firmaların ve piyasaların önünü görememesi kaynaklı bir durağanlıktan söz edebili-

riz. Buna bir de yakın coğrafyamızdaki siyasi belirsizlikler ve bölgenin istikrarsızlığı ekleneince, tablo daha da ağırlaşıyor. Söz konusu pazarlarda yaşanan sıkıntı aynı zamanda lojistik açıdan sıkıntılar doğurması sebebiyle, diğer pazarlarımızda da sorun yaşamamıza sebep oluyor.

Tüm bu olumsuz faktörlere rağmen 2015 yılında Türkiye'nin büyüme beklentisi yüzde 3-3,5 civarında. 2015 yılında gelişmiş ülkelerin yüzde 2,4 ve gelişmekte olan ülkelerin ise yüzde 4,3 civarında büyümesi bekleniyor.

İRAN PAZARINDAN UMUTLUYUZ

Kötü başlangıca rağmen 2015 yılının ikinci yarısı için biz, ihracatçılar olarak, umudumuzu korumaya devam ediyoruz. Avrupa Birliği'nde yaşanan iyileşmenin yanı sıra İran ile P5+1 ülkeleri arasındaki görüşmelerin olumlu sonuçlanmasıyla birlikte İran'a

yaptırımların kademeli olarak kalkmasını, İran Riyali'nin istikrara kavuşmasını ve İran'ın uluslararası bankacılık sistemine entegrasyonunun kolaylaşmasını bekliyoruz. Söz konusu gelişmenin yanı sıra İran ve ülkemiz arasında geçtiğimiz yıl Kasım ayında imzalanan Tercihli Ticaret Anlaşması'nın da ülkemiz ihracatına olumlu yansıtacağı; uluslararası ambargonun kademeli olarak hafifletilmesiyle, potansiyelinin altında seyreden İran ile ticaretin, ihracatçılarımız adına önemli fırsatlar barındıracağını düşünüyorum. Diğer yandan İran, ihracatçılarımızın Orta Asya pazarlarına açılımı noktasında en kısa güzergâh olmasıyla da ayrı bir önem taşıyor. Bu anlamda, imzalanan anlaşma ve ikili ilişkilerin geliştirilmesi, coğrafi ve kültürel bağlarını ticaretine yeterince yansıtamamış iki ülke ticaretinin potansiyeline ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Yıla iyi başlamasak da gelecek adına karamsar değiliz. İhracatımızın neredeyse yarısını

gerçekleştirdiğimiz Avrupa Birliği'ndeki toparlanma, ihracatçılarımız için önemli. Bu kapsamda Gümrük Birliği'nin revizyonuna ilişkin AB ile devam eden görüşmeleri çok önemsiyoruz. Gümrük Birliği Anlaşması'nın imzalanmasının üzerinden 20 yıl geçmesine rağmen anlaşmada tarım, hizmetler ve kamu alımları sektörlerinin bulunmaması, taşımacılık kotaları ve Serbest Ticaret Anlaşmalarından otomatik olarak Türkiye'nin yararlanamaması, ekonomik ilişkilerin daha da gelişmesine engel oluyor. Özellikle AB'nin bir STA imzaladığında bunun Türkiye için de otomatik olarak uygulanacağına dair hüküm olmaması nedeniyle ihracatçılarımız haksız rekabete maruz kalıyor. Müzakereleri devam eden AB'nin ABD ile imzalayacağı Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması (TTYO) yaratacağı haksız rekabet ortamından dolayı ihracatçılarımızı tedirgin ediyor. Türkiye'nin TTYO'ya doğrudan taraf olamaması ya da ayrı olarak ABD ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalamaması durumunda, dış ticaretimiz mutlaka olumsuz etkileyecektir.

Dış konjonktür, devletlerarası yürütülen görüşmeler ve alınan kararlar kadar ihracatçılarımızın ne yaptığı da çok önemli. 2023 yılı hedeflerimize ulaşmak adına devlet gerekli altyapıyı sağlarken ihracatçılarımız da bil fiil sahada olmak durumunda. Bizler de ihracatçıların meslek örgütü olarak, Türkiye İhracatçılar Meclisi ile birlikte, sahadaki ihracatçılarımızın yanında olmaya gayret ediyoruz. Ur-Ge projeleri, heyet ve fuar etkinlikleri ile sektörün pazar payını genişletmesi noktasında sektöre destek olmanın yanında, dış ticaret alanında yürütülen eğitimlerle

sektörün nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması hedefleniyor. Ayrıca, sorumluluk sahalarımızdaki üniversitelerle her geçen gün artan ilişkilerimizin firma ve kurum bazında etkilerini daha fazla hissediyor ve bu ilişkileri artırmaya çalışıyoruz. Diğer taraftan firmalardan gelen bildirimler ve sektörün ihtiyaçları doğrultusunda olgunlaşan fikirleri ulusal politika yapıcılara ulaşturmaya da devam ediyoruz.

Bununla birlikte, sektörlerin ürün gamını katma değerli ürünlerle genişletmek ve yapısal dönüşüme katkıda bulunmak üzere, tüm Türkiye'de inovasyon kültürünün yayılması için çalışmalar yürütüyoruz. Bu kapsamda ihracatçı birlikleri tarafından yıllardır düzenlenen Tasarım Yarışmaları ve Ar-Ge Proje Pazarı etkinliklerine ilave olarak, bu yıl 5-6 Kasım tarihlerinde, Adana'da İnovasyon

Haftası organize edeceğiz. Adana ve bölgenin inovasyon altyapısının bir üst seviyeye taşıyacağı İnovasyon Haftası'nda, yerli ve yabancı birçok konuşmacı sunumlar gerçekleştirecek; eş zamanlı workshoplar ve kariyer günü etkinlikleriyle Adana İnovasyon Haftası çok verimli bir çalışma olacak.

Bütün bu veriler ışığında ve özveriyle çalışmaya devam eden ihracatçılarımız sayesinde, önümüzdeki dönemde ihracatımız açısından umutlu olduğumuzu belirtmek isterim. İhracatçılarımız için durağan ve tedirgin başlayan 2015 yılının ikinci yarısının daha olumlu geçmesini temenni ederken, ihracatçılarımızın tükemize döviz kazandırmak ve istihdam yaratmak için her koşulda var güçleriyle çalışarak ekonomik büyümenin lokomotifini olmaya devam edeceklerine olan inancımızı korumaya devam ediyoruz.



➤ AKİB OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (DOLAR)

SEKTÖRLER	Haziran 2015	Değişim (%)	Ocak-Haziran 2015	Değişim (%)
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	346.687.256	-5	2.075.979.869	-5
Çelik	73.443.262	-4	567.616.916	-6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	92.760.812	-8	549.269.065	-17
Tekstil ve Hammaddeleri	74.494.483	0	439.692.752	-8
Yaş Meyve ve Sebze	48.051.785	20	431.826.538	-13
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	47.243.334	6	261.788.585	-2
Demir ve Demir Dışı Metaller	33.462.144	-11	196.078.032	-24
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	31.741.220	-1	191.059.787	-3
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	11.681.897	-45	123.043.956	-31

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı
ZEKİ KIVANÇ



İRAN'A YAPILAN İHRACAT MİKTAR BAKIMINDAN İKİ KATA YAKIN ARTARKEN, DEĞER BAKIMINDAN İSE YÜZDE 41'LİK BİR ARTIŞ SAĞLANDI.

Geçtiğimiz yıl Ekim ayından bu yana dolar-daki değer artışı, sadece tekstil ve hammaddeleri sektöründe değil tüm üretici sektörler ve mal ticaretinde önemli bir fiyat baskısı oluşturuyor. Bu baskı sonucunda küresel ticaret hacminde oluşan daralma, yüzde 10 seviyelerine kadar yükseldi.

Küresel piyasalardaki bu seyir, hammaddesini dolarla ithal eden ancak nihai ürününü avro bazında ihraç eden Türkiye tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatını da olumsuz yönde etkilemeye devam ediyor. Türkiye genelinde sektör ihracatı Haziran ayında geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 4

oranında gerileyerek 681 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Haziran ayında Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 6 seviyesindeydi.

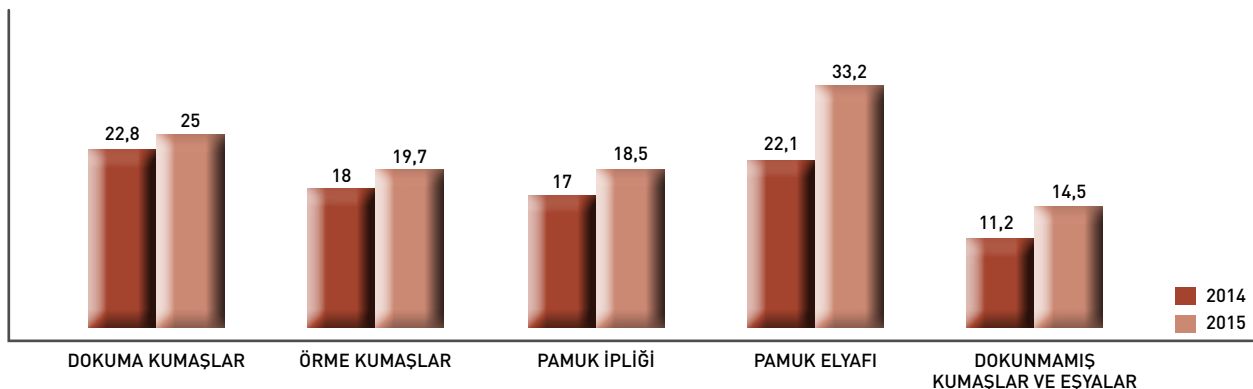
Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği de bu sıkıntılı dönemde kayıplar yaşadı. Haziran ayında sektör ihracatı, geçen yıla göre hemen hemen aynı kalarak 74,5 milyon dolar olarak gerçekleşse ve Türkiye geneli sektör ihracatından yüzde 11 pay alma başarısı sergilese de Ocak-Haziran döneminde tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı, geçen yıl aynı döneme göre yüzde 8 kayıpla 439,7 milyon dolarda kaldı.

Yılın ilk yarısında Türkiye geneli tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı ürün grupları bazında değerlendirildiğinde; dokuma kumaş ürünlerinin 1,46 milyar dolar ve yüzde 37 pay ile ilk sırada, örme kumaşların 732 milyon dolar ve yüzde 18 pay ile ikinci sırada, dokunmamış kumaş ve eşyaların ise 632 milyon dolar ve yüzde 16 pay ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor. İplik ve elyaf ürünleri ihracatındaki artış ise sektör ihracatının miktar bakımından artmasında da belirleyici bir rol oynadı.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Tekstil ve Hammaddeleri	4.519.281	3.996.909	-11,56	5,46	479.918	439.693	-8	11
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK-HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON

Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamlarına göre; Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13,28 oranında bir düşüş kaydederek 8,17 milyar dolar olarak gerçekleşti. Sektörün bu dönemde Türkiye toplam ihracatından aldığı pay ise yüzde 11,15 oldu. Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin 2015 yılı Ocak-Haziran ayları sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 191 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bu rakam, bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla sektör ihracatında yüzde 3 oranında bir düşüşe işaret ediyor.

Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Ocak-Haziran dönemi ürün grubu bazında incelendiğinde ise bayan dış giyim 4,4 milyar dolar ile ilk sırada yer aldığı görülüyor. Toplam sektör ihracatından yüzde 54 pay alan bayan dış giyimi, 1,5 milyar dolar ile bay dış giyim ve 581 milyon dolar ile giyim aksesuarları izliyor.

Ülkeler bazında ise Ocak-Haziran döneminde Türkiye hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün en büyük paydaşı, 1,5 milyar

OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE SEKTÖRÜN EN BÜYÜK PAYDAŞI, 1,5 MİLYAR DOLARLIK İHRACATLA ALMANYA OLDU.

dolarlık ihracat hacmiyle Almanya oldu. Bu dönemde Almanya, toplam sektör ihracatından yüzde 19 pay alırken, İngiltere 1 milyar dolarlık ihracatla ikinci, İspanya ise 725 milyon dolarlık ihracatla üçüncü sırada yer aldı. AKİB ihracatçılarının aynı dönemde gerçekleştirdikleri ihracatta bayan dış giyim yüzde 45 pay ile ilk sırada yer alırken, bay dış giyim

yüzde 23 ile ikinci sırada, diğer hazır eşyalar ise yüzde 10 ile üçüncü sırada yer alıyor. Bu çerçevede, Ocak-Haziran döneminde Romanya, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği ihracatında yüzde 21 pazar payı ile ilk sırada yer alırken, Almanya yüzde 14 ile ikinci sırada, İspanya ise yüzde 11 ile üçüncü sırada yer alıyor.

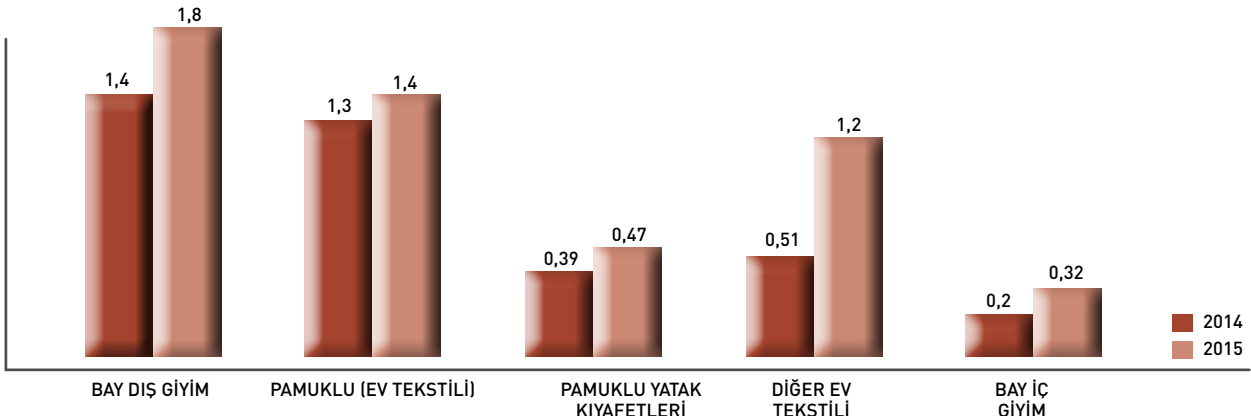


Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı
HAYRİ UĞUR

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	9.422.856	8.171.846	-13,28	11,15	196.053	191.060	-3	2,34
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK-HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



YAŞ MEYVE SEBZE

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı
ALİ KAVAK



SEKTÖR, 2016 YILINDAN İTİBAREN DÜNYANIN EN KALABALIK ÜLKESİ ÇİN'E DE ÜRÜN SATMAYA HAZIRLANIYOR.

Olumsuz hava koşullarının yanı sıra ihracat pazarlarımızda yaşanan siyasi ve ekonomik sorunlar, bu yıl yaş meyve sebze sektörünü oldukça derinden etkiliyor. Sektör ihracatının yüzde 65'inin gerçekleştirildiği Rusya pazarında rublenin aşırı değer kaybetmesi, ihracatçılarımıza büyük kayıplar yaşattı.

Bu süreçte, Rusya'nın AB ülkelerine uyguladığı ambargonun abartılarak kamuoyuna yansıtılması nedeniyle ortaya çıkan spekülasyonlar arz talep dengesini bozarken, ürün fiyatlarındaki beklenmeyen artışlar gerek ihracatçı gerekse üreticiler nezdinde hazin sonuçlara yol açtı.

