

akib aktüel



nisan 2013 sayı 26

akdeniz ihracatçı birlikleri resmi yayın organı

MOBİLYA AR-GE PROJE PAZARI'NDA GERİ SAYIM BAŞLADI

**ZEKİ KIVANÇ: HER ŞEY
TÜRKİYE VE ADANA İÇİN**

**MEYVE SUYU SANAYİ
GELECEK VAAT EDİYOR**

KAHRAMANMARAŞ'TA DOĞDUK TÜRKİYE İÇİN BÜYÜYÖRÜZ

Türkiye'nin ve Kahramanmaraş'ın gururu Kipaş Holding, bugün tekstilden tarıma, eğitimden enerjiye, sigortadan pazarlamaya, çimentodan kağıda kadar uzanan çeşitli yatırımlarıyla ve 7 bin kişiyi geçen istihdam ordusuyla daha güzel bir gelecek için büyümeye devam ediyor. Ne diyelim, **aslansın Kipaş!**

www.kipas.com.tr



KİPAŞ
HOLDİNG

Tarım sektörü geçmiş değil, gelecektir



ALİ KAVAK

AKDENİZ YAŞ MEYVE SEBZE
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
BAŞKANI

Türkiye her açıdan çok önemli bir dönemden geçiyor. Bir yandan iç siyasette “çözüm süreciyle” başlayan olumlu hava, Ortadoğu'daki karışıklıklar ve Avrupa Birliği'nin içinde bulunduğu kriz ortamıyla ekonomide tedbirli olunmasını gerektiren bir durum ortaya koyuyor. İhracat, ülkemiz için 10-15 yıl önce taşımadığı kadar çok büyük bir anlama sahip. Türkiye bu süre zarfında büyümesini dış pazarlara odaklı olarak sağladı. İhracat, tarım ve sanayi sektörlerinde kapasitemizi artırmamızı getirdi. Türkiye için ihracattan uzaklaşmak artık mümkün değildir. Bu sebeple çalışmalarımız daha da önem kazanmıştır.

Diğer yandan, Avrupa'daki kriz ve Ortadoğu'daki belirsizlik ortamı, en çok sanayi sektörlerini vurmuş durumdadır. Bu yılın Türkiye geneli ilk üç aylık toplam ihracat rakamları, geçen seneye göre yalnızca yüzde 3,3 artışla 36,5 milyar dolar seviyesine ulaştı. Kriz esas olarak sanayi sektörlerini vurmuştur. Aynı dönemde sanayideki artış sadece yüzde 1,8 olurken, tarım sektörleri ülke genelinde yüzde 7,7 artışa imza atmıştır. Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak da ülke ortalamasına benzer bir seyir izlenmiştir. AKİB'in kayda aldığı ihracat, yılın ilk çeyreğinde yüzde 7 gerilerken, tarım sektörleri yüzde 4 artış göstermiştir.

Bu veriler, çok açık bir gerçeği gözler önüne sermektedir: Tarım ve gıda sektörleri, dünya döndükçe ihtiyacımız olan en temel gereksinimi karşılamaktadır. İşte bu sebeple başta ABD, Kanada ve Batı Avrupa olmak üzere gelişmiş ülkeler, tarıma sürekli teşvik vermekte ve bu alanlarda dışa bağımlılıklarını azaltma çabası göstermektedirler. Bizim de bu gerçeğin sürekli farkında olmamız ve başka alanları geliştirmek uğruna tarım sektörlerinden vazgeçmememiz gerekmektedir.

Yaş meyve sebze ihracatçıları olarak yüklediğimiz misyonun bilinciyle hareket ediyoruz. Bu bağlamda faaliyetlerle dolu bir dönem içindeyiz. Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği olarak, sektörün tüm paydaşlarını, tarım işçilerinin statülerinin ve sosyal güvenlik haklarının tartışıldığı bir toplantı ile bir araya getirdik. Sonrasında konuyu çözüme kavuşturmak amacıyla, bakanlık nezdinde girişimlerde bulunularak, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşarı Sayın Fatih Acar ile bir toplantı gerçekleştirdik. Sayın Müsteşarımız çözüm noktasında çalışmalarını başlattı.

Çukurova Üniversitesi'nde üreticiler, ihracatçılar ve akademisyenlerle birlikte Başkanlığımı yürüttüğümüz Ulusal Turunçgil Konseyi, yine geçtiğimiz ay içerisinde toplandı. Turunçgil sektörünün sıkıntılarını tartışma imkanı bulurken, ürün çeşitliliği ve verimliliği konuları da masaya yatırıldı. Üretim ayağında bu gelişmeler yaşanırken, ürünlerimizin yurtiçi ve yurtdışı talebini artırmak adına çalışmalar ortaya koyan Narenciye Tanıtım Grubu da faaliyetlerini tüm hızıyla sürdürmektedir.