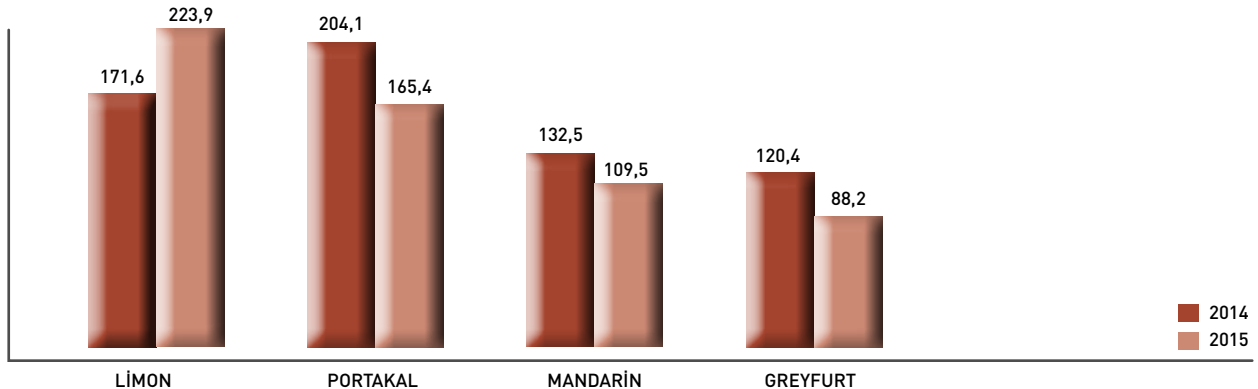
Ocak-Haziran döneminde Türkiye geneli yaş meyve ve sebze ihracatı, miktarda yüzde 10 ve değerinde yüzde 13 oranında düşüş yaşayarak, 993,5 milyon dolar olarak gerçekleşti. İhracat alt ürün grupları bazında incelendiğinde ise narenciye ihracatının 315,5 milyon dolarla miktarda yüzde 7, değerinde yüzde 14 düşüş yaşadığı; taze sebze ihracatının 417,2 milyon dolarla miktarda yüzde 25, değerinde ise yüzde 19 oranında düşüş yaşadığı; taze meyve ihracatının da 243,7 milyon dolarla miktarda yüzde 33 artış göstermesine rağmen değerinde yüzde 1 oranında düşüş yaşadığı izleniyor. Aynı dönemde en çok ihracat edilen ürünler domates, limon, portakal ve kiraz-vişne olurken, en çok ihracat yapılan ülkelerse Rusya, Irak, Almanya ve Romanya oldu. Bu dönemde AKİB kanalıyla yapılan ihracat ise tüm birlikler arasında 431,8 milyon dolar ve yüzde 43 payla en fazla olarak kayda geçti.

Bununla birlikte tarımın modernizasyonu ve yeni Pazar arayışlarına son vermeye sektör, 2016 yılından itibaren dünyanın en kalabalık ülkesi Çin'e de ürün satmaya hazırlanıyor.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Yaş Meyve ve Sebze	1.145.406	995.194	-13,11	1,36	497.731	431.827	-13	43,39
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

OCAK-HAZİRAN 2015 TÜRKİYE GENELİ NARENCİYE İHRACATI (MİKTAR/BİN TON)



SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER

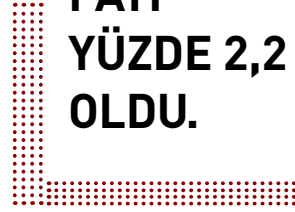
Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamlarına göre, Türkiye su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatı, geçtiğimiz yılın eş değer dönemine göre yüzde 19,2 oranında bir düşüş kaydederek, 918,982 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Ocak-Haziran dönemi Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 2,2 oldu.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 123 milyon dolarlık su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bu rakam, bir önceki yılın eş değer dönemine göre sektör ihracatında yüzde 31 oranında bir düşüş yaşandığına işaret ediyor.

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Ocak-Haziran ayı sektörel ihracatı iller bazında incelendiğinde Adana'nın 41,349 milyon dolar ile ilk sırada yer aldığı görülürken, Adana'yı sırasıyla Mersin ve Hatay takip ediyor.

Benzer şekilde, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri İhracatçıları Birliği Ocak-Haziran dönemi ihracatı, ülkelere göre

SEKTÖRÜN OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ TÜRKİYE TOPLAM İHRACATINDAKİ PAYI YÜZDE 2,2 OLDU.



değer bazında incelendiğinde ise Irak'ın 54,144 milyon dolarla ilk sırada olduğu ve bu ülkeyi 19,383 milyon dolarla Suriye ve 12,717 milyon dolarla Lübnan'ın takip ettiği görülüyor.

Diğer yandan, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin Ocak-Haziran dönemi ürün ihracatı değer

bazında incelendiğinde de kümes hayvanları etlerinin yüzde 29,6 pay ve 36,466 milyon dolarla ilk sırada yer aldığı; yumurta ürünlerinin yüzde 26,3'lük pay ve 32,381 milyon dolarla ikinci sırada yer aldığı; balıklar ve su ürünlerinin ise yüzde 19,8'lik pay ve 24,375 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldığı görülüyor.

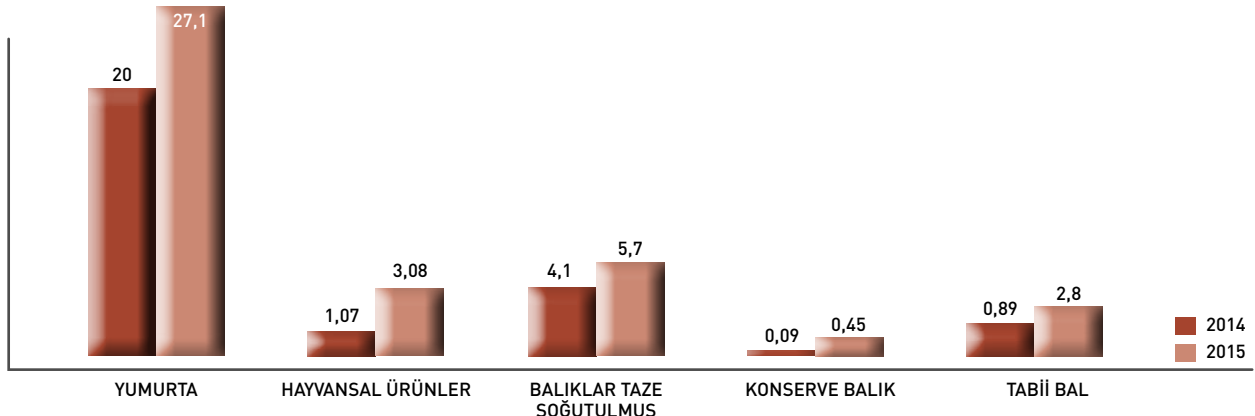


Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı
ALİ CAN YAMANYILMAZ

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	1.137.283	918.982	-19,19	1,25	178.775	123.044	-31	13,39
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK-HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



DEMİR VE DEMİRDİŞİ METALLER

Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı
ADNAN ERSOY ULUBAŞ



ORTA DOĞU VE KUZAY AFRİKA ÜLKELERİNE OLAN İHRACATININ YÜKSELİŞ TRENDİNE GİRMESİ OLUMLU.

yükseliş trendine girmesi, yılın ikinci yarısı için olumlu bir gelişme olarak değerlendiriliyor.

Küresel ölçekte bakıldığında, tüm dünyada doların değer kazanması ve avro/dolar paritesindeki düşüş, ihracat üzerinde baskı oluşturmaya devam ediyor. Diğer yandan Türkiye'nin yoğun siyasi gündemi de firmaların ve piyasaların önünü görememesine neden oluyor ve ekonomide bir durağanlık oluşturuyor. Yakın bölgelerimizdeki siyasi belirsizlikler ve güvenlik endişeleri ise özellikle ihracatın lojistiği noktasında sorun yaratmaya devam ediyor.

Ancak AB'deki toparlanma, ihracatçıların beklentilerini olumuyor. Son veriler AB'ye ihracatın avro bazında arttığını gösterirken, İran'a uygulanan uluslararası ambargonun kademeli olarak hafifletilecek olması da sadece İran'ın değil tüm bölgenin dış ticaretini güçlendirecek bir adım olarak Türk ihracatçılarının iştahını kabartıyor. Son yıllarda yıldızı yükselen Afrika pazarı da ihracatçılar için önemli bir alternatif olarak karşımızda duruyor.

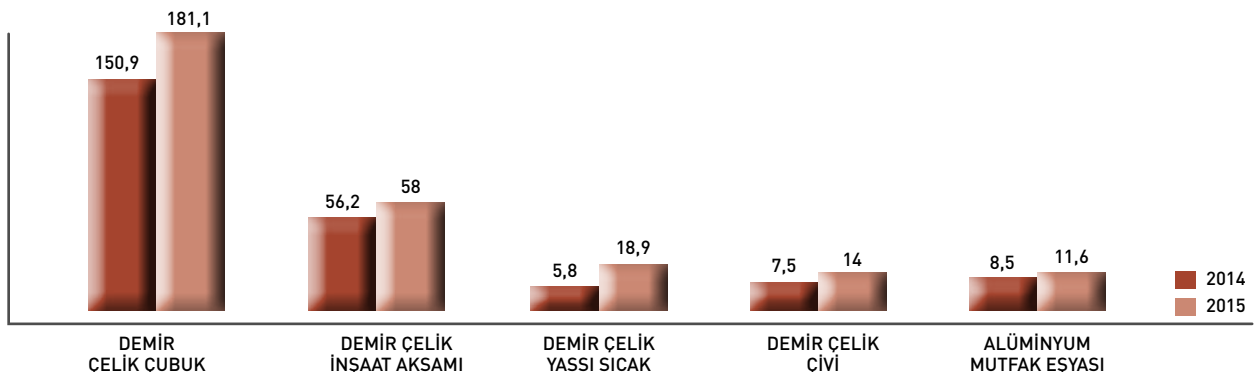
Türk demir ve demir dışı metaller ile çelik sektörü, yıla arzu edilen şekilde başlamadı. Ocak-Haziran döneminde Türkiye ihracatı yüzde 8 düşüşle 73 milyar 261 milyon dolar olarak gerçekleşirken, demir ve demir dışı metaller ile çelik sektöründeki düşüş ise yüzde 20'ye ulaştı. Sektör

ihracatı küresel piyasalardaki emtia fiyatlarındaki düşüşün de etkisiyle miktarda yüzde 8 civarında azalırken, değerde ise yüzde 20 oranında azalış gösterdi. Bununla birlikte sektörün en önemli ihracat pazarlarından olan Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerine olan ihracatının yeniden

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Demir ve Demir Dışı Metaller	3.650.871	3.130.190	-14,26	4,27	259.545	196.078	-24	6,26
Çelik	7.004.990	5.346.532	-23,68	7,30	603.564	567.617	-6	10,62
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK-HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (DEĞER/BİN DOLAR)



KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ

Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, geçen yılın eş değer dönemine göre yüzde 10'luk kayıpla, 8 milyar dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Ocak-Haziran dönemi Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 10,8 oldu. Diğer yandan Ocak-Haziran dönemi sektörel ihracatı alt gruplar olarak incelendiğinde de ilk sırayı alan mineral yakıtlar ve yağlar, plastik ve mamulleri ile anorganik kimyasallarda miktar bazında yaşanan artışların değer bazında görülemediği dikkat çekiyor.

Ocak-Haziran dönemi AKİB sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde ise 2,075 milyar dolarlık kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yılın eş değer dönemine göre sektör ihracatında yüzde 5 oranında bir düşüş yaşanırken, değer bazında en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke 380 milyon dolarlık ihracatla Birleşik Arap Emirlikleri Irak oldu. Ocak-Haziran dönemi değer bazında ihracatında öne çıkan diğer ülkelerse Mısır, Malta, Suudi Arabistan ve Singapur olarak sıralanıyor. Bu dönemde Birleşik Arap Emirlikleri,

OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNDE, UÇUCU YAĞLAR VE KOZMETİKTE YÜZDE 50 ORANINDA ARTIŞ SAĞLADIK.



Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçı Birliği Başkanı
ALİ UĞUR ATEŞ

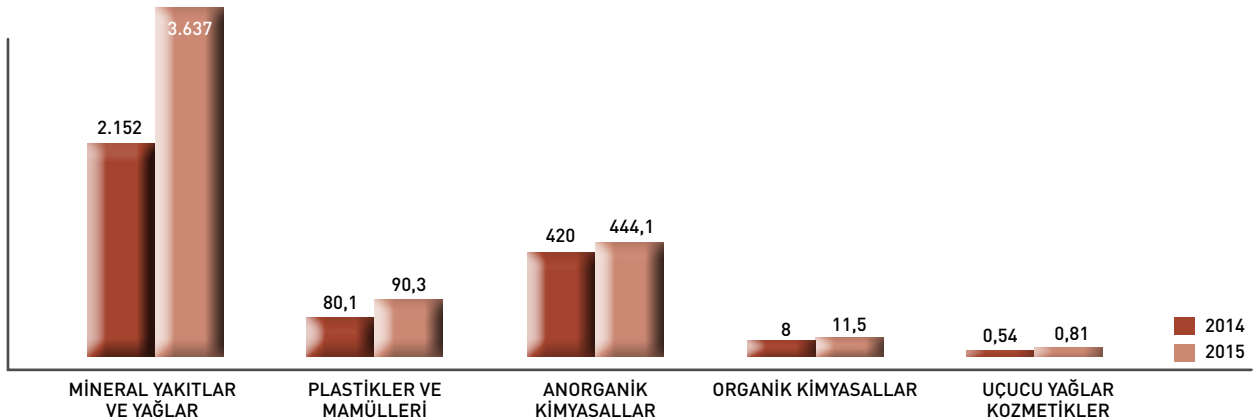
Suudi Arabistan, Singapur ve İspanya'ya yapılan ihracatın hem miktar hem de değer olarak gösterdiği artışlara dikkat çekici. Alt ürün grupları bazında Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçı Birliği'nin Ocak-Haziran döneminde en çok ihracat gerçekleştirdiği ürün mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünleri olurken, bu ürün

grubunda yüzde 70'e ulaşan miktarsal artışa rağmen, değer bazında değer bazında yüzde 5 kayıp yaşandığı izleniyor. Benzer şekilde, plastik ve mamullerinde yüzde 12,7 oranındaki artışa rağmen değer bazında yüzde 7,2; uçucu yağlar ve kozmetiklerde ise yüzde 50 oranındaki artışa rağmen değer bazında yüzde 11,2'lik düşüş yaşanması dikkat çekiyor.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	8.884.845	7.965.656	-10,35	10,87	2.188.097	2.075.980	-5	26,06
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK-HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı
BÜLENT AYMEN



SEKTÖRÜN OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ TÜRKİYE TOPLAM İHRACATINDAKİ PAYI YÜZDE 2,8 OLDU.

Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı, geçen yılının eş değer dönemine göre yüzde 11,2 oranında bir düşüş kaydederek, 2 milyar 15 milyon 401 bin dolar olarak gerçekleşti. Sektörün Ocak-Haziran dönemi Türkiye toplam ihracatındaki payı ise yüzde 2,8 oldu. Diğer

yandan Ocak-Haziran dönemi sektörel ihracatı alt gruplar bazında incelendiğinde de ilk sırayı kağıt, karton ve matbu yayınların aldığı ve genel olarak tüm alt gruplarda ihracat kayıpları yaşandığı izleniyor. Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin Ocak-Haziran dönemi sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğin-

de ise 261 milyon 789 bin dolar mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yılın eş değer dönemine göre sektör ihracatında yüzde 2 oranında bir düşüş yaşanırken, Ocak-Haziran dönemi ihracatı alt grup bazında değerlendirildiğinde mobilyaların ilk sırayı aldığı; en güçlü artışına yüzde 11,6 ile kağıt, karton ve matbu yayınlar alt grubunda yaşandığı görülüyor.

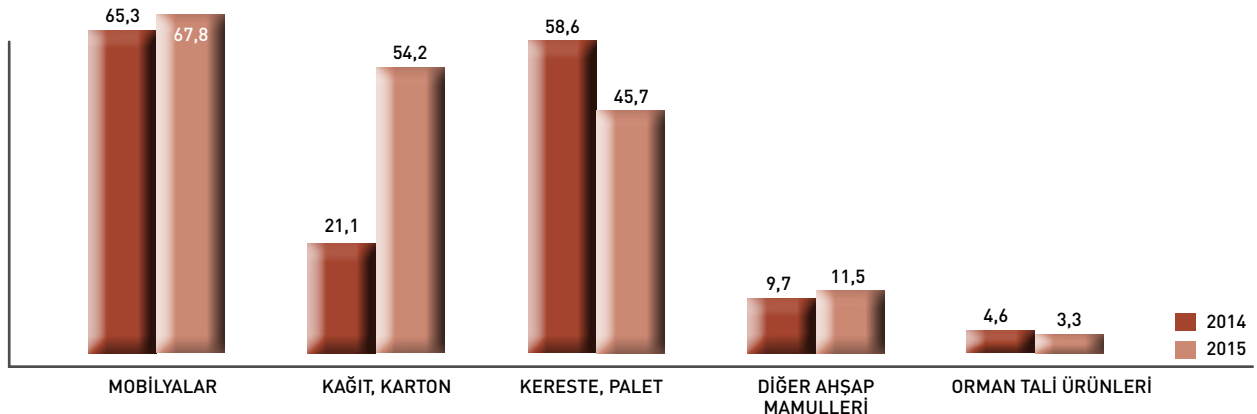
Türkiye geneli Ocak-Haziran döneminde, değer bazında en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke Irak olurken, İran ikinci sırada yer aldı. Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin Ocak-Haziran dönemi değer bazında ihracatında öne çıkan ülkeler ise Irak ve Suudi Arabistan oldu.

Türkiye ve AKİB geneli sektör ihracatında, Ocak-Haziran döneminde değer bazında birinci sırayı yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilya ürünleri alırken, aynı dönemde İstanbul İhracatçı Birlikleri ve Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği en çok ihracat kaydı gerçekleştiren ihracatçı birlikleri oldu.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	2.270.717	2.015.401	-11,24	2,75	266.956	261.789	-21	2,99
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



HUBUBAT, BAKLIYAT, YAĞLI TOHUMLAR

Türkiye geneli hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün Ocak Haziran dönemi ihracatı değerlendirildiğinde, 3 milyar dolarlık sektör ihracatı içerisinde pastacılık ürünlerinin 742 milyon dolarlık değer ve yüzde 24'lük payı ile ilk sırada yer aldığı görülüyor. Aynı dönemde en fazla ihracatı gerçekleştiren ürün ise 455 milyon dolarlık değer ve toplam sektör ihracatı içerisindeki yüzde 15'lik payı ile buğday unu olurken, en çok ihracat 849 milyon dolar ve yüzde 28'lik payla Irak olarak dikkat çekiyor. Irak'ı, sırasıyla Suriye ve Sudan takip ediyor. AKİB Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin Ocak-Haziran dönemi ihracatı değerlendirildiğinde de 549,2 milyon dolarlık sektör ihracatı içerisinde pastacılık ürünlerinin 173,5 milyon dolarlık değer ve yüzde 32'lik payla ile ilk sırada yer aldığı; aynı dönemde 83,3 milyon dolarlık değer ve yüzde 15'lik payla en çok kırmızı mercimek ihracatı gerçekleştirdiği-

OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ İHRACATIMIZDA IRAK 127 MİLYON DOLAR İHRACAT VE YÜZDE 23'LÜK PAYLA İLK SIRADA YER ALDI.



Akdeniz Hububat, Bakliyat ve Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı
MAHMUT ARSLAN

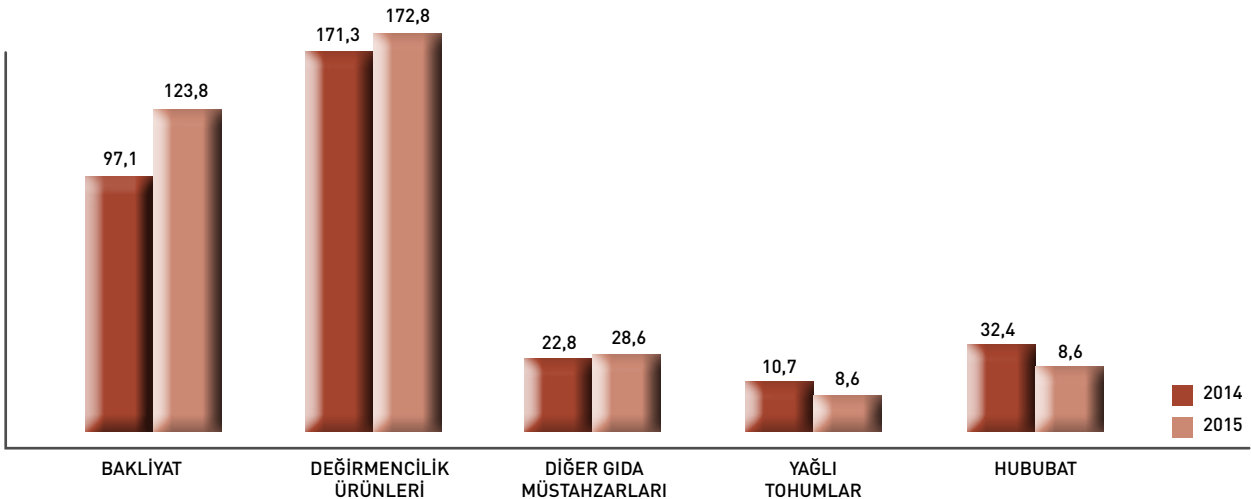
miz izleniyor. Diğer yandan, AKİB Hububat Bakliyat ve Yağlı Tohumlar İhracatçıları Birliği'nin Ocak-Haziran dönemi değer bazındaki ihracatı ülkelere göre incelendiğin-

de ise Irak'ın 127 milyon dolarlık ihracat ve yüzde 23'lük oranıyla ilk sırada yer aldığını, bu ülkeyi sırasıyla Suriye ve Libya'nın takip ettiğini görüyoruz.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE 2015 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	TÜRKİYE OCAK-HAZİRAN				AKİB OCAK-HAZİRAN			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar	3.418.037	3.063.323	-10,38	4,18	662.656	549.269	-17	17,93
TOPLAM	79.694.902	73.261.245	-8,07	100	6.277.300	5.660.967	-10	7,73

SEÇİLİ ÜRÜNLERDE OCAK HAZİRAN 2015 DÖNEMİ İHRACAT RAKAMLARI (MİKTAR/BİN TON)



NARENCİYE GÖZÜNÜ ÇİN'E DİKTİ

Hem konjonktürel sorunlar hem de küresel para hareketleri belirsizliğini korusa da, Narenciye Tanıtım Grubu, Türk narenciyesinin hedef pazarlarda en iyi şekilde yer bulmasını amaçlıyor, yeni pazar arayışlarına ise ara vermeden devam ediyor.



Narenciye sektörü, 3,8 milyon ton üretim ve 1,6 milyon tonluk 942 milyon dolar değerindeki ihracatıyla, özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerinde doğrudan ya da dolaylı olarak yaklaşık beş milyonluk bir nüfusun geçimini sağlayan son derece önemli bir sektördür.

Türk narenciyesinin yüksek kalitesi ve eşsiz doğal lezzeti düşünüldüğünde, üretiminin yüzde 40'ından fazlasının neden ihracata ayrıldığı anlaşılabilir. Bu noktada, Narenciye Tanıtım Grubu, yurt içi ve yurt dışı talebini artırmak adına kaliteli üretim planlaması ve doğru pazarlama kanallarının

kullanımı enstrümanlarını organize biçimde ve ülke politikası olarak yürütmek amacıyla 2007 yılında kuruldu. Pazardaki rekabeti destekleyecek ve ürünlerimizin kalitesini vurgulayacak Türk Marka imajı yaratmak açısından Narenciye Tanıtım Grubu, sektör ve Türkiye için oldukça önemli. Bu anlamda NTG'nin temel misyonu, yurt içinde tüketimi ve talebi artırmak, yurt dışında ise narenciye meyvelerinde Türk Mali imajının ön plana çıkarılarak markalaşma sürecinin tamamlanması ve pazarlama, tanıtım faaliyetlerine hız verilmesi suretiyle yurt dışı talep, fiyat ve rekabet istikrarının sağlanması şeklinde öne çıkıyor.

Halen, geçtiğimiz yıl başlayan ve ihracatımız yoğun olarak etkileyen jeostratejik sorunlarla mücadele eden narenciye sektörünün b u g ü n ü

ve geleceğini, NTG Başkanı ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak'a sorduk.

Geçen yıl, narenciye üretici ve ihracatçısı için nasıl geçti? NTG'nin 2015-2016 sezonuna yönelik öngörülerini, beklentilerini öğrenebilir miyiz?

Türkiye, 2014 yılında 3,8 milyon ton narenciye üretimiyle Akdeniz Havzası'ndaki en büyük üreticilerden, 1,6 milyon tonluk ve 942 milyon dolarlık ihracatıyla da dünyada en fazla narenciye ihracatı yapan ilk beş ülkeden biri. Dünya toplam narenciye üretiminin yüzde 2,75'ini biz gerçekleştiriyoruz. Diğer yandan, Türkiye narenciye üretiminin yüzde 84,2'si ise Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin de bulunduğu Akdeniz Bölgesi'nde sürdürülüyor. Narenciye bahçelerimiz, Türkiye'de yaklaşık 127 bin 342 hektar büyüklüğünde bir alanı kaplıyor. Ana ürünlerimizden limonun yüzde 81'i, geyfurtun yüzde 95,6'sı, portakalın yüzde 53'ü, mandalınanın yüzde 72,2'si Mersin, Adana ve Hatay'da gerçekleştiriliyor.



Geçtiğimiz yıl, çeşit olarak baktığımızda 1 milyon ton mandalina, 600 bin ton portakal, 725 bin ton limon ve 230 bin ton greyluft ihracatı gerçekleştirdik. Toplam ihracatımız 942 milyon dolara ulaştı. İhracatımızın üçte birlik kısmını Rusya'ya gerçekleştirilirken; Irak, Ukrayna, Suudi Arabistan, Romanya ve Almanya diğer önemli pazarlarımız oldu. Bu yılın ilk altı ayında ise 316 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Bu çerçevede, 2015'in önceki yıllardan çıkarımlarını yapmış, üretici, ihracatçı ve kamu sektörünün iş birliği içinde bir sezon olacağını umut ediyoruz. Uluslararası piyasalarda rekabetin son derece arttığı narenciye sektöründe, yüksek kalitesi ve doğal lezzetiyle "Türk Narenciyesi"nin farkındalığının en üst seviyeye çıkarılması temel hedefimizdir.

Türkiye'deki narenciye tarımı son 25 yıldır önemli gelişmeler gösteriyor: Kara, deniz ve hava ulaşımındaki gelişmelerin yanı sıra paketlenme, konserveleme ve toplama tesisleri ile soğuk hava depolarındaki gelişmeler, bu büyümenin önümüzdeki yıllarda hızla devam edeceğinin de işaretlerini sunuyor. 2015-2016 sezonu henüz aktif bir şekilde başlamadı ama ihracatçılarımız geçen sezondan edinilen tecrübelerden yola çıkarak daha temkinli ve dikkatli adımlarla ilerliyor. Biliyorsunuz hem konjonktürel meseleler hem de küresel para hareketleri belirsizliğini koruyor. Buna rağmen bizim hedefimiz, Türk narenciyesinin hedef pazarlarda en iyi şekilde yer bulması ve yeni pazarlar için potansiyel teşkil etmesidir.

Bu yılın en önemli uluslararası buluşmalarından biri de EXPO 2015 Milano Fuarı. Bu büyük organizasyondan beklentiniz nedir?

Ekonomi Bakanlığı tarafından hazırlanan takvime göre, Narenciye Tanıtım Grubu olarak 15-31 Ekim arasında EXPO Milano 2015'de yer alıyor olacağız. "Gezegeni Beslemek, Yaşam için Enerji" temasıyla 1 Mayıs'ta başlayarak altı ay boyunca devam edecek olan Expo 2015 Milano Fuarı, İtalya gibi narenciye açısından rakip bir ülkede gerçekleştiriliyor olmasına rağmen hem 140'dan fazla ülkeden katılacak 20 milyona yakın profesyonel ziyaretçi profili hem de yüksek prestijli bir organizasyon olması dolayısıyla bizim için önem teşkil ediyor. Bu nedenle çeşitli etkinliklerle zenginleştirilmiş standımızla, Türk narenciyesini en iyi şekilde temsil edeceğiz.



NTG Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak: "NTG olarak adeta dünyayı dört dönüyor, girmedığımız pazarları geziyor, o pazarların şartlarını öğreniyor ve hazırladığımız raporlarla Türk ihracatçılarının önünü açacak çalışmalar sürdürüyoruz."

OCAK-TEMMUZ 2015 TÜRKİYE GENELİ NARENCİYE'NİN ÜLKE GRUPLARINA DAĞILIMI

ÜLKE GRUPLARI	KİLO	DOLAR
Bağımsız Devletler Topluluğu	237.105.581	132.295.331
Orta Doğu Ülkeleri	240.099.162	123.641.330
AB28	84.853.432	44.931.907
Diğer Avrupa Ülkeleri	20.253.908	11.066.701
Diğer Ülkeler	5.199.210	4.020.215
GENEL TOPLAM	587.511.293	315.955.484

Türk narenciyesinin en önemli pazarlarından Rusya ile ilgili önümüzdeki döneme yönelik beklentileriniz nedir? Rusya'da uğradığımız kayıplar, önümüzdeki dönemde nasıl telafi edilecek?

Geçtiğimiz sezon Rusya pazarı bizim için oldukça zorlu geçti. Rubledeki sert düşüş ve politik belirsizlikler ihracatçılarımızı zor durumda bıraktı. Bu sezon tüm bu olumsuzluklardan edinilen tecrübelerle, daha emin adımlarla ve kontrollü bir şekilde pazara gireceğiz. Temennimiz, ana pazarımız olan Rusya'da aleyhimize gelişen şartların tekrerrüt etmemesi. Biz de bu konuda gerekli hassasiyeti gösteriyoruz.

Biliyorsunuz, Narenciye Tanıtım Grubu olarak, 2010 yılında Rusya'da Türk pop yıldızı Tarkan ile bir tanıtım kampanyası başlatmış ve kampanyayı Ukrayna ve Azerbaycan'da devam ettirmiştik. O reklam filmi gösterildiği ülkelerde büyük ilgi ile karşılandı. İlgili ülkelerde billboardlar ve otobüsler, Türk narenciyesi görselleriyle donatıldı ve birçok reklam, ulusal basılı mecralarda yayımlandı. Geçtiğimiz sezon da Rusya'da efektif bir tanıtım kampanyası yürüttük. Hedef kitle bakış açımıza uygun olarak Komsomolskaya Pravda, Kommersant, Teleprograma, Sovetskysport, gibi gazetelerin yanı sıra Gastronom, OK!, Zdorovie gibi dergiler, kp.ru, zdr.ru, gastronom.ru, sovsport.ru gibi önde gelen İnternet siteleri ve Russia 1, NTV Russia gibi televizyon kanallarında tanıtım faaliyetleri sürdürdük ve Türk narenciyesine yönelik farkındalığı güçlendirdik. Bu kampanyayı, detaylandırarak devam ettirirken, hem yazılı hem görsel basında Rusya'nın en popüler, hedef kitlelere ulaşma potansiyeli en yüksek mecralarında Türk narenciyesini tanıtacağız.

Diğer yandan, sektörel ticaret heyetleri ve inceleme seyahatleriyle rakip ve hedef pazarlardaki her türlü gelişmeyi yakından takip ediyor, stratejimizi bu yönde belirliyoruz. Yeni hedef pazarlar için arayış çalışmalarımızı, bu çerçevede istikrarlı bir şekilde sürdürüyoruz: Bilimsel veriler ışığında yeni yöntemler geliştiriyor, potansiyel hedef pazarların tespiti ve bu pazarlara giriş stratejileri ile ilgili sistematik çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Bununla birlikte, NTG, dünyadaki en prestijli ve ziyaretçi kapasitesi yüksek fuarlara da katılım gerçekleştirilmeye devam ediyor. World Food Moscow ve Fruit Logistica fuarları dışında, uluslararası tanıtım faaliyetlerini destekleyebilmek için her yıl uluslararası yaş meyve fuarlarına katılmaya devam ediyoruz. Bu katılımlarımız sonucunda, birçok ödüle de layık görüldük. İraq Agro Food Fair, İnan International Food, Beverages and Hospitality Fuarı, Foodex Japan, Dubai World of Perishables Fair Dubai, Hong Kong Asia Fruit Logistica fuarları, NTG'nin odağındaki diğer önemli fuarlardır.