Tarım sektörleri, üretici ve ihracatçı nezdinde kendini geliştirmek ve ülkemize katma değer sağlamak için var güçleriyle çalışmaktadır. Devletimiz ve kamuoyu kanaat önderlerinin de bu çalışmayı desteklemeleri, ülkemizin geleceği için hayati önemdedir.

4 MAKRO
6 BİRLİK'TEN

14 RÖPORTAJ
Zeki Kıvanç: Her şey
Türkiye ve Adana için

18 KAPAK
"Herkesi 11 Mayıs'ta
Mersin'e bekliyoruz"

20 AĞAÇ-ORMAN
Türk tüketicisi mobilyada
kaliteye önem veriyor

22 YAŞ MEYVE-SEBZE
Meyve suyu sanayi
gelecek vaat ediyor

26 YAŞ MEYVE-SEBZE
Çilek üreticileri
yeni sezondan umutlu

30 HAZIR GİYİM VE
KONFEKSİYON
Hazır giyimcilerden
kümelenme atağı

32 İL
İhracatın dinamik kenti
Kahramanmaraş

36 ÜRETİM
Antakya OSB, ihracatını
1 milyar dolara taşımayı
hedefliyor

38 TEKSTİL
Kimtex Tekstil,
Ar-Ge ile büyüyor

40 AKTÜEL
İnanç Turizmi
Koridoru ile 2023'e

44 MAKALE
Serdar Aksoy

46 GÖSTERGELER



SAH-B:
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
ADNAN ERSOY ULUBAŞ

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
İSMAİL ÇETİN

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

YAPIM



KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ

ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

ERKAN ALMAZ
erkanalmaz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

MERAL GÜLER, ŞERİFE TÜRK

GRAFİK TASARIM

EYLEM AKSÜNGER

KATKIDA BULUNANLAR

ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN

BASKI CİLT

MATSİS MATBAA HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.
TEVFİK BEY MAH. DOKTOR ALİ DEMİR CAD.
NO: 51 SEFAKÖY-İSTANBUL
TEL: (212) 624 21 11

DAĞITIM

KRY NET

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

İLETİŞİM

KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARULACEZE 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
FOTOĞRAFLARIN HER TÜRLÜ TELİF HAKKI AKDENİZ
İHRACATÇI BİRLİKLERİNE AİTTİR.
İZİN ALINMADAN, KAYNAK GÖSTERİLEREK DAHI
İKTİBAS EDİLEMEZ.

(*Mutfaktaki
Kalite*)



Arzu Çelik

www.arzucelik.com.tr

Arzu Çelik Metal San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Adana Yolu 15. Km Kahramanmaraş / Türkiye

Tel: 0344 236 05 03 (pbx) – 0344 236 21 90 / Faks: 0344 236 11 87

EURO BÖLGESİ'NDE İŞSİZLİK REKORU

Euro Bölgesi'nde işsizlik Kasım geçen ay yüzde 11.9'luk rekor seviyeye ulaştı. AB'nin istatistik kurumu Eurostat'ın açıkladığı, 17 ülkedeki işsizlik oranının ortalamasını yansıtan bu rakam, yeni bir rekor seviyesini işaret ediyor. Euro bölgesinde daha önceki en yüksek işsizlik oranı Aralık'ta açıklanan yüzde 11.8 oranıydı. Yunanistan yüzde 27'lik oranla 17 ülke arasında en yüksek işsizlik oranına sahip ülke oldu. Ancak Yunanistan'a ait en son işsizlik verileri geçen Kasım ayına ait. İspanya'da bu oran yüzde 26.2 olurken Portekiz'de yüzde 17.6 çıktı. Avrupa Birliği üyesi 27 ülkedeki ortalama işsizlik oranı, Ocak ayında bir önceki aya göre yüzde 0.1 yükselerek yüzde 11.8'e ulaşmıştı. En düşük işsizlikse yüzde 4.9 oranıyla Avusturya'da çıktı. Eurostat ayrıca, Şubat ayında Euro Bölgesi'ndeki enflasyon oranının yüzde 1.8'e gerilediğini de açıkladı. Uzmanlar, yüksek işsizlik ve düşük enflasyon oranları nedeniyle, Avrupa Merkez Bankası'nın yüzde 0.75 oranındaki mevcut faiz oranlarını düşürmesinin çok daha olası hale geldiğini belirtti. Standard Chartered'dan Sarah Hewin, Avrupa Merkez Bankası'nın bunu gelecek hafta faiz indirimine gidebileceğini söyledi. Ancak Hewin, borç sorununu çözmesi gereken İtalya ve Kıbrıs'ın siyasi belirsizliğe girdiği bir dönemde, Avrupa Merkez Bankası'nın faiz indirimi konusunda biraz ihtiyatlı davranabileceğini de vurguladı.



GÜNEY KIBRIS'TAN KAÇIŞ PLANI!

Euro Bölgesi hükümetleri ve Uluslararası Para Fonu, Kıbrıs'ın güneyini kurtardı, ama bu pek de bir kurtuluşa benzemeyecek. Ülkenin ikinci büyük bankası Laiki kapatılıyor. Bankanın kapanmasından doğacak milyarlarca dolarlık kayıp, hisse senedi sahipleri ile mevduatı 100 bin Euro'yu aşan mudiler tarafından karşılanacak. Böylece ekonominin önemli bir kredi kaynağı bir anda ortadan kalkmış olacak. Mevduatı 100 bin Euro veya bunun altında olanlar ise biraz rahat nefes alabildi, çünkü tasarrufları ülkenin en büyük bankası olan Kıbrıs Bankası'na devredilecek ve dokunulmadan kalacak. Ancak Kıbrıs Bankası da yeniden yapılandırılıyor ve gelecekte güvende olması için yapılan değişikliklerin maliyetini, yine hesabı 100 bin Euro'yu aşan mevduat sahipleri göğüsleyecek. Bu nedenle mevduat sahipleri milyarlarca Euro zarar edecek. Yeniden yapılandırılması aylar sürecektir. Halka ve işyerlerine yeteri kadar kredi vermesi ihtimali düşük. Kıbrıs'taki yabancı

bankalar da büyük olasılıkla gidecek, çünkü şimdiden durgunluğa giren bir ekonominin çok yavaş büyüyeceği ve bu arada birçoklarının zararına yol açacağını biliyorlar. Kıbrıs'ta gelecek iki yıl içinde herhangi tür bir kredi almak neredeyse imkânsız hale gelebilir. Uzun vadede de ekonominin önünde büyük güçlükler var. Vergiden kaçan Ruslara kucak açan offshore bankacılık sistemi, fiilen tamamen kapanacak. Bütün kayıpların, mevduatı yüksek olanların sırtına yüklenmesi, başka seçeneği olan herkesin ömürlerinin sonuna kadar Kıbrıs'ta uzak durmasına yeter. Bir başka deyişle Kıbrıs'ın kurtarılması; krediden yoksun kalacak olan ekonomi, vatandaşların canını yakarak hızla küçülecek. Başlıca sanayisi offshore bankacılık olan bir ekonomi bu kaynaktan mahrum kalacak. Küçük mevduat sahiplerinden alınması düşünülen yüzde 6.7 oranındaki mevduat vergisinden vazgeçildi ama Kıbrıs vatandaşları zaman içinde bu sözde kurtarma sonucunda daha fazla yoksullaşacak.

MERKEZ BANKASI'NDAN FAİZ ORANI İNDİRİMİ

Merkez Bankası, bir hafta vadeli repo ihale faiz oranını yüzde 5'e; gecelik borçlanma faiz oranını yüzde 4'e; borç verme faiz oranını da yüzde 7'ye indirdi. TCMB'den yapılan faiz oranlarına ilişkin duyuruya göre, PPK, Erdem Başçı başkanlığında toplandı. Kurul, politika faizi olan bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı ile banka bünyesindeki Banka-



lararası Para Piyasası ve Borsa İstanbul Repo-Ters Repo Pazarı'nda uygulanmakta olan faiz oranlarını belirledi. Buna göre, politika faizi olan bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı yüzde 5.50'den yüzde 5.0'e indirdi. Gecelik faiz oranları; Merkez Bankası borçlanma faiz oranı yüzde 4.50'den yüzde 4.0'e, borç verme faiz oranı yüzde 7.50'den yüzde 7.0'ye, açık piyasa işlemleri çerçevesinde piyasa yapıcısı bankalara repo işlemleri yoluyla tanınan borçlanma imkanı faiz oranı ise yüzde 7'den yüzde 6.5'e indirildi. Geç Likidite Penceresi Faiz Oranları; Geç Likidite Penceresi uygulaması çerçevesinde, Bankalar arası Para Piyasasında saat 16.00-17.00 arası gecelik vadede uygulanan Merkez Bankası borçlanma faiz oranı yüzde 0 düzeyinde sabit tutuldu, borç verme faiz oranı yüzde 10.50'den yüzde 10.0'a indirildi. Duyuruda son dönemde açıklanan verilerin, iç ve dış talep gelişmelerinin öngörüldüğü şekilde seyrettiğini gösterdiği belir-

tilerek, şunlar kaydedildi: "Yurtiçi nihai talep sağlıklı bir toparlanma sergilerken, ihracat zayıf küresel talebin etkisiyle yavaşlamaktadır. İç talepteki canlanmaya bağlı olarak cari işlemler açığında bir miktar yükseliş gözlenmektedir. Bununla birlikte, mevcut politika çerçevesi ve emtia fiyatlarında gözlenen düşüş cari işlemler açığındaki artış eğilimini sınırlayacaktır." Yakın dönemde sermaye girişleri tekrar hızlanma eğilimi gösterirken kredi artış oranlarının referans değer üzerinde seyrettiği kaydedilen duyuruda, "Finansal istikrara dair risklerin dengelenmesi amacıyla, mevcut konjonktürde bir yandan faiz oranlarının düşük tutulmasının diğer yandan döviz rezervlerini artırıcı yönde makro ihtiyati tedbirlere devam edilmesinin yerinde olacağını belirtmiştir. Bu doğrultuda, kısa vadeli faizlerde indirimle gidilirken rezerv opsiyonu katsayılarının artırılmaya devam edilmesi uygun bulunmuştur" ifade edildi.