Son olarak, uluslararası pazarda rekabet avantajını koruyabilmek için yeni ürünlerin üretilmesinin önemini de farkındayız. Bu doğrultuda da Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü ve ALATA Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi rehberliği ile yapılan proje ve çalışmalarını destekliyor; dünyadaki gelişmeleri an an takip ediyoruz.

NTG'nin yeni pazar arayışları hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Küresel ekonomi, artık birkaç ülke ve bölgede güçlü olmayı kabul etmiyor. Dünyanın

her ülke ve bölgesinde bulunmanız, ürünlerinizi pazarlamanız, yeni pazarların bilgi birikiminden faydalanmanız gerekli. NTG olarak bizler de bu bilinçle, adeta dünyayı dört dönüyor, girmedığımız pazarları geziyor, o pazarların şartlarını öğreniyor ve hazırladığımız raporlarla Türk ihracatçılarının önünü açacak çalışmalar sürdürüyoruz. Örneğin Çin, birkaç yıldır odağımızda yer alıyor ve sürdürdüğümüz çalışmalarla dünyanın en büyük pazarı olan Çin'e Türk ürünlerini satmanın yollarını araştırıyoruz. Geldiğimiz nokta itibarıyla, birkaç yıl içerisinde bu pazarda Türk ürünlerini görebileceğimizi ve Türk narenciyesinin kalitesiyle bu dev pazarda haklı bir yer edineceğimizi söyleyebilirim.

Diğer yandan, narenciyenin güçlü bölgelerinden Amerika kıtasına, özellikle Güney Amerika'ya yönelik girişimlerimiz de sürüyor. Bu çerçevede, geçtiğimiz Mayıs ayı sonunda, Ekonomi Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde Brezilya ve Arjantin'i kapsayan bir inceleme heyeti ziyareti düzenledik. Bu ziyarette Brezilya ve Arjantin'de sektörün güçlü olduğu bölgelerdeki paketleme tesisleri, Ar-Ge merkezleri, meyve sebze halleri ve pek çok firmanın tesis ve bahçelerini inceleme olanağı yakalarken, narenciye konusunda üretim yöntemleri, paketleme teknikleri, ihracat, endüstri ve bilimsel araştırmalarda gelinen noktaları yerinde incelemek şansı yakaladık.

Yaş meyve sebze ihracatının yükselen pazarlarından Makedonya ve Sırbistan ise diğer önemli pazarlarımız ve bu pazarlardaki gücümüzü artırmak adına, çeşitli girişimlerimiz devam ediyor. Bu çerçevede, yine geçtiğimiz aylarda bu iki ülkeye AKİB

2014-2015 (OCAK-TEMMUZ AYI) TÜRKİYE GENELİ NARENCİYE İHRACAT KAYIT RAKAMLARI

	OCAK-TEMMUZ 2014		OCAK-TEMMUZ 2015		ARTIŞ AZALIŞ (%)		2015 PAY (%)	
	KİLO	DOLAR	KİLO	DOLAR	KİLO	DOLAR	KİLO	DOLAR
Limon	173.227.708	115.368.826	224.801.163	129.460.229	30	12	38	41
Portakal	204.656.338	114.297.693	165.212.680	84.492.256	-19	-26	28	27
Mandarin	132.520.721	77.952.268	109.460.099	59.386.432	-17	-24	19	19
Greyfurt	121.201.656	62.683.670	88.013.097	42.613.832	-27	-32	15	13
Diğer Turunçgiller	928	998	24.254	2.733	2.514	174	0	0
TOPLAM	631.607.350	370.303.456	587.511.293	315.955.484	-7	-15	100	100

Not: 2015 yılı FOB (\$) değerlerine göre sıralanmıştır.

ihracatçıları olarak bir ziyaret gerçekleştirmiş ve hem pazarların güncel durumu, ihtiyaçlarını yerinde değerlendirmiş hem de Türk ihracatçıların bu pazarlarda yaşadığı sorunlara Sırp ve Makedon sektör yetkilileri ile çözüm aramıştık. Balkan ülkelerine yönelik ihracatımızın artması adına bu temaslara gelecekte de devam edecek, bire bir tedarikçilerden elde edeceğimiz bilgilerle Türk narenciye ürünlerinin bu pazarlardaki payının artması için gerekli adımları atmaya devam edeceğiz. Bu çerçevede, geçmişte Rusya'da uyguladığımız Türk Narenciyesi Tanıtım Kampanyalarını (Muhteşem Yüzyıl, Tarkan kampanyaları gibi) Sırbistan ve Makedonya pazarında da yapmanın hazırlıklarını yapıyoruz.

Türk narenciye tarımına yönelik modernizasyon ve inovatif çalışmalar hakkında neler söyleyebilirsiniz? Halen sürdürülen narenciye tarımının geliştirilmesi için NTG'nin sürdürdüğü faaliyetler nedir?

NTG olarak doğru hasat ve ürün işleme yöntemlerinin yaygınlaştırılmasına yönelik eğitimsel faaliyetlerimiz devam ediyor. Bu çerçevede, sektör temsilcilerini bir araya getiren toplantılarımızda narenciye hasadının götürü usulüyle yapılmaması; işçilerin normal saatlerde işe başlaması, çığlı ve ıslak ürünlerin hasat edilmemesi; normal toplam günlük çalışma saatinin net sekiz saatle sınırlı olması; meyve kasalarının bahçe içine taşınmaması, belirli bir noktada altlarına örtü serilerek kullanılması; işçilerin sosyal güvenceye ulaşması; yeni sezona başlamadan bir önceki sezon değerlendirmesinin yapılması konularında sıklıkla görüş paylaşıyor ve işçi işveren temsilcilerinin önerilerini dikkatle kayda alıyoruz. Diğer yandan, üretici temsilcileriyle yapılan toplantıda ise hasat tarihi, gübreleme, ilaçlama, sulama ve toplama yöntemleri gibi konuların üzerinde duruyor; kaliteyi artırmak adına bu konularda akademi ve sektörün diğer temsilcileri ile iş birliği içinde çalışmanın önemine vurgu yapıyoruz.

Öte yandan ALATA ile yürüttüğümüz Turuncgilde Yeni Çeşitler Geliştirme Projesi'ne olan desteğimiz de devam ediyor. Ayrıca, hasat öncesi ve hasat sonrası olmak üzere her aşamada iyileştirme ve geliştirmeye yönelik inovatif çalışmalara olan desteğimizin aralıksız süreceğini de söylemeliyim.

Çin, Türk narenciyesini bekliyor



Yaş meyve sebze ihracatçılarının önünü açmak için ülke pazarlarındaki sorunlara yerinde çözüm arayan Ali Kavak, Çin pazarını yerinde incelemek üzere 29-31 Ağustos tarihlerinde Türkiye Yaş Meyve Sebze Sektör Kurulu ile Çin'e giderek, üst düzey temaslarda bulundu. Ziyaret kapsamında ilk olarak, Pekin'de, Çin Tarımsal Töptancı Halleri Birliği'ni ziyaret eden ve Çin'e yönelik yaş meyve sebze ihracatının önündeki engelleri kaldırmak adına yapılabilecekleri Birlik Başkanı Zengjun Ma ve Uluslararası Komisyoner Monica Xie ile değerlendiren Kavak, Türk ihracatçıları olarak, Çin'e yaş meyve sebze ihracatının önünün açılması ve ihracatın bir an önce başlaması için gerekli pazar erişim süreci ve protokol sürecinin hızlandırılmasıyla ilgili destek beklediğimizi dile getirdi. Toplantıda, Hal Birliği temsilcilerinden, gerekli desteğin sağlanacağı müjdesini alan Kavak, Türkiye pazarını yerinde incelemeleri adına Çin temsilci heyetlerini Türkiye'ye davet etti.

Aynı gün Pekin Merkez Töptancı Hali ile Çin'in en önemli pazarlarından biri olan Xinfadi Töptancı Hali'ni de ziyaret eden Kavak ve beraberindeki heyet, Çin pazarına girişte en önemli kurumlardan olan Çin Giriş-Çıkış Teftiş ve Karantina Birliği ile de görüşmelerde bulundu ve 9 -11 Eylül tarihlerinde Pekin'de gerçekleşecek olan yaş meyve sebze fuarına Türk ürünlerinin getirilip Çinli tüketicilere sunulması üzerine görüş birliğine vardı. İlk günkü olumlu görüşmelerin ardından heyet, ziyaretin ikinci gününde Changping Xiaotangshan Sebze Üretim Merkezi ve Shunxi Agriculture Paketleme Tesisi'ni ziyaret etti. Narenciye ve diğer yaş meyve sebze ürünleri için yakın zamanda engellerin kalkması adına gerçekleştirilen temaların olumlu sonuçlanacağını belirten Ali Kavak, "Oluşturulacak yeni pazarlar, ihracatçımız için çok kıymetlidir. Biz burada pazarın tüketim alışkanlıklarını yerinde tespit ettik ve görüştüğümüz kurumlarla olumlu diyaloglar gerçekleştirdik" dedi.

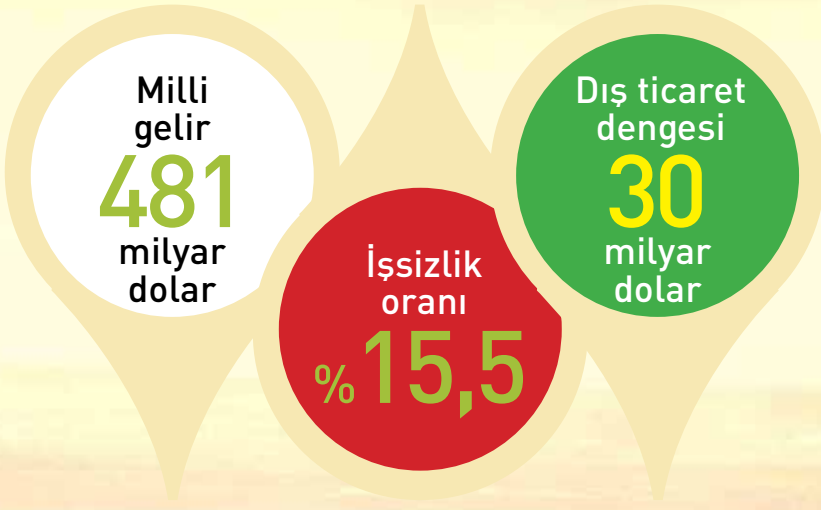
İRAN TİCARETİNDE YENİ DÖNEM

Türkiye ile ekonomik ve siyasi ilişkileri yüzyıllar öncesine dayanan İran, uluslararası ambargonun kademeli olarak hafifletilmesinin ardından dünyanın gözde pazarı olmaya aday gözüküyor. Dünyanın ikinci en büyük petrol ve doğal gaz rezervlerine sahip olan İran'ın ithalatında ikinci sırada yer alan Türkiye, İran'a ihracatını geçen yıl yüzde 57 artırmış ve 4 milyar dolara ulaşmıştı. Bu yılın hedefi ise tam 35 milyar dolarlık ihracat...

İran, 19'uncu yüzyılda keşfedilen petrol yataklarından önce de tarihin her döneminde küresel bir güçtü. Bugün 79 milyonluk nüfusuyla yatırımcılar ve uluslararası üreticilerin iştahını kabartan İran, sadece petrol ve doğal gaz zenginliği ile değil, Orta Doğu ve Asya arasındaki en önemli geçiş noktası olmasıyla da küresel ticaret için büyük bir önem taşıyor. 1980'den bugüne din temelli politikalarıyla gündemde olan İran, geçtiğimiz aylarda sonuçlanan P5+1 görüşmelerinin ardından, Batı ile arasındaki buzları eritmeye başlıyor.

Aslen İran, Şah Dönemi'ni takip eden yıllarda da Türkiye'nin önemli bir ticari partneri olmaya devam etti. İki ülkenin ortak tarihi ve kültürel paydaları kadar ortak çıkarları ve iyi komşuluk ilişkileri temelinde devam eden ticari işbirliğinde, genel olarak istikrarlı bir yükseliş çizgisi izleniyor. Halen İran'ın en önemli ihracat partnerleri de Çin, Türkiye ve Hindistan olarak sıralanıyor. Ülkenin ithalatında ise Çin'in liderliğini, Hindistan ve Güney Kore ve Türkiye izliyor. Türkiye ile İran arasındaki dış ticaret, 2002 yılında 1 milyar 254 milyon dolarlık bir

hacme sahipti. Bu rakam 2012 yılında 21 milyar 866 milyon dolara kadar çıkmış, ancak 2013'te 14 milyar 575 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. Türkiye ile İran arasında 10 yıl süren müzakerelerin ardından bu yılbaşında yürürlüğe giren tercihli ticaret anlaşmasının ardından, iki ülke arasındaki ticaretin de hız kazanacağı öngörülüyor. Türkiye'nin bazı tarım ürünlerinde İran'a tarife indirimini vermesi, buna karşılık İran'ın sanayi ürünlerinde Türkiye'ye tarife indirimini sağlamasını öngören anlaşma uyarınca Türkiye'den 140, İran'dan 125 olmak üzere



toplamda 265 üründe gümrük vergileri aşağıya çekildi. Anlaşmanın, hâlihazırda 13-14 milyar dolar aralığında olan iki ülke dış ticaret hacminin 2015 yılı sonuna kadar hedeflenen 35 milyar dolara yükseltmesi bekleniyor.

EKONOMİ DEVLET KONTROLÜNDE

İran, Irak ile on yıl süren savaştan ardından uzun yıllar uluslararası ekonomik yaptırımlara maruz kaldı. Bu süreçte geniş ölçüde petrole dayalı bir ekonomi geliştiren

İran'da ekonominin yüzde 40'ini halen devlet kontrolünde buluyor. Ekonomide devletten sonraki en büyük oyuncu ise Irak savaşı sonrası savaşta can kaybı veren ailelere yardım amacıyla kurulan Bonyad, yani vakıflar olarak dikkat çekiyor. İran'da geniş vergi muafiyetleri, sübvansiyonlar ve iş gücü avantajları ile tekel oluşturan devlet destekli Bonyad İran ekonomisinin yüzde 40'ını yönetirken, kalan ekonomik faaliyetlerin yüzde 15'i ise muhafazakâr iş insanlarının yani Bazaar'ın kontrolünde yer alıyor. Buna rağmen yurt dışında tahsille-

rini tamamlayarak İran'a geri dönenlerden oluşan özel sektörün de canlanma eğiliminde olduğunu belirtmeliyiz. Canlandırmayı desteklemek isteyen ve bine yakın devlet işletmesinin faaliyet gösterdiği İran'da 2010-2015 yıllarını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ana teması, enflasyonla mücadele ve yerli yatırımların teşviki şeklinde tanımlanırken, enerji ve petrokimya sektörlerinde yerel şirketlere tanınan avantajların devam edeceği bildiriliyor.

PETROL VE MADENCİLİKTE ÖNEMLİ BİR OYUNCU

Son 40 yıllık dönem boyunca daima ham petrol fiyatlarına bağlı bir gelişim sergileyen İran, halen 137,5 milyar varillik petrol rezerviyle dünya petrol rezervleri açısından ikinci sırada yer alıyor. Diğer bir deyişle, dünya kanıtlanmış ham petrol rezervlerinin yüzde 11,5'i İran'da yer buluyor. Ayrıca ülke 26,7 trilyon metreküplük doğal gaz rezervleriyle de Rusya'dan sonra doğal gaz açısından ikinci büyük rezervleri elinde bulunduruyor.

Döviz girdilerinin yüzde 80'ini petrol ihracatından elde eden İran, bu konumuyla petrol fiyatlarındaki dalgalanmalara karşı aşırı duyarlı halde bulunduğu için son yıllarda petrol dışı endüstrileri geliştirme programlarını yürürlüğe koysa da bu yolda büyük adımlar atılabilmiş değil. Petrol fiyatlarının 1990'lı yılların sonları boyunca düşüşü sırasında ülkenin kaybının 6 milyar doları bulduğu ve bu rakamın bütçenin üçte biri düzeyinde olduğu göz önüne alınırsa, petrol dışı endüstrilere yönelmenin önemi daha iyi anlaşılacaktır.