M'DaŞ

**RİNG İPLİK
KATLAMA BÜKÜM
İPLİK - ELYAF - BOYA
DOKUMA**

SÜREKLİ DAHA İYİYE



M'DaŞ

MERKEZ
HEADQUARTERS
ADANA YOLU ÜZERİ 7.km KAHRAMANMARAŞ
T+90(344)237 6550 F+90(344)237 6553
info@midastekstil.com.tr
export@midastekstil.com.tr

İSTANBUL
ASEL İŞ MERKEZİ - AYTAÇ MAHALLESİ
DEREBOYU CAD. NO: 18/1 HALKALI 34660 İSTANBUL
T+90(212)472 8382 F+90(212)472 8385
info@aseltetekstil.com.tr

www.midastekstil.com.tr



www.aseltetekstil.com.tr

PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI'NA TAM DESTEK



Türkiye'nin ilk karnavalı olan Portakal Çiçeği Karnavalı'na Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik tam destek verecek. Toyota Türkiye CEO'su ve fikrin öncüsü Ali Haydar Bozkurt ile makamında görüşen Bakan Çelik, projenin Adana'nın tanıtımına ve ekonomisine büyük katkı sağlayacağını söyledi. Bakan Çelik, "Ben de 13 Nisan'da Adana'da olacağım ve bu büyük coşkuyu tüm halkımızla beraber yaşayacağım" dedi. Toyota Türkiye CEO'su Ali Haydar Bozkurt da Adanalı olan Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik'in verdiği desteğin çok önemli olduğuna vurgu yaparak, "Bu yıl ilk yılımız olduğundan bazı ufak tefek kusuralarımız olursa şimdiden gelen misafirlerimizin hoşgörüsüne sığınıyoruz, amacımız ileriki yıllarda çok daha iyi organizasyonlar ile etkinliğimizi gelenekselleştirmektir. Tek ümidimiz mevsim normallerinin aksine erken açan portakal çiçeklerinin herhangi bir yağmur, fırtına sebebiyle erken dökülmemesi ve gelen tüm konukların bu kokuyu doyasıya içine çekmeleridir" şeklinde konuştu. Bozkurt şunları söyledi; "Bakanımızın da desteğiyle başlattığımız sevgi hareketi tüm ülkeyi kucaklayacaktır. Adana Valiliği'ne, Adana Seyhan Belediyesi'ne ve ilk günden bu yana yanımızda olan Adana halkına da çok teşekkür

etmek istiyorum. Adana'yı marka şehir yapacak portakal çiçeği mucizesinin yarattığı sevgi, kardeşlik ve hoşgörü dolu bir atmosferde herkesin iyi vakit geçirmesini arzu ediyorum." Asıl amacı ziyaretçilerin, Adana'da portakal çiçeği kokulu sokaklarda dolaşmaları, Adana'nın müthiş mutfağını, tarihini tanımalarından ibaret olan "Portakal Çiçeği Karnavalı" Adana Valiliği ve Adana Seyhan Belediyesi'nin destekleriyle 13 Nisan'da düzenlenecek. Portakal çiçeklerinin açtığı dönemde gerçekleştirilecek olan ve herkesin dilediği farklı bir kostüm ile katılabileceği karnavalın birbirinden değişik tasarımlarla çok renkli görüntülere sahne olması bekleniyor. Adanalıların hazırlayacakları özel kostümleriyle davet edildiği karnaval korteji ile Adana'dan tüm dünyaya sevgi ve barış mesajı verilecek. Farklı ve renkli kostümlerle herkesi karnavala davet eden yetkililer, yaratıcı kostümlerle dostluk mesajının verileceğini belirtiyorlar. Özel kostümleriyle karnavala katılacaklara motosiklet, bisiklet, vosvos, klasik araba kulüpleri, dans okulları, tiyatro grupları, spor kulüpleri, üniversite spor kulüpleri ve takımları, patenciler, kaykaycılar, jonglörler, sihirbazlar, keçi ayaklılar, sokak sanatçıları, ressamlar ve karikatüristler de eşlik edecek.

DIŞ BORÇ STOKU 9.5 MİLYAR DOLAR

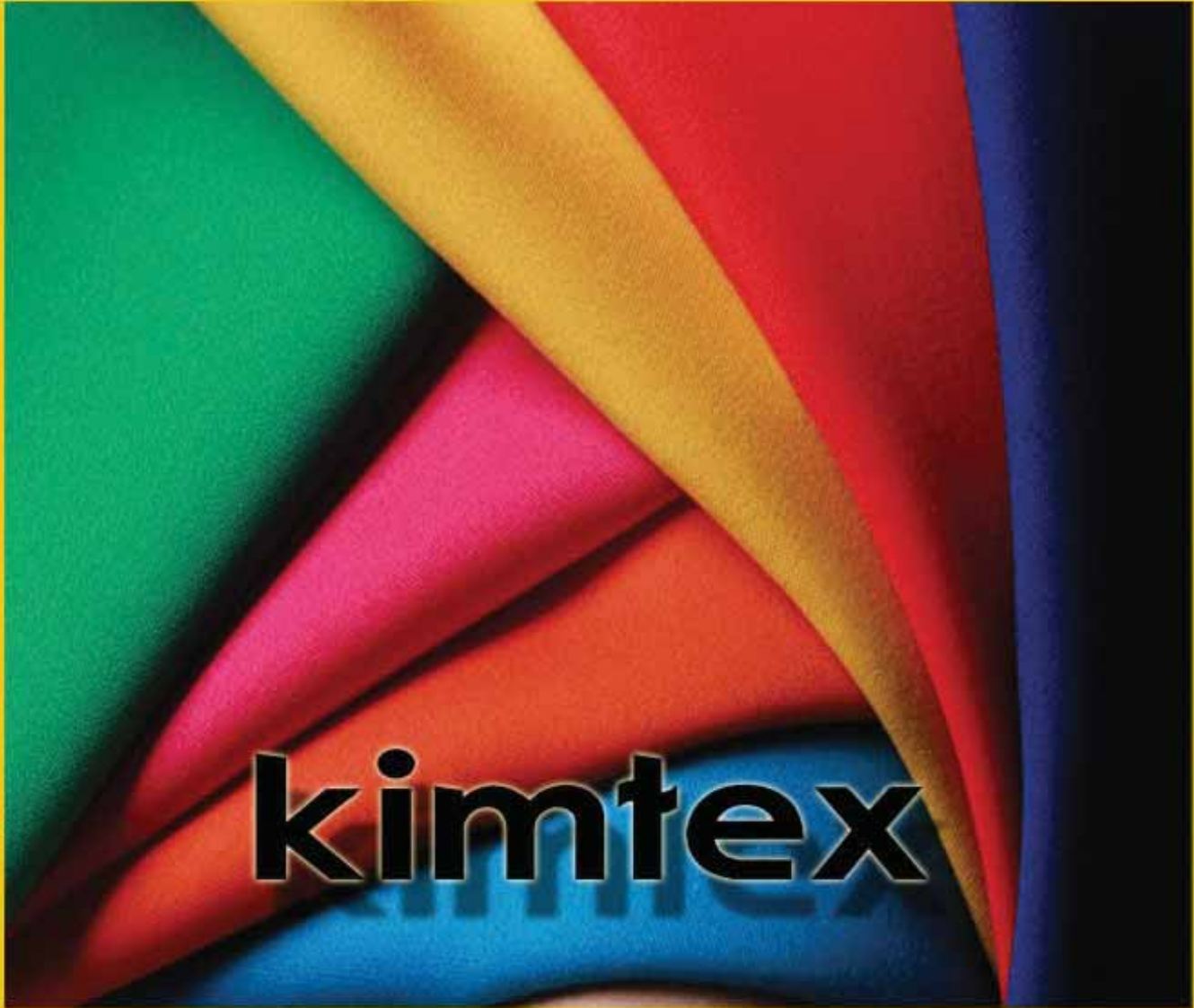
Hazine garantili dış borç stoku, 2012 yılı sonu itibarıyla 9.5 milyar dolar olarak gerçekleşti. Hazine Müsteşarlığı, 2012 yılı sonu itibarıyla Hazine garantili dış borç stok verileri ile kamu kuruluşlarınca sağlanan hazine garantisiz dış borç stok verilerini açıkladı. Buna göre, 2012 yılı sonu itibarıyla 9.5 milyar dolar olarak gerçekleşen borçların, 5 milyar 406 milyon doları kamu kesimine, 4 milyar 119 milyon doları ise özel sektöre ait oldu. Kamu kesiminin borçları arasında genel yönetimin borcu 1 milyar 162 milyon dolar olurken, bunun 1 milyar 160 milyon doları mahalli idarelere, kalan kısmı da fonlara ait. 2011 yılında 2 milyar 67 milyon dolar olan kamu bankalarının borcu ise 2012 yılı sonu itibarıyla 3 milyar 136 milyon dolara yükseldi. Finansal olmayan kuruluşların 2011'de 1 milyar 162 milyon dolar olan borç miktarı da söz konusu dönemde 1 milyar 107 milyon dolara düştü. Bu borcun tamamı Kamu İktisadi Teşebbüsleri'ne (KİT) ait. Bu arada, 2011 yılında 3 milyar 880 milyon dolar olan özel sektör borçları 2012 yılı sonu itibarıyla 4 milyar 119 milyon dolara çıkarken, bu borcun 4 milyar 105 milyon dolarlık kısmının bankalara ait olması dikkati çekti. Hazine Müsteşarlığı, 2012 yılı sonu itibarıyla kamu net borç stoku ve AB tanımlı genel yönetim borç stoku verilerini açıkladı. Hazine tarafından üçer aylık dönemler itibarıyla yayımlanan kamu finansmanı istatistikleri kapsamında 2012 yılı dördüncü çeyrek verileri güncellendi. Buna göre, 2012 yılı Aralık sonu itibarıyla kamu net borç stoku 240.6 milyar lira, AB tanımlı genel yönetim borç stoku ise 510.9 milyar lira olarak gerçekleşti. Geçen yılın son çeyreğinde genel yönetim iç borç stoku, 396.8 milyar lira, genel yönetim dış borç stoku ise 152.6 milyar lira oldu.