Sadece petrol ve doğal gaz rezervleri bakımından değil; çinko, bakır, demir, uranyum, kurşun, kromit, manganez, kömür ve altın bakımından da zengin olan ülke, bölgesinde stratejik önemini artırırken, dünyanın en büyük ikinci bakır rezervine sahip olan İran'da maden yataklarının geliştirilmesi amacıyla hükümet tarafından teşvikler sunuluyor.

TERCİHLİ TİCARET ANLAŞMASI DIŞ TİCARET HACMİNİ YÜKSELTECEK

Türkiye ile İran arasında 10 yıldır müzakereleri süren tercihli ticaret anlaşması, geçtiğimiz yıl sonuçlanmış ve anlaşma 29 Ocak 2014 Çarşamba günü, dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Tahran'a

gerçekleştirdiği ziyarette imzalanmıştı. Anlaşmayı, iki ülke başbakanları huzurunda Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ile İran Sanayi, Madenler ve Ticaret Bakanı Mohammad Reza Nematzadeh imzalarken, bu yılbaşında yürürlüğe giren anlaşma uyarınca İran'ın Türkiye'ye tarife indirimi sağlayacağı ürünler arasında, temizlik ürünleri, ilaç, kozmetik, plastik malzemeler, orman ürünleri, tekstil, hazır giyim, ev tekstili, mobilya, çelik ürünleri, demir ve demirdışı metaller, buzdolabı, bulaşık makineleri gibi beyaz eşya ürünleri, klimalar ve elektrik-elektronik ürünleri gibi birçok ürün yer alıyor. Türkiye'nin 2012 yılında söz konusu ürünlere yönelik ihracatı 38,9 milyar dolar olurken, bu rakam Türkiye'nin aynı yıl gerçekleştirdiği toplam ihracatın yüzde 25,5'ini karşılıyordu. İmzalanan anlaşmayla Türkiye'den 140, İran'dan 125 olmak üzere toplamda 265 üründe gümrük vergileri aşağıya çekilirken, kimi ürünlerde ise gümrük vergileri hemen hemen sıfırlanıyor.

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, anlaşmanın önemine ilişkin değerlendirmesinde, hâlihazırda 13-14 milyar dolar aralığında olan iki ülke dış ticaret hacminin bu yılsonuna kadar hedeflenen 35 milyar dolara yükseleceğinin altını çizirken, yine bu yılsonuna kadar 265 olan ürün grubunu 300'e çıkarılmasıyla ilgili çalışma sürecinin de sürdüğüne dikkat çekiyor.

Diğer yandan, anlaşmayı bir başlangıç olarak değerlendiren taraflar, ortak yatırımların desteklenmesi, yatırımların karşılıklı korunması, ticaretin kolaylaştırılması, gümrük iş birliğinin artırılması, gümrüklerde tek gümrük, tek pencere ile işlerin görülmesi,

lojistik problemlerin giderilmesi konularında da görüşmelere devam ediyor.

ÇİN, HİNDİSTAN VE TÜRKİYE İHRACATTA İLK ÜÇTE

İran'ın gerçekleştirdiği ihracatta lider ülke, 24,5 milyar dolarla Çin olurken, Türkiye 10,4 milyar dolarla ikinci, Hindistan ise 10 milyar dolarla üçüncü sırada yer alıyor. Diğer yandan Çin, İran'ın ithalatında da lider konumda bulunuyor. İthalatta 14,4 milyar dolarla ilk sırada yer alan Çin'i, 5,4 milyar dolarla Hindistan ve 4,5 milyar dolarla Güney Kore takip ediyor. 2013 yılında toplam 45 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren İran, ihracatta da 63 milyar dolarlık seviyeleri buluyor. Ülkenin ithalatı, ihracatına paralel olarak yükselirken, dış ticaret hacmi ise 2008'de 165, 2009'da 117, 2010'da 138, 2011'de 198, 2012'de 136 ve 2013'te 108 milyar dolar olarak gözlemleniyor. Bu veriler ışığında, dış ticaret dengesini 2008 yılında bu yana artıda kapayan İran'ın, 2013 yılında 108 milyar dolar dış ticaret fazlası verdiğini anımsatalım.

Ürünler bazında İran'ın ihracatı incelendiğinde ilk sırayı, elbette ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden üretilen yağlar) alıyor. İran ithalatının lideri ise pirinç... Pirinci, altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde) ve soya fasulyesi takip ediyor.

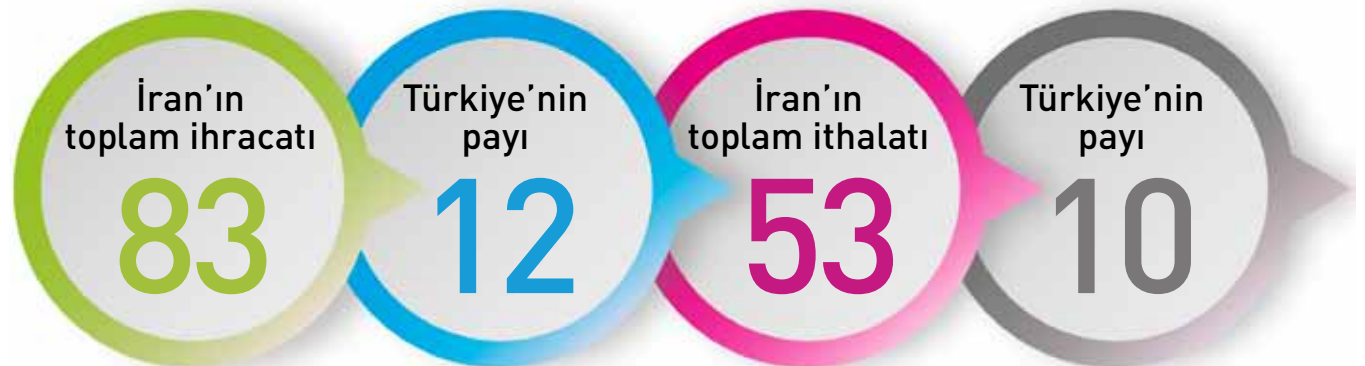
GIDA İHTİYACININ YÜZDE 80'İ ÜLKE İÇİNDE ÜRETİLİYOR

Petrole dayalı İran ekonomisinin yapısının kırılarak sanayi üretiminin çeşitlendirilmesi amacıyla, son yıllarda elde edilen petrol ge-

lirlerinin bir kısmı petrokimya gibi sektörlerin gelişimine aktarılırken, petrol dışındaki başlıca sanayi dalları; gıda işleme, makine, kimya, halıcılık ve mücevherat olarak dikkati çekiyor. Bu alanlarda faaliyet gösteren sanayi kuruluşlarının yaklaşık yarısının da Tahran ve çevresinde yoğunlaştığı görülüyor. Orta Doğu'nun en büyük çelik sektörüne sahip olan İran'da otomotiv endüstrisinin yıllarca yüksek vergi ve kotalarla dış rekabetten korunması, beraberinde teknolojik yeniliklere uyum, kalite ve maliyet konularında da çeşitli sorunları getiriyor. Son yıllarda Avrupa ve Asya'yı yabancı firmaların ortak girişimlerle pazara girişi ve İran'da üretim ve montaj tesisleri kurmalarıyla bu sorunlar da aşılmaya çalışılıyor.

İş gücünün yaklaşık dörtte birinin istihdam edildiği tarım sektörüne ise son yıllarda önemli yatırımlar yapan İran, ürün geliştirme, paketleme ve pazarlama çalışmaları yapılmasına olanak tanıyor. İklim ve toprak çeşitliliği açısından şanslı bir ülke olan İran'da tarımsal üretim, genel olarak ülkenin kuzeyi ve batısındaki verimli arazilerde gerçekleştiriliyor. Tarıma önemli desteklerin verildiği ülkede hurma, çiçek ve fıstık gibi ihracata yönelik tarımsal ürün gruplarının yanı sıra iç tüketime yönelik olarak tütün, çay, buğday, arpa, pirinç, pamuk ve şekerpancarı gibi ürünler öne çıkıyor. Özellikle Hazar Denizi'nden elde edilen havyar, dünya pazarlarında önemli bir yer tutarken, İran Tarım Bakanlığı verilerine göre İran'ın gıda ihtiyacının yüzde 80'i ülke içinde üretiliyor. Son olarak, tarım alanlarının ancak yüzde 40'ının düzenli olarak sulanabilmesi, fiyat kontrolleri ve ihracata yönelik sübvansiyon-

➤ TÜRKİYE İRAN TİCARETİ (MİLYAR DOLAR)





ların, sektördeki üretim ve rekabeti etkileyen başlıca faktörler olduğunu da ekleyelim.

İRAN'A İHRACAT 2014'TE YÜZDE 57 ARTTI

Türkiye, halen İran'ın toplam ithalatı içinde yüzde 9,1'lik bir paya sahip bulunuyor. İki ülke arasında 2002 yılında 2 milyar 254 milyon dolar olan dış ticaret hacmi, 2013 yılında 14 milyar 575 milyon dolara ulaşırken, İran'ın Türkiye'ye olan ihracatı aynı yıl 10 milyar 383 milyon dolar, Türkiye'den İran'a yapılan ihracat ise geçtiğimiz yıl 4 milyar 012 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'nin İran'a ihracatı, geçtiğimiz yıl yüzde 57 gibi yüksek bir artış oranına ulaşırken, ihracatta İstanbul, Hakkari, İzmir, Gaziantep ve Bursa öne çıkıyor. Ürün bazında ihracat verileri incelendiğinde de ilk sırada altın (platin kaplamalı altın dâhil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde) ilk sırada yer alırken, onu sırasıyla ağaçtan veya diğer odunsu maddelerden lif levhalar ve tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış) takip ediyor. Türkiye'nin İran ithalatında öne çıkan ürünlerse etilen polimerleri (ilk şekillerde), propilen ve diğer

olefinlerin polimerleri (ilk şekillerde) ile asiklik alkoller ve bunların halojenlenmiş, sülfolanmış, nitrolanmış veya nitrozalanmış türevleri olarak dikkat çekiyor.

İki ülke arasındaki yeni dönemde demir çelik inşaat malzemeleri, motorlu kara taşıtlarının aksam ve parçaları, tarım ve gıda ürünleri, kurutulmuş turuncgiller, ekim amacıyla kullanılan tohum, meyve ve sporlarının öne çıkması da öngörüler dâhilinde dile getiriliyor.

İRAN'DA TÜRK TİCARET MERKEZİ KURULACAK

Türkiye ile İran ticari ilişkilerin gelişmesi ile karşılaşılması muhtemel sorunların hızlı bir şekilde çözülebilmesi için de çalışmalar devam ediyor. Bu bağlamda İran'ın başkenti Tahran'da Türk Ticaret Merkezi'nin kuruluşu için çalışmalar sürerken, Tahran'daki Türk Ticaret Müşavirliği'nin de güçlendirilmesi planlanıyor. Ekonomi Bakanı Zeybekci, yapılacak çalışmalara ilişkin olarak, "Tahran'da iki kurum kuruyoruz. Biri Ekonomi Bakanlığı olarak buradaki ticaret müşavirliğimizi Tahran'ın merkezinde çok güçlü bir yere taşıyoruz. Yaklaşık 8-10 kişinin çalıştığı bir merkez

haline getiriyoruz. İkincisi Türk firmalarının tamamının bir arada olduğu, bürolarının olduğu, teşvik ettiğimiz, destek verdiğimiz, kiralarını ve çalışan personel ücretlerini de ödediğimiz, bir arada farklı bir güç birliğine gittikleri, tek başına gelip burada büro açamayıp ama grup olarak gelip de böyle bir merkezde yer alma imkânına sahip olan Türk şirketleri olacak. Bunlar burada böyle bir birlik ve beraberlikle yine büyükelçimizin ve bizim müşavirliklerimizle işbirliği içerisinde inşallah mevcut problemleri ortadan kaldırma adına çok etkili olacak" derken, iki ülke ticaretinde yaşanan sorunların adım adım çözüleceğini dile getiriyor.

İLK ALTI AY İHRACAT ARTIŞI YÜZDE 30

Bu yıl yürürlüğe giren Tercihli Ticaret Anlaşması'nın meyveleri ise Ocak-Haziran ihracat verilerine açıkça yansıyor. Türkiye genel ihracatındaki düşüşe rağmen İran'a yapılan ihracatın Ocak-Haziran döneminde yüzde 30 artmış olması, anlaşmanın Türkiye'ye getirilerinin daha da yükseleceğinin işaretlerini taşıyor. Diğer yandan Batı dünyasının İran'a uzun

yıllardır uyguladığı ambargo kararını kademeli olarak kaldırıyor olması da Türk ihracatçılarının iştahını kabartıyor; sektör temsilcileri, ayrı ayrı İran pazarına yönelik alım heyeti ve ülke tanıtım programlarına hız veriyor. Bu çerçevede, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, İran ile P5+1 ülkeleri arasındaki müzakerelerin kalıcı bir anlaşmayla sonuçlanmasının bölgesel dengeleri yeniden belirleyeceğinin altını çiziyor ve “Bu anlaşmanın gerek jeopolitik gerekse de ekonomi/ticaret perspektifinden risk faktörlerini azaltacak bir gelişme olduğunu düşünüyor ve bölge ticaretine pozitif katkı sağlayacağına inanıyoruz. İran’a yaptırımların kalkması, İran Riyali’nin istikrara kavuşmasını ve İran’ın uluslararası bankacılık sistemine entegrasyonunu kolaylaştıracak. Türk özel sektörünün de yeni dönemde İran’dan beklentileri yüksek. Dostluk ve ilişkilerimizde kadim bir tarihe sahip olduğumuz İran’ın dış ticaretimizdeki önemi her geçen gün artıyor. Bu gelişmenin İran ile ticaretimizi önümüzdeki dönemde olumlu etkilemesini bekliyoruz. Yılın ilk altı ayında İran’a ihracatımız yüzde 30 ar-

tarak 1,9 milyar dolara yükseldi. İran’ın zenginleşmesini ve dolayısıyla bölgede tüketimin artmasını sağlayacak gelişmeler, ihracat potansiyelimiz için büyük önem taşıyor. İran’ın dünya ile bütünleşmesi ve bölgede siyasal risklerin azalması, tüm bölgeye yatırımların artmasını sağlayacağı için Türkiye bu süreçten hem yatırım hem de ticaret anlamında pozitif etkilenecektir” diyor.

TÜRKİYE-İRAN LOJİSTİĞİ YATIRIM BEKLİYOR

Bu olumlu gelişmelere rağmen, iki ülke arasındaki ticaretin hacimsel büyümesi, lojistik yatırım ihtiyaçlarını da öne çıkarıyor. Örneğin İran, Avrupa ve Rusya ile yaptığı dış ticarette Trabzon Limanı’nı aktif kullanmak istiyor, çünkü Trabzon Limanı, İran’ın Basra limanlarından yaptığı sevkiyattan daha ekonomik bir rota olarak dikkat çekiyor. Bu amaçla İran, Tebriz-Trabzon arasında demiryolu projesini hayata geçirmek istese de Van Gölü’nde kesintiye uğrayan Türkiye-İran demiryolu, iki ülke lojistiğinde önemli bir sorun teşkil ediyor.

↓ **Türkiye ile İran arasında 10 yıldır müzakereleri süren tercihli ticaret anlaşması, geçtiğimiz yıl sonuçlanmış ve anlaşma 29 Ocak 2014 Çarşamba günü, dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Tahran’a gerçekleştirdiği ziyarette imzalanmıştı.**

İRAN İLE TİCARETTE FIRSATLAR

- İhracat hacmi ve artış potansiyeli yüksek,
- Ambargonun kaldırılması, İran’ı dünyaya açıyor,
- Türk ürünlerine olan yüksek ilgi,
- Ülkenin yabancılara kapalı olması,
- Türkiye ile kültürel ve tarihsel güçlü bağlar.

İRAN İLE TİCARETTE TEHDİTLER

- İş yapma kültürünün farklılaşması,
- Bölgede artan savaş riski,
- Para transferi konusunda reform ihtiyacı,
- Yabancı yatırımcıların güvence talebinin karşılanması,
- Sürdürülebilir ihracat artışı önünde oluşabilecek çeşitli riskler.





**79 MİLYONLUK
NÜFUSUYLA
YATIRIMCILAR VE
ULUSLARARASI
ÜRETİCİLERİN
İŞTAHINI
KABARTAN
İRAN, KÜRESEL
TİCARET İÇİN
BÜYÜK BİR ÖNEM
TAŞIYOR.**





YÜZÜNÜ KENTE DÖNEN ÜNİVERSİTE

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, sadece öğrenci mezun eden değil, şehrin ve bölgenin sorunlarına odaklanan, çözüm üreten çağdaş bir eğitim kurumu olarak Adana ve bölgenin geleceğini şekillendiriyor.

2011 yılında kurulan ve 2013 yılında ilk öğrencilerini kabul eden Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi'nin kurucu rektörü Prof. Dr. Adem Ersoy, üniversitenin İnternet sayfasında, öğrencilerine şöyle sesleniyor: "Üniversiteler, toplumların kalkınmasında ve ilerlemede önemli rol oynayan, çağın gerektirdiği nitelikli ve donanımlı bireyleri topluma kazandırmak için çalışan kurumlardır. Üniversite eğitimi, bilginin öğrenildiği, işlendiği ve tecrübeye dönüştüğü; bilimsel çalışma ve projelerle desteklenen önemli bir süreçtir. Üniversite demek insana, yani siz öğrencilerimize yapılan yatırım demektir."

Prof. Dr. Adem Ersoy'a katılmamak imkansız... Gerçekten de günümüz ekonomisinde üretim ve büyüme için gerekli en önemli kaynaklardan biri "insan kaynakları" olarak öne çıkıyor. Nitelikli insan kaynağının yetişeceği en önemli kurumlarsa üniversitelerimiz. Adana BTÜ, bu çerçevede sadece öğrenci mezun eden değil, kayıttan mezuniyete kadar öğrencisine odaklanan, bilgiyi teoriye dönüştüren uygulamalı eğitim sistemiyle "sosyal duyarlılığa sahip öğrencilerini" hayata hazırlayan bir üniversite olmayı, henüz ikinci öğretim yılında başarmasıyla dikkat çekiyor.

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi'ni sizin sözlerinizle tanıyabilir miyiz?

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi (Adana BTÜ) ülkemizin en genç ve dinamik devlet üniversitelerinden biri. Hem idari hem de akademik çalışmalarımızda değişimi ve yeniliği benimseyen, güvenilir, hizmet verdiği her alanda verimliliği ve sürekli iyileştirmeyi misyon edinmiş, uluslararası bilinirliği ve saygınlığı hedefleyen, evrensel değerleri bilen, ülkesini seven, milli ve manevi değerlerini sahiplenen, kendisini sürekli yenileyen, yaşam boyu öğrenmeyi hedeflemiş, sentez yeteneği güçlü, yenilikçi, girişimci, sorgulayıcı mezunlar vermeyi amaçlayan bir üniversiteyiz. Bizler, yaşamın içindeyiz ve "iş garantili bir üniversite" olma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz.

Üniversiteniz, bu yıl hangi bölümlere öğrenci kabul etti?

Üniversitemiz, bu yıl Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi'nde Bilgisayar Mühendisliği, Biyomühendislik, Elektrik-Elektronik Mühendisliği, Endüstri Mühendisliği, Gıda Mühendisliği, İnşaat Mühendisliği, Maki-

ne Mühendisliği, Malzeme Mühendisliği; İşletme Fakültesi'nde Uluslararası Ticaret ve Finansman, Yönetim Bilişim Sistemleri; Turizm Fakültesi'nde Turizm İşletmeciliği ve Yabancı Diller Yüksekokulu'nda Mütercim-Tercümanlık bölümlerine öğrenci aldı. Tüm bölümlerimizde 20 Türkiye vatandaşı ve yedi yabancı uyruklu olmak üzere toplam 27 öğrenci kontenjanımız var ve üniversitemiz 2015-2016 eğitim-öğretim yılında kontenjanlarının tamamını doldurdu.

Öğrenciler, sizce neden Adana BTÜ'yü tercih etmeli?

Bizi diğer üniversitelerden ayıran birçok özelliğimiz var. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi yüzde yüz İngilizce eğitim yapan bir üniversitedir. Bilim ve teknoloji dilinin İngilizce olduğu bir dünyada, bu artık bir zorunluluk olmuştur. Yeterli sayıda öğrenci kontenjanımız var. Öğrencilerimizi 50-100 kişilik amfilere doldurmak yerine 25-30 kişilik sınıflarda, hocalarıyla daha



Prof. Dr. Adem Ersoy, "Adana BTÜ, yönünü Adana'ya çevirerek, 'Adana'ya nasıl faydalı oluruz' kaygısını taşıyarak çalışmalarına hızla devam edecektir. Biz, taşın altına elimizi sokmaktan hiçbir zaman çekinmiyoruz" diyor.

yakın iletişim kurabileceği, dersleri daha iyi anlayabileceği, yapılan deney ve testlerde her türlü cihazı birebir kullanıp uygulayarak öğreneceği, son teknoloji ile donatılmış sınıflarda en yüksek verimle eğitim alacağı bir ortam oluşturduk. Öğrenci merkezli eğitim felsefesini benimsiyoruz. Bizim öğrencilerimiz ezberlemiyor, soruyor, sorguluyor, araştırıyor, problemleri analitik düşünce sistemiyle çözüyor, dersin içine katılıyor ve dersin bir parçası olarak öğreniyorlar. Eğitim kalitemizi de ISO 9001 belgesi ile güvence altına aldık. Ayrıca yurt dışı değişim programlarımızın yanı sıra çift diploma anlaşmalarımız bulunuyor: İngiltere Leeds Beckett Üniversitesi ile yaptığımız anlaşma ile İnşaat Mühendisliği ve Uluslararası Ticaret ve Finansman bölümlerimizdeki öğrencilerimiz son senelerinde İngiltere’de okuyup, her iki üniversiteden onaylı ve tüm dünyada geçerli olan bir diplomaya sahip oluyor. Gururla söylemeliyim ki bu anlaşma, İnşaat Mühendisliği alanında Avrupa’da bir ilk olma özelliğini de taşıyor. Yine, başarı sıralamalarına göre öğrencilerimize üniversitemiz derneği aracılığıyla burs sağlıyoruz. Adana BTÜ’nün tüm laboratuvarlarının akredite olduğunun da altını çizmeliyim. Diğer yandan, her 5-10 öğrencimize özel bir danışman atıyor, öğrencilerimizin problemlerini adeta bir aile ortamı sıcaklığında çözüyoruz. Kısacası Adana BTÜ, alışlagelmişin dışında çizgisi ve kalite anlayışıyla ilk üç yılında olduğu gibi gelecekte de yüksek puanlı öğrencilerin tercihi olmaya devam edecek.

Çukurova Üniversitesi, köklü bir eğitim kurumu olarak yıllarca bölgenin en önemli eğitim aktörü oldu. Adana BTÜ’nün Çukurova Üniversitesi ile nasıl bir iş birliği olacak?

Çukurova Üniversitesi, 50 yılı aşkın süredir faaliyetlerini sürdüren, bölgemiz ve ülkemizin önemli üniversitelerinden biridir. Tabii ki genç bir devlet üniversitesi olarak Çukurova Üniversitesi ile iş birliklerimiz oluyor ve olmaya da devam edecek. Aynı kentin iki devlet üniversitesi olarak, Adana için birlik olup, çalışmalarımızı bölgemizin çıkarlarını gözetererek sürdürüyoruz. Çukurova Üniversitesi’nin yarım asırlık eğitim tecrübesi, bizlerinse heyecan ve dinamizmi, ileriki yıllarda da başarılı iş birliklerine imza atacağımızın garantörüdür.

Adana BTÜ’nün sanayi ile iş birliği ne durumda?
Üniversitemiz, kurulduğu günden itiba-

ren üniversite-sanayi iş birliğini slogandan öteye götürme konusunda tüm gücüyle çalışıyor. Tabiri caizse, sanayicinin ayağına gidip kendileriyle iş birliği yapmaya istekli olduğumuzu belirtiyor ve tüm şartları zorluyoruz. Çünkü bu iş birliğinin getirisinin çok yönlü ve oldukça yüksek olacağına inanıyoruz. Üniversite-sanayi iş birliği, hem öğrencilerimizin geleceği, hem kentimizin, bölgemizin ve ülkemizin kalkınması hem de üretimin kalitesi açısından son derece önemli. Biz de bu bilinçle Adana başta olmak üzere bölgemizdeki sanayi kuruluşlarıyla sürekli iletişim ve iş birliği halinde çalışıyoruz. Adana ve bölgemizin ihtiyaçlarını belirliyor, bölümlerimizi ve düzenlenecek mesleki kursları bu ihtiyaçlar doğrultusunda açıyoruz. Halen, bölgemizdeki çeşitli sanayi kuruluşlarıyla yaptığımız protokol anlaşmaları da bulunuyor. Bu anlaşmalar kapsamında sosyal sorumluluk projeleri, öğrencilere staj imkânları, verimlilik ve tasarruf artırıcı projeler, firma personellerinin eğitimi gibi önemli konular öne çıkarken, bölgemizde ve tüm Türkiye’de faaliyet gösteren büyük firmalar ve holdinglerin personel eğitimi için üniversitemizi tercih ediyor olmalarından da büyük bir guru ve mutluluk duyuyoruz. Öğrencilerimizi de sanayi ile iç içe tutabilmek adına uygulamalı eğitim sistemi için zemin hazırlıyor, sanayi ile kol kola, omuz omuz çalışarak hem öğrencilerimizin hem de ülkemizin geleceğini garanti altına alıyoruz.

Adana BTÜ’nün akademisyen kadrosunun sanayi deneyimli olmasını özellikle vurguluyorsunuz? Akademisyenlerin bu yetkinliği, üniversitenize ve öğrencilerinize nasıl bir vizyon sağlayacak?

Üniversitemizdeki akademisyen kadrosu iki kaynaktan besleniyor: Bir kısmı yurt dışı ihtisaslı ve deneyimli, bir kısmı da sanayi deneyimli akademisyenlerden oluşuyor. Çok acı bir gerçektir ki ülkemizde meslek üniversitede değil, iş yerinde öğreniliyor. Oysa öğrencilerin mesleklerini üniversitede öğrenip, iş hayatına hazır şekilde mezun olmaları gerekiyor. Gelişmiş ülkelerde bu iş böyle yürür. Bu çerçevede üniversitemizin “uygulamalı eğitim” projesinin önemine dikkatinizi çekmek isterim. Bahsettiğimiz sanayi deneyimli akademisyen kadrosunun da desteği ile öğrencilerimiz, ilgili sektörlerde sanayinin tozunu yutarak, iş ve işlemleri, süreçleri yerinde öğrenip uygulayarak, klasik “yeni mezun” kalıbının dışına çıkarak yetiştiriyor. Böylece mezun olduklarında piyasayla

rekabete hazır hale geliyorlar. Teorik eğitimlerinde de akademik kadromuz, öğrencilerimize sanayide kazandıkları deneyimlerden yola çıkarak ve bu deneyimlerini örnek göstererek, gerçeklik ile bağdaştırarak eğitim veriyor. Bu yetkinlikleri, öğrencilerimizin iş hayatına daha hazır bireyler olmasının en büyük etkeni olarak değerlendiriyorum.

Adana BTÜ’nün Ar-Ge’ye bakışı ve Ar-Ge yetkinliği için neler söyleyebilirsiniz?

Üniversitemiz Ar-Ge’ye önem veren bir üniversitedir. Bu kapsamda bir Ar-Ge ve Teknoloji Ofisi kurduk. Bu ofisin çalışmaları kapsamında üniversitemiz akademisyenlerinin ulusal ve uluslararası kuruluşların programlarına yönelik proje hazırlama, yazma, yürütme ve raporlama konularında destek veriliyor. Bununla birlikte sanayi kuruluşlarının Ar-Ge birimleriyle iletişim kuruyor, akademisyenlerimizin bilimsel çalışma ve projelerinin ihtiyaç duyulan sektörlere iletilmesi ve bu çalışmalar sonucunda ticari kazançların ortaya çıkmasını sağlıyoruz. Yani bir “kazan-kazan” politikası uyguluyoruz. Laboratuvarlarımızı akredite ettik. Bunun sonucunda bölgemizdeki sanayi kuruluşlarını, gerekli olan test ve tetkikler için dışarı bağımlı olmaktan kurtardık. Sanayi ile aramızda karşılıklı güven ve sürdürülebilir iş birliğine dayalı çalışmalarımızsa devam ediyor. Bakın, ülke olarak kendimize yetebilmemiz için Ar-Ge şarttır, Ar-Ge gelişmedikçe dünya ile rekabet edemeyiz. Bu doğrultuda, Adana BTÜ, bölgemizdeki önemli sanayi kuruluşları ile Ar-Ge projeleri yapıyor, sanayi ile üniversite potansiyelini en verimli şekilde birleştiriyor.

Adana BTÜ’nün akademisyen kadrosunun sanayi deneyimli olmasını özellikle vurguluyorsunuz? Akademisyenlerin bu yetkinliği, üniversitenize ve öğrencilerinize nasıl bir vizyon sağlayacak?

Üniversitemizdeki akademisyen kadrosu iki kaynaktan besleniyor: Bir kısmı yurt dışı ihtisaslı ve deneyimli, bir kısmı da sanayi deneyimli akademisyenlerden oluşuyor. Çok acı bir gerçektir ki ülkemizde meslek üniversitede değil, iş yerinde öğreniliyor. Oysa öğrencilerin mesleklerini üniversitede öğrenip, iş hayatına hazır şekilde mezun olmaları gerekiyor. Gelişmiş ülkelerde bu iş böyle yürür. Bu çerçevede üniversitemizin “uygulamalı eğitim” projesinin önemine dikkatinizi çekmek isterim. Bahsettiğimiz sana-

yi deneyimli akademisyen kadrosunun da desteği ile öğrencilerimiz, ilgili sektörlerde sanayinin tozunu yutarak, iş ve işlemleri, süreçleri yerinde öğrenip uygulayarak, klasik “yeni mezun” kalıbının dışına çıkarak yetişiyor. Böylece mezun olduklarında piyasayla rekabete hazır hale geliyorlar. Teorik eğitimlerinde de akademik kadromuz, öğrencilerimize sanayide kazandıkları deneyimlerden yola çıkarak ve bu deneyimlerini örnek göstererek, gerçeklik ile bağdaştırarak eğitim veriyor. Bu yetkinlikleri, öğrencilerimizin iş hayatına daha hazır bireyler olmasının en büyük etkeni olarak değerlendiriyorum.

Adana, Türkiye'nin ilk sanayi şehirlerinden bir tanesi olmasına rağmen son yıllarda hak ettiği gelişimi gösteremiyor. Sizce Adana sanayisinin ihtiyaçları nedir?

Adana'da, hatta tüm ülkemizde iyi yetişmiş, nitelikli ve donanımlı ara eleman eksikliği var. Bu sorunun çözümü de yine üniversite-sanayi iş birliğinden geçiyor. Biz, üniversite olarak çeşitli kurslarla nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamaya yönelik çalışmalar yapıyoruz. Bir diğer konu ise nicelik kadar niteliğe önem verilmiyor olması. Devletimizin koyduğu 2023 yılı ihracat hedefleri doğrultusunda tüm sanayi kuruluşları kaliteyi öne çıkarmak zorunda. Kendi uçacağımızı, kendi gemimizi ancak kaliteyle ve akreditasyon sağlayarak üretebiliriz. Üreticiler, sadece kâr odaklı çalışmamalı, Ar-Ge faaliyetlerine de aynı ölçüde önem vermeli; kamu kurumları da kalkınmaya yönelik yapılan tüm faaliyetlerde sanayi kuruluşlarıyla ortak çalışmalı, gerekli desteği göstermeli. Rekabet ortamının oluşturulmasını ise bu süreçte çok önemli bir faktör olarak görüyorum ve önemsiyorum. Ancak rekabet olan ortamda kaliteli üretim, müşteri odaklı hizmet artabilir; tekelleşmenin getireceği vurdumduymazlık, değişime ve yeniliğe karşı kapalı olma durumları ortadan kalkar.