MAERSK LINE SERVİS AĞINI GENİŞLETİYOR

Maersk Line, 2013 yılının Mart ayı sonu itibarıyla İskenderun'un Limak Limanı'na uğrayacak. Maersk Line, iki adet 1000 teu'luk konteyner kapasiteli gemi ile haftalık servis verilecek ve Port Said, Mısır üzerinden diğer tüm Maersk Line servislerine bağlantı olanağı sağlanacak. Servis rotasyonu şöyle: Port Said, Mısır-Mersin, Türkiye-İskende-

run, Türkiye- Port Said, Mısır. Bu servis hem Gaziantep, Kahramanmaraş, Adana, Hatay, Şanlıurfa, Malatya ve Adıyaman gibi çevre illerde yer alan müşterilerin dünya limanlarına ulaşımını kolaylaştıracak hem de başta Kuzey Irak olmak üzere liman lokasyonun sağladığı avantaj ile transit ticaretin artışına da büyük katkıda bulunacak.



HEAD QUARTERS :

Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi
Turgut Özal Bulvarı No:3
Pk.01350 Sarıçam/ADANA/TURKEY
Phone: +90 322.3943049
Fax: +90.322.3943573

ISTANBUL OFFICE:

Ergenekon Mah. Cumhuriyet Cad
Fransız Hast. Sk Kaya Apt No:199-1 Kat:4
Harbiye/ISTANBUL/TURKEY
Phone: +90.212.2967098
Fax: +90.212.2967275

DESIGN STUDIO:

Harbiye Mah Altın Sk Ahmet Kara
İz Hamı No:2 Kat:1 Daire:8-9
Nişantaşı/ISTANBUL/TURKEY
Phone: +90.212.29129108

KIMTEX USA INC:

152 West 36 th Street302
NEWYORK ,
NY 10018 USA
Phone:+1.212.2443317
Fax: +1.212.2443318

www.kimtex.com

Tarım işçilerinin sosyal güvenlik sorunları masaya yatırıldı



Tarım işçilerinin statüleri ve sosyal güvenlik hakları ile ilgili Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği toplantılar düzenliyor. Bu kapsamda da 21 Mart 2013 tarihinde AKİB Hizmet Binası'nda, tarım sektörünün tüm paydaşlarının katıldığı, tarım işçilerinin statüleri ve sosyal güvenlik haklarının tartışılarak çözüm arandığı bir toplantı daha gerçekleştirildi. Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak'ın ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıya, Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanı Kemal Kaçmaz, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Sigorta Primleri Genel Müdürlüğü Sigortalılar Prim Daire Başkanı Tevfik Özcan ve Şube Müdürü Hanife Argüç, Silifke Turunçgil Üreticileri Birliği, Adana Seyhan Ziraat Odası, Adana Turunçgil Üreticileri Birliği, Mersin Turunçgil Üreticileri Birliği temsilcileri ile çok sayıda yaş meyve sebze ihracatçısı katılım sağladı. Toplantının açılış konuşmasını yapan Başkan Ali Kavak, tarım işleri sorunlarının mutlak şekilde çözümlenebilmesi amacıyla bu toplantıyı gerçekleştirdiklerini ve tarım işçisi çalıştıran

ihracatçılar açısından bu toplantının büyük önem taşıdığını kaydetti. Özellikle tarım işçilerinin kayıt altına alınması noktasında çok sıkıntı yaşandığına dikkat çeken Kavak, "Tarım sektöründe, özellikle hasat zamanlarında, çalışma saatleri iklim koşullarına bağlı olarak değişkenlik gösteriyor. Yağmurlu havalarda hasat yapılamadığı için işçiler çalışmıyor. Hal böyle olunca çalışma saatleri ve çalışan sayısındaki sürekli değişkenlik kayıt altına alınma noktasında bize sorun yaşıyor" şeklinde konuştu. Kavak, son olarak toplantı neticesinde, kalıcı, mantıklı, uygulanabilir çözümler getirilmesinin herkes için faydalı olacağını sözlerine ekledi. Sigortalılar Prim Daire Başkanı Tevfik Özcan ise bugün dünyada da sosyal güvenlik şemsiyesi altına alınan en son grubun tarım işçileri olduğunu vurgulayarak, "Ülkemizde tarım işçileri 1984 yılından itibaren 2925 sayılı kanunla sosyal güvence altına alınmaya başlandı. Ancak tarım işçilerinin düzenli gelirleri olmadığı için düzenli prim alamıyorlar. Önümüzdeki sorunları elbirliği içinde çözmek için buradayız" diye konuştu.

ENVER YENİ DÖNEME "ENERJİK" BAŞLADI

Sanayide ve evlerde enerjinin akılcı ve verimli kullanılmasını sağlamak amacıyla kurulan ve İbrahim Çağlar başkanlığında yeni yönetim kurulunu oluşturan Enerji Verimliliği Derneği; tüm enerjisiyle faaliyetlerini sürdürüyor. Kayseri ve Denizli'de gerçekleştiren Enerji Hanım Projesi çalışmalarının ardından, yeni kurumsal kimlik ve logo ile ilk ziyaret Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'a gerçekleştirildi. Ziyarette konuşan Enerji Verimliliği Derneği Genel Başkanı İbrahim Çağlar, yeni yönetim kurulu olarak ilk resmi ziyaretlerini "Derneğin onursal başkanı" olarak gördükleri Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'a yapmanın mutluluğunu yaşadıklarını belirtti. Kısa süre içinde gerçekleştirdikleri yenilikleri anlatan ve yılın sonuna kadar her bölgede bir şube açmayı hedeflediklerini söyleyen Çağlar, "Dernek merkezimizin Ankara'dan İstanbul'a nakli ile ilgili resmi prosedürümüz tamamlandı. 2013 yılı faaliyet planımızı oluşturduk. Yeni yapılanmamızı yansıtacak yeni kurumsal kimlik çalışmalarımıza başladık, logo çalışmalarını tamamladık. Web sayfamızı yeniledik ve Sosyal Medya çalışmalarını başlattık" diye konuştu.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız ise konuşmasında, verimlilik ve tasarruf gibi hayati kavramların, kişilerin konforundan taviz verilmeden uygulanabilirliği konusunda çok önem verdiklerini söyledi. "Enerji Verimliliği Derneği, enerjinin tasarrufu ve akıllı kullanılması konusunda Türkiye'nin dört bir yerinde yol gösterici olacak" diye konuşan Yıldız, Bakanlık olarak derneğin çalışmalarına gerekli desteği vereceklerini ifade etti.



NTG, projeleri yerinde gözlemledi

Dünya turunçgil pazarlarında rekabet edebilmek ve Çukurova Üniversitesi, Alata Bahçe kültürleri Araştırma İstasyonu Müdürlüğü ve Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü (BATEM) ile yürütülen “Yeni Turunçgil Çeşitleri Geliştirme Projeleri”nde gelinen son noktayı yerinde incelemek için Narenciye Tanıtım Grubu (NTG) yönetim kurulu üyeleri, kurumları ziyaret etti. 15-16 Mart 2013 tarihlerinde NTG Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak başkanlığında ve NTG Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Mustafa Türkmenoğlu, Latif Ünal ve NTG Üyeleri Mehmet Soylu, Hakkı Bahar, Kemal Kaçmaz, Necdet Sin, Atay İşimtekin katılımıyla gerçekleşen ziyarette çalışmaların oldukça profesyonel ve hızlı ilerlediği gözlemlendi. “Turunçgil Çeşit Geliştirme Projesi”nin Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü ve Alata Bahçe Kültürleri Araştırma İstasyonu Müdürlüğü tarafından yürütülen bölümünde, yeni bazı mandarin ve portakal çeşitlerinin bölgesel performanslarının belirlenmesi için deneme parsellerinin kurulduğu tespit edildi. Kaliforniya Üniversitesi’nden getirilip turunç anacı üzerine aşılanan mandarin ve portakal çeşitlerinden elde edilen fidanlardan ve Çukurova Üniversitesi’nde yapılan çalışma-



larda mandarinde öne çıkan üç, portakalda öne çıkan dört çeşitten Adaptasyon ve İntroduksiyon parsellerini oluşturmak için aşılama yapılarak fidanlar hazırlandı ve fidanların 2013 yılı içerisinde dikileceği proje yürütücüleri tarafından rapor edildi. Portakalda Washington Navel, Lanelate, Cara Cara, limonda ise İnterdonato, Limoneria 8A gibi çeşitlerin ışınlamasından yaklaşık 65 adet portakal bitkisi,

yaklaşık 25 adet de limon bitkisi elde edildiği öğrenildi. Projede ikinci alt aşama olarak yer alan “Mutasyon Yoluyla Çok Erken / Erken ve Geç Dönemde Olgunlaşan Yeni Mandarin Çeşitlerinin Geliştirilmesi” alt projesinde ise 2011 yılı sonbahar döneminde, Okitsu Wase ve W. Murcott gibi çeşitlere ışın uygulaması yapılarak, her çeşitten yaklaşık 15’er aşının tuttuğu belirlendi.