Biliyoruz ki üniversiteler, buldukları bölgelerde artan bir ekonomik hareketliliğe neden oluyor. Bu çerçevede Adana BTÜ'nün Adana ekonomisine ne derece katkısı olmuştur?

Bizlerin, kuruluşumuzdan bu yana her zaman dile getirdiği bir slogan var. Her ne kadar uluslararası bir üniversite olmayı hedeflese de öncelikle bizim “yönümüz Adana”. Üniversitelerin görevi sadece eğitim-öğretim verip öğrenci mezun etmek değildir. Bulduğunuz kente ve bölgeye yapacağımız kat-

kılar, en az kaliteli bir eğitim kadar önemlidir. Bizler de bu bilinçle, tel örgülerle çevrili, şehre sırtını dönmüş bir üniversite olmaktan ısrarla kaçmıyoruz; şehirle ve halkla iç içe, halkın dilinden anlayan, toplumun sorunlarına eğilen bir üniversite olmaya çaba gösteriyoruz. Bakın, bugün Adana'nın en önemli sorunlarından biri işsiz sayısındaki artıştır. Biz de bu soruna odaklanarak, üniversitemizin Sürekli Eğitim Merkezi'nde İŞKUR ve KOSGEB destekli, iş garantili mesleki kurslar açtık. Bu kurslarla hem işsizlik sorununun çözümüne katkı sağlıyor hem de sektörlerin ihtiyacı olan nitelikli ve donanımlı eleman ihtiyacını karşılıyoruz. Birçok meslek dalında yetkili sınav merkezi yetkisini aldık. Bu yetkiyle birçok alanda yeterlilik sertifikası veriyoruz. Sanayi kuruluşlarıyla yaptığımız protokollerle iş dünyasına akademik destek veriyoruz. Ayrıca, Adana'da engellilerin iş hayatına entegrasyonu ve buna benzer sosyal sorumluluk projelerine de doğrudan destek veriyor; Kalkınma Ajansı ile ortak şekilde su boruları ve su depolarının kalitelerinin artırılmasına yönelik çalışmalar sürdürüyoruz. Bu saydıklarımızın hepsi kent ekonomisine doğrudan ya da dolaylı olarak etki eden faktörlerdir. Biz, tüm bunları iki yıl gibi kısa bir süre zarfında hayata geçirdik. Adana BTÜ, yönünü Adana'ya çevirerek, “Adana'ya nasıl faydalı oluruz” kaygısını taşıyarak çalışmalarına hızla devam edecekler. Biz, taşın altına elimizi sokmaktan hiçbir zaman çekinmiyoruz.

Son olarak, üniversite yerleşkesi inşaatı hakkında güncel bilgiler paylaşabilir misiniz? Tamamlandığında nasıl bir eğitim yerleşkesine sahip olacaksınız?

Adana BTÜ Yerleşkesi'nin tüm bürokratik işleri tamamlandı, ihalesi yapıldı ve halen inşaatı devam ediyor. Tahmin ediyorum, bir yıl içerisinde yerleşkemize taşınabiliriz. Adana BTÜ Yerleşkesi, bin 500 dönüm arazi üzerine, bölgesel ve iklimsel şartlar dikkate alınarak, kente dönük, engelsizlik ilkesine bağlı şekilde kuruluyor. Kolay ulaşılabilen, insan odaklı, yeşil, geniş yollara sahip, kampus altyapısında tünel sistemi olan, farklı disiplinlerin birbirleriyle iletişim sağlayabileceği, yaya ve bisiklet yolları bulunan, öğrencilerin barınma ihtiyaçlarının karşılandığı, huzurlu yaşama olanak sağlayacak, alışveriş merkezi ve spor alanlarıyla her türlü sosyal ihtiyacı karşılayacak bir yerleşke kuruyoruz.



PROF. DR. ADEM ERSOY KİMDİR?

1961 yılında Kozan'da doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Kozan'da tamamladı. Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi'nden dönem birincisi olarak mezun oldu. Yüksek lisans, doktora ve post doktora eğitimlerini Maden Mühendisliği alanında İngiltere Nottingham Üniversitesi'nde tamamladı. Avrupa Birliği ve NATO projelerinde çalıştı. İngiltere'de 10 yıllık eğitim ve çalışma süresinden sonra mezun olduğu Çukurova Üniversitesi'ne döndü. Uzmanlık alanında sekiz kitap, 100'ü aşkın ulusal ve uluslararası bilimsel makale üretti. Birçok ulusal ve uluslararası proje yönetti. NATO ve Avrupa Birliği'nden “Bilimsel Uluslararası Proje Ödülü”, üç adet ulusal ödül aldı. 2003 ile 2006 yılları arasında Çukurova Üniversitesi Ceyhan Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü, 2008 ile 2011 yılları arasında Çukurova Üniversitesi Maden Mühendisliği Bölüm Başkanlığı, 2011-2012 yıllarında ise Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi'nde bulunan Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü görevlerini yürüttü. 2011 tarihinde Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Rektörü olarak atandı ve halen bu görevini yürütüyor. Evli ve üç çocuk babasıdır.

ÇARE AFRİKA



M. TARIK BOZBEY / T.C. BAŞBAKANLIK, TİM-AKİB AFRİKA MASASI BAŞKANI

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER'İN 2014 YILINA İLİŞKİN BİR RAPORU, 2012-2014 YILLARINDA EKONOMİK OLARAK BÜYÜYEN TEK KİTANIN AFRİKA OLDUĞUNU NET BİR ŞEKİLDE ORTAYA KOYUYOR. DÜNYADAKİ GENEL BÜYÜME ORTALAMA YÜZDE 4'TEN YÜZDE 1,8'E DÜŞERKEN, AFRİKA'DA 2010 YILINDA YÜZDE 2,7 OLAN BÜYÜME YÜZDE 6'YA ULAŞTI. ETİYOPYA'NIN KALKINMA HIZI, SON BEŞ YILDA ÜST ÜSTE YÜZDE 11 SEVİYELERİNDE GERÇEKLEŞİYOR.

Dünyadaki genel ekonomik daralma ve uluslararası ticaretteki düşüş trendi, 2008 yılından beri devam ediyor. Zaman zaman parasal müdahaleler, pansuman tedavisiyle iyileşme belirtileri görülse de, dünya genelinde gerçek ekonomik toparlanma henüz sağlanamadı.

KÜRESEL EKONOMİ DARALYOR

Küresel ekonomideki sıkıntıların gerçek işaretlerini, bazı yan unsurları inceleyerek de bulabiliriz. Örneğin, 1993-2008 yılları arasındaki 15 yılda küresel ticaret 1 trilyon dolardan 16 trilyon dolara, aynı dönemde uluslararası gemi taşıma endeksi BIMEX ise 3'ten 12'ye yükseldi. Bu endeks, artan uluslararası taşıma ve ticaretin en belirgin işaretlerinden birini ortaya koyuyor. Bununla birlikte, geçtiğimiz yıl uluslararası ticaret 11 trilyon dolara kadar geriledi...

Yine aynı mutlu zaman diliminde, dünya petrol fiyatları da 150 dolara kadar yükselmişti. Bu veri ise enerjiye olan talebi ve tüketimi, yani artan üretimi bizlere anlatıyor. Benzer çerçevede, dünya elektrik tüketimi de ortalama yükselen değerlerle artmaya devam etmiş, örneğin Türkiye'de elektrik tüketimi 2008'e kadar yıllık ortalama yüzde 8-9 artış göstermişti. Son üç yıldır artış Türkiye'deki elektrik tüketimindeki artış yüzde 3 seviyesini aşamadı...

Diğer yandan, ihracatımız da aynı dönemde, yani 1998-2008 yılları arasında, yıllık ortalama yüzde 10 artarak 50 milyar dolara kadar yükselmişti. İhracatımız, aslında son 15 yılda istikrarlı bir şekilde artış sergiliyor. Hatırlanacağı üzere geçtiğimiz yıl ihracatımız, 158 milyar dolara ulaşmıştı.

Bugünlerde BIMEX taşıma endeksi, tepe noktası 12'den tekrar 2 seviyesine gerilemiş gözüküyor. Yani dünyadaki ürün/üretim hareketi çok azalmış durumda. Benzer şekilde, dünyadaki ortalama kalkınma hızı 10 yıl önceki yüzde 5 seviyesinden yüzde 1-2 seviyelerine kadar geriledi. Hatta bazı gelişmiş ülkelerin kalkınma hızı, sıfır (0) olarak kendini gösteriyor.

Türkiye'nin ihracatı da son 10 aydır her ay azalarak düşmeye devam ediyor. Son açıklanan ihracat verilerine göre, Temmuz ayında da yüzde 10 ihracat kaybı yaşandı ve göstergeler, yılsonunda 130 milyar dolar civarında ihracat rakamına ulaşılacağını işaret ediyor. Bu gidişle 130 milyar dolarlık ihracatı "başarılı" kabul etmek zorunda kalacağız.

ACİL TEDBİRLER HAYATA GEÇİRİLMELİ

Az önce söylemiştik: Türkiye'nin yıllık enerji tüketiminin ortalama yüzde 8 artması beklenirken, son üç yılın tüketim artışı yüzde 3'ü geçemedi. Yani kalkınma hızımız, son üç yılda ortalama yüzde 3 olarak gerçekleşiyor. Bu yıla ilişkin beklenti ise yüzde 2,6 olarak öngörüldü.

Dünya petrol fiyatları uzun zamandır ilk defa 50 doların altında seyrediyor. İhracata dayalı kalkınma modelimizin aksayan hatları ise hepimizin malumu: Komşulara ve AB'ye ihracatımız azalıyor. Bu anlamda, yeni yükselen pazarlara yönelmemiz şarttır.

Başta İran olmak üzere Küba ve benzer ülkelerin kapıları yeniden dünyaya açılıyor. İran'da 36 yıldır, Küba'da 55 yıldır çivi dahi çakılmamış işler, boş bekleyen sanayi bizleri



bekliyor. İran'da en az 300, Küba'da en az 200 milyar dolarlık yatırım fırsatı var. En büyük fırsat ise Afrika'da yatırımlar: Büyük bir nüfus ve geniş bir coğrafya, geri bırakılmışlık nedeniyle her türden yatırıma muhtaç durumda. İran ve Küba 10 yılda kendini toparlayabilir ama Afrika'da en az 50 yıl yapılacak iş var.

AFRİKA FUARLARINA KATILIM ÖNEMLİ

Tüm bu veriler ve karşılaştırmalı bilgiler, dünyada ve Türkiye'de ekonominin yolunda gitmediğini özetliyor. Çözüm ise Afrika'yı hatırlamaktan, yatırımları bu yeni ve sınırsız pazara yönlendirmekten geçiyor. Eylül ayından Mayıs 2016'ya kadar Afrika'da hemen her ülkede çeşitli fuarlar düzenlenecek. Bunların tamamına katılma veya temsilci göndermemiz şarttır. Bu anlamda AKIB, 21 Ekim'de Etiyopya ve Afrika Birliği'nin başkenti Addis Ababa'da düzenlenecek Origin Africa fuarına; Antakya Ticaret Borsası Addis Ababa'da 27 Kasım'da açılacak Addis Agrofood tarım fuarına; Adana Ticaret Odası ise Şubat 2016'da yine Addis Ababa'da düzenlenecek genel makine ve elektrik fuarına geniş bir katılımı ziyarette bulunacak. Kenya, Senegal ve Tanzanya'daki fuarlara da mutlaka en azından temsilcilerle katılıp Türkiye'nin kendisini göstermesi gereklidir.

AFRİKA'NIN İHTİYAÇLARI SONSUZ

Bir diğer küresel güç olan Rusya da Küba'nın 30 milyar dolarlık borcunu geçtiğimiz ay silmiş ve Afrika'daki kimi alacaklarından da vazgeçebileceğinin, Afrika pazarında ABD'den geri kalamayacağını işaretlerini

vermişti. Yakında Putin'i de Etiyopya'da, Afrika Birliği Merkezi'nde konuşma yaparken görebiliriz.

Afrikanlı 1,2 milyar nüfusun her şeye ihtiyacı var. Analistlere göre Afrika, teknoloji ve refah seviyesi bakımından, gelişmiş ülkelere kıyasla ortalama 70-80 yıl geride. Ortalama gelir seviyesi ise bin hatta 800 doların altında. Dünyanın en fakir 50 ülkesinden 40'ı Afrika'da bulunuyor ama bu böyle kalmayacak. Unutmayalım ki 1950'de Türkiye'de, 1979'da Çin'de, 1990'da Sovyetler Birliği'nde benzer gelir düzeyleri izleniyordu ve bu yıllarda kişi başı gelir düzeyleri 500 doların altındaydı. 60 yılda Türkiye 10 bin dolarlık, Çin 35 yılda 4 bin dolarlık, Rusya 25 yılda 5 bin dolarlık gelir seviyelerine ulaştı.

Afrika'daki ortalama 500 dolarlık gelir düzeyinin 5 bin dolara çıkması demek, ithalatın da 700 milyar dolardan en az 6-7 trilyon dolara yükselmesi anlamına gelir. Tüm diğer ülkelerde ne yaşanmışsa, Afrika'da da benzerleri yaşanacak. Ekonomi kitaplarında "İnsanoğlunun talepleri sınırsızdır, doymaz. Ekonomi bilimi, bunu inceleyip üretim ve tüketimi yönlendirme bilimidir" denilir.

Birleşmiş Milletler'in 2014 yılına ilişkin bir raporu, 2012-2014 yıllarında ekonomik olarak büyüyen tek kıtanın Afrika olduğunu net bir şekilde ortaya koyuyor. Dünyadaki genel büyüme ortalama yüzde 4'ten yüzde 1,8'e düşerken, Afrika'da 2010 yılında yüzde 2,7 olan büyüme yüzde 6'ya ulaştı. Etiyopya'nın kalkınma hızı, son beş yılda üst üste yüzde 11 seviyelerinde gerçekleşiyor... Üstelik önümüzdeki beş yılda Etiyopya, demir yolu, kara yolu ve elektrik üretimiyle altyapısını katlayarak artıracak. Afrika'nın en büyük barajı olan Etiyopya'daki Rönesans Barajı iki

yıl içinde tamamlanacak; ulaşım, mal ticareti, elektrik ihracatı hızla yükselecek. COMESA ticaret antlaşmaları, Etiyopya'nın yakın uzak tüm komşularıyla karşılıklı ticari ve siyasi ilişkisine güç katacak.

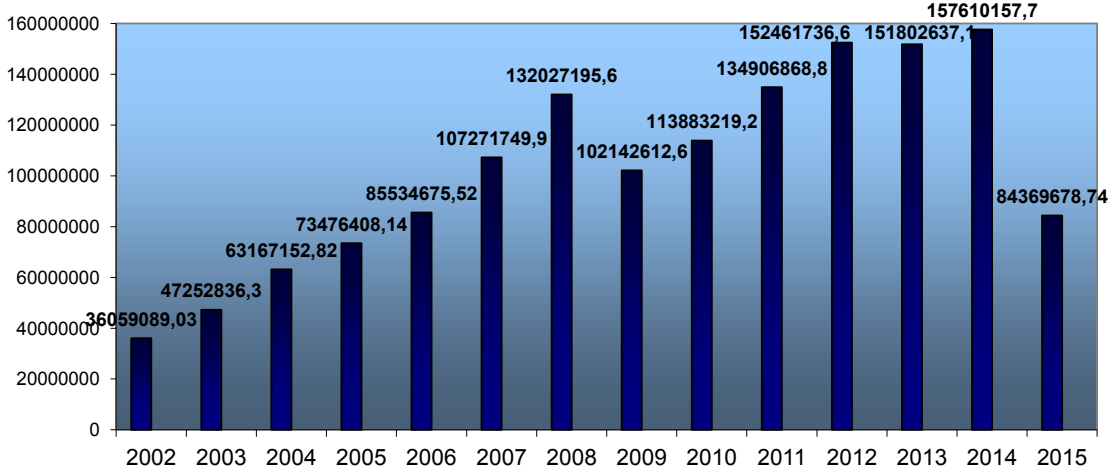
ÇARE AFRİKA

Türkiye'nin Afrika'ya ilgisi 1998 yılında başladı ve 2005 yılından itibaren hız kazandı. THY'nin Afrika'da en çok noktaya uçan havayolu olması, 2010 yılından itibaren yapılan geniş katımlı karşılıklı heyetler ilişkilerimizi kuvvetlendirse de yeterli değildir. 1998'de toplam ticaret hacmimiz 500 milyon dolarken geçen yıl 20 milyar dolara ulaşabildi. Türkiye'nin Afrika'ya ihracatı 13 milyar dolar, ithalatı ise 7 milyar dolar kadardır. Tüm Afrika'nın toplam ithalatı 2011'de 500 milyar dolarken, 2014 yılında 700 milyar dolara yükseldi. Bizim Afrika ihracatımız ise artmadı... Afrika, en çok ithal ettiği petrol ve türevleri dışında makine, motor, elektrikli ürünler, inşaat demiri ve malzemeleri konularında ürün ihtiyacı duyuyor. Makine ve motor ihracatımız halen 20 milyar dolarlık hedefine yakındır ve bu konuda hamle yapma zamanı gelmiştir. Afrika, yaptığı 65 milyar dolarlık makine ithalatının 9 milyar dolarlık kısmını Çin'den gerçekleştiriyor. Kalitesiz Çin malları yanında kalite ve fiyat üstünlüğümüzle bu dilimde daha fazla yer alabiliriz. Üstelik bu dilimde ürün satmak isteyen ABD ve AB'nin fiyatları bizden yüksek, kalitemiz ise Çin'den üst seviyededir. Hedef, Afrika olmalıdır. İhracatımızın geri gittiği dönemde, tek gerçek ihtiyaç sahibi ve halen talepleri neredeyse sonsuz gibi olan Afrika pazarları, ilk ve tek çare olarak önümüzdedir ve hemen yarın adım atmaya başlamamız gereklidir.

2015 YILI TEMMUZ AYI TÜRKİYE İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	TEMMUZ				SON 12 AY			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
I. TARIM	1.529.430	1.534.882	0,4	14,1	21.979.449	21.690.448	-1,3	14,6
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	979.248	1.031.838	5,4	9,5	15.153.504	15.420.341	1,8	10,4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	444.851	431.194	-3,1	4,0	6.745.928	6.345.968	-5,9	4,3
Yaş Meyve ve Sebze	94.578	94.076	-0,5	0,9	2.378.491	2.242.818	-5,7	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	106.724	111.460	4,4	1,0	1.411.090	1.346.893	-4,5	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	88.391	76.875	-13,0	0,7	1.444.028	1.372.814	-4,9	0,9
Fındık ve Mamulleri	157.458	228.213	44,9	2,1	1.920.329	2.818.979	46,8	1,9
Zeytin ve Zeytinyağı	14.722	12.890	-12,4	0,1	279.192	204.825	-26,6	0,1
Tütün	68.873	73.121	6,2	0,7	890.253	1.011.030	13,6	0,7
Kesme Çiçek	3.651	4.009	9,8	0,0	84.194	77.013	-8,5	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	175.808	153.159	-12,9	1,4	2.193.607	2.032.761	-7,3	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	175.808	153.159	-12,9	1,4	2.193.607	2.032.761	-7,3	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	374.374	349.886	-6,5	3,2	4.632.338	4.237.347	-8,5	2,9
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	374.374	349.886	-6,5	3,2	4.632.338	4.237.347	-8,5	2,9
II. SANAYİ	10.539.245	8.948.207	-15,1	82,4	123.183.732	114.291.892	-7,2	76,9
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.052.446	898.197	-14,7	8,3	13.017.574	12.137.887	-6,8	8,2
Tekstil ve Hammaddeleri	702.423	632.915	-9,9	5,8	8.774.070	8.290.902	-5,5	5,6
Deri ve Deri Mamulleri	168.805	118.629	-29,7	1,1	1.964.969	1.672.723	-14,9	1,1
Halı	181.218	146.653	-19,1	1,4	2.278.534	2.174.263	-4,6	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.570.477	1.322.393	-15,8	12,2	17.838.194	16.605.787	-6,9	11,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.570.477	1.322.393	-15,8	12,2	17.838.194	16.605.787	-6,9	11,2
C. SANAYİ MAMULLERİ	7.916.322	6.727.618	-15,0	62,0	92.327.964	85.548.218	-7,3	57,6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.720.102	1.497.048	-13,0	13,8	18.467.598	17.244.659	-6,6	11,6
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	1.988.596	1.644.332	-17,3	15,1	22.497.946	20.714.465	-7,9	13,9
Gemi ve Yat	122.443	149.306	21,9	1,4	1.156.046	1.179.217	2,0	0,8
Elektrik - Elektronik	982.480	826.886	-15,8	7,6	12.191.034	11.030.693	-9,5	7,4
Makine ve Aksamları	513.988	484.496	-5,7	4,5	5.958.041	5.713.671	-4,1	3,8
Demir ve Demir Dışı Metaller	585.635	529.881	-9,5	4,9	7.094.592	6.525.286	-8,0	4,4
Demir Çelik Ürünleri	1.042.741	805.258	-22,8	7,4	13.355.464	11.303.597	-15,4	7,6
Çimento ve Toprak Ürünleri	265.000	231.645	-12,6	2,1	3.168.842	2.903.199	-8,4	2,0
Değerli Maden ve Mücevherat	122.862	151.284	23,1	1,4	2.281.693	3.406.305	49,3	2,3
Savunma Sanayii	174.457	98.111	-43,8	0,9	1.560.063	1.524.360	-2,3	1,0
İklimlendirme Sanayii	389.898	302.177	-22,5	2,8	4.490.435	3.901.262	-13,1	2,6
Diğer Sanayi Ürünleri	8.118	7.195	-11,4	0,1	106.210	101.503	-4,4	0,1
III. MADENCİLİK	404.536	374.418	-7,4	3,4	4.863.454	4.224.504	-13,1	2,8
TOPLAM	12.473.211	10.857.507	-13,0	100,0	156.148.854	148.567.878	-4,9	100,0

YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE İHRACATI 2003-2015 (1000\$)



İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİKLERİ BAZINDA İHRACAT RAKAMLARI (1000 \$)

	TEMMUZ				SON BİR YIL			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
AKİB	968.925	826.372	-14,71	7,61	12.606.785	12.120.928	-3,85	8,65
BAİB	143.808	109.687	-23,73	1,01	1.634.469	1.518.536	-7,09	1,08
DAİB	235.240	198.815	-15,48	1,83	3.123.024	2.541.074	-18,63	1,81
DENİB	196.013	183.411	-6,43	1,69	2.307.516	2.152.297	-6,73	1,54
DKİB	103.510	52.568	-49,21	0,48	1.085.658	898.576	-17,23	0,64
EİB	978.657	896.681	-8,38	8,26	12.485.468	10.997.853	-11,91	7,84
GAİB	586.394	598.541	2,07	5,51	9.164.252	8.640.543	-5,71	6,16
İİB	548.548	566.368	3,25	5,22	6.835.029	6.634.411	-2,94	4,73
İMMİB	3.542.070	3.046.947	-13,98	28,06	42.089.155	40.370.089	-4,08	28,79
İTKİB	1.877.479	1.619.910	-13,72	14,92	20.771.315	19.022.362	-8,42	13,57
KİB	109.100	143.830	31,83	1,32	1.504.016	1.800.461	19,71	1,28
OAİB	1.063.900	873.234	-17,92	8,04	12.692.959	11.658.982	-8,15	8,32
ÜİB	2.119.567	1.741.144	-17,85	16,04	23.726.987	21.850.731	-7,91	15,58
TOPLAM	12.473.211	10.857.507	-12,95	100,00	150.026.635	140.206.844	-6,55	100,00

2015 YILI İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	TEMMUZ
ALMANYA	1.089.579
İNGİLTERE	797.313
İRAK	597.941
İTALYA	573.935
ABD	582.161
FRANSA	462.372
İSPANYA	404.661
İRAN	275.068
RUSYA	282.229
SUUDİ ARABİSTAN	253.369
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	213.920
MİSİR	266.794
HOLLANDA	261.188
İSRAİL	246.347
ROMANYA	210.226
BELÇİKA	186.745
ÇİN	219.384
POLONYA	186.271
AZERBAIJAN-NAHÇIVAN	146.476
TÜRKMENİSTAN	171.776
TOPLAM	7.427.754

AKİB İHRACATINDA TEMMUZ AYI, YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜNDE TOPARLANMANIN SÜRDÜĞÜ BİR AY OLARAK DİKKAT ÇEKTİ. SANAYİ SEKTÖRLERİNDE İSE SADECE MAKİNE VE AKSAMLARI SEGMENTİNDE ARTI DEĞERİN YER ALDIĞI TEMMUZ AYINDA AKİB'İN İHRACAT KAYBI YÜZDE 15'E ULAŞIRKEN, OCAK TEMMUZ DÖNEMİ TOPLAM KAYIP İSE YÜZDE 11 OLARAK GERÇEKLEŞTİ.

AKİB TEMMUZ AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (\$)

SEKTÖRLER	TEMMUZ 2015	DEĞ (%)	OCAK-TEMMUZ 2015	DEĞ (%)
I. TARIM	197.959.315	5,27	1.702.998.145	-13,60
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	126.985.397	-2,95	1.247.442.346	-15,03
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	82.419.509	-4,36	631.547.668	-15,66
Yaş Meyve ve Sebze	26.338.120	20,62	457.656.252	-11,92
Meyve Sebze Mamulleri	10.176.507	9,62	62.500.385	-21,14
Kuru Meyve ve Mamulleri	2.983.757	-58,15	47.961.943	-24,13
Fındık ve Mamulleri	2.743.485	41,84	23.372.397	-4,75
Zeytin ve Zeytinyağı	543.522	-71,58	8.200.266	-61,48
Tütün	1.739.182	-32,26	15.480.199	47,04
Süs Bitkileri ve Mam.	41.315	360,26	723.235	-13,71
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	23.511.718	1,50	146.385.985	-27,51
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	23.511.718	1,50	146.385.985	-27,51
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	47.462.201	39,43	309.169.814	2,72
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	47.462.201	39,43	309.169.814	2,72
II. SANAYİ	612.132.881	-20,18	4.683.059.634	-9,45
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	71.569.062	-8,07	531.694.089	-8,03
Tekstil ve Hammaddeleri	68.593.242	-6,24	507.990.556	-8,15
Deri ve Deri Mamulleri	583.015	-11,21	5.929.554	-16,29
Halı	2.392.805	-40,70	17.773.980	-0,90
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	326.112.526	-23,07	2.400.129.300	-8,11
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	326.112.526	-23,07	2.400.129.300	-8,11
C. SANAYİ MAMULLERİ	214.451.294	-19,12	1.751.236.245	-11,62
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	24.058.359	-33,68	215.051.528	-7,44
Otomotiv Endüstrisi	33.862.752	-15,01	262.552.908	-13,26
Gemi ve Yat	19.951	-76,71	329.849	-12,15
Elektrik-Elektronik, Mak. ve Bilişim	17.442.636	-27,38	143.706.997	-26,50
Makine ve Aksamları	15.886.782	25,50	101.877.987	-4,08
Demir ve Demir Dışı Metaller	25.754.820	-25,39	221.832.034	-24,56
Çelik	73.294.486	-19,26	638.490.399	-8,04
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	10.234.705	-3,07	77.949.159	38,92
Mücevher	110.245	2.027,44	135.833	265,13
Savunma ve Havaçılık Sanayii	935.686	-40,31	7.068.102	-27,85
İklimlendirme Sanayii	12.729.997	-12,67	80.816.200	-7,47
Diğer Sanayi Ürünleri	120.875	-54,27	1.425.248	-47,46
III. MADENCİLİK	16.279.407	16,77	95.236.307	-8,08
TOPLAM	826.371.604	-15,00	6.481.294.086	-11,00

AKİB TEMMUZ AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (\$)

HAZIR GIYIM	
İSPANYA	5.076.041
ALMANYA	3.247.826
SLOVAKYA	2.472.387
İNGİLTERE	1.158.313
LİTVANYA	1.088.765
FRANSA	1.072.147
SUUDİ ARABİSTAN	788.377
ROMANYA	702.328
KIRGIZİSTAN	524.807
İTALYA	505.495

YAŞ MEYVE SEBZE	
RUSYA	7.745.902
İRAK	4.707.567
SUUDİ ARABİSTAN	4.205.390
ALMANYA	3.470.375
SURİYE	3.037.055
FRANSA	1.985.402
KKTC	1.673.745
İTALYA	1.291.566
ROMANYA	1.190.801
İNGİLTERE	951.495

SU ÜR. HAYVANSAL MAMULLER	
İRAK	12.334.330
SURİYE	3.588.873
LÜBNAN	1.916.374
ABD	1.544.556
ALMANYA	1.106.825
LİBYA	561.039
KKTC	501.987
MERSİN SERBEST BÖLGE	454.271
VİETNAM	430.053
ROMANYA	333.593

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	
İRAK	21.389.082
SURİYE	9.924.538
MISIR	9.797.318
İNGİLTERE	8.011.006
ABD	7.114.735
ETİYOPYA	5.563.601
LÜBNAN	5.423.478
ALMANYA	4.182.330
İSRAİL	3.963.032
KKTC	3.698.254

TEKSTİL	
İTALYA	15.046.585
ABD	4.654.203
RUSYA	4.120.442
PORTEKİZ	3.214.740
BULGARİSTAN	2.567.004
İSPANYA	2.291.297
İNGİLTERE	2.130.733
ALMANYA	2.129.483
BREZİLYA	1.995.400
POLONYA	1.753.999

HUBUBAT, BAKLIYAT	
İRAK	17.395.918
SURİYE	14.619.451
YEMEN	5.752.767
SUUDİ ARABİSTAN	3.628.525
İTALYA	3.434.112
BANGLADEŞ	3.371.173
SUDAN	2.915.320
MISIR	2.538.011
İSRAİL	1.765.318
KUVEYT	1.497.622

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	
İRAK	15.971.985
ALMANYA	3.289.891
SUUDİ ARABİSTAN	2.956.396
İTALYA	2.386.759
İNGİLTERE	2.015.431
İRAN	1.995.102
TÜRKMENİSTAN	1.653.691
LİBYA	1.646.136
ÜRDÜN	1.619.865
ABD	1.203.568

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	95.487.877
ÜRDÜN	66.925.408
MALTA	27.012.150
ABD	26.306.883
SUUDİ ARABİSTAN	26.287.838
YUNANİSTAN	20.856.904
ALMANYA	11.782.540
KKTC	11.386.642
ÇİN	10.932.824
İRAK	6.594.623

Robot Yarışmasında Şimdi "SIRA SENDE"

TİM ve Intel Türkiye'nin düzenlediği robot yarışması için geri sayım başladı. Hiç vakit kaybetmeden takımını kur, projeni hazırlamaya başla.

Başvuru koşulları ve detaylar tim.orq.tr ve turkiyeinovasyonhaftasi.com'da Yarışmanın linkine aşağıdan ulaşabilirsin. robotyarismasi.inovatim.org

Başvuru için son tarih: 16 Ekim 2015

Birinciye 10.000 TL

İkinciye 7.500 TL

Üçüncüye 5.000 TL

Ayrıca, ilk 10'a giren tüm projeler de 1.000'er TL'lik ödülün sahibi olacak.



#robotumlagelecege

!NOVATİM

Bu proje TİM adına !NOVATİM tarafından yürütülmektedir.

www.turkishcitrus.com

Turkey

Discover
the potential



*Sağlığın
en taze
hali*