“Ulusal Turunçgil Konseyi” toplantısı yapıldı

Ulusal Turunçgil Konseyi toplantısı, Ulusal Turunçgil Konseyi Başkanı Ali Kavak başkanlığında 14 Mart 2013 tarihinde Çukurova Üniversitesi’nde gerçekleştirildi. Toplantıda Çukurova Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Süha Berberoğlu, kısa

ve uzun vadeli üretim miktarının belirlenmesi, gerçekçi pazarlama, paketleme ve işleme için sektörel planların geliştirilmesi konularında bilgi verdi. Turunçgil alanlarının verimliliğinin belirlenmesi, bunların analiz edilmesi ile ilgili açıklamalar yapan Berberoğlu, sulama ve drenaj

planlarının oluşturulması, toprak yeterliliğinin belirlenmesi, tekrar dikim planlarının geliştirilmesi gibi amaçlarla AKİB’in yürüttüğü “Uzaktan Algılama ve Coğrafi Sistemler Yönetimi” projesi ile ilgili gelinen son noktayı aktardı. Bu projeler ile sadece envantere dayalı bilgi sistemi altyapısı değil, aynı zamanda çevresel etkenlerin üretim üzerine etkilerinin ortaya konacağı belirtildi. Turunçgil üretiminde önemli sorunlardan biri olan don olaylarının oluşum yerleri ve sıklığı, soğuk hava koridorları ve çökme alanları uzun yıllara ait termal uydu görüntüleri ile haritalanarak risk bölgelerinin tespit edileceği ifade edildi. Ulusal düzeyde Turunçgil Bilgi sisteminin oluşturulmasına temel teşkil edecek; ikisi tamamlanmış, bir tanesi halen yapılmakta ve bir adet de teklif edilmek üzere hazırlanmış dört projenin bulunduğunu ve bu yöntemin Mersin, Adana, Hatay, Antalya, İzmir, Muğla bölgelerinde yaygınlaştırılarak ulusal düzeye geliştirmeyi hedefledikleri belirtildi.



Mobilya AR-GE Proje Pazarı'na yoğun ilgi

Birçok alt sektörü içinde barındıran mobilya sektörü, ihracatta da ön sıralarda yer alıyor. Ancak rekabetin çok yoğun yaşandığı uluslararası piyasalarda sektörün pazar payını genişletebilmesi için; fiyat, kalite, markalaşma, lojistik, üretim girdilerine kolay ve ucuz ulaşabilme gibi konularda önemli derecede yol alması gerekiyor. Bu hedefle, Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği koordinatörlüğünde "Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı" (MAPP) etkinliği düzenleniyor. MAPP etkinliğine destek veren Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve MAPP Yürütme Kurulu Başkanı Bülent Aymen, proje pazarına gelen yoğun ilginin mutluluk verdiğini söyledi. Aymen, şöyle

konuştu: "Sektörde uygulanabilir fikirleri mobilya sanayisine kazandırmayı ve yeni fikirleri toplamak ile birlikte hâlihazırda mevcut fikirleri de ortaya çıkararak sanayiye ulaştırmayı hedefleyen Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı'na proje sahiplerinden gelen yoğun ilgi bizleri çok mutlu etti" dedi. 22 Mart 2013 tarihine kadar devam eden son başvuru tarihinin, proje göndermek isteyenlerin ısrarlı talebi nedeniyle 29 Mart 2013 tarihine kadar 1 hafta uzatıldığını kaydeden Aymen, "Bu sayede, tüm başvuru sahipleri proje değerlendirmesinin başlayacağı 30 Mart 2013 tarihine kadar projeleri üzerinde istedikleri değişiklikleri yapabilecekleri gibi yeni proje de gönderebilecekler" açıklamasında bulundu.



Adanalı ihracatçılar unutulmadı



Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği, sektör ihracatını geliştirme ve sorunları tespit amacı ile kurumlar ve Adana'da faaliyet gösteren ihracatçılar arasında bir sektör toplantısı gerçekleştirdi. Adana Park Zirve'de 09 Mart 2013 tarihinde gerçekleştirilen toplantıya; Adana Valisi Hüseyin Avni Coş ve Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra Adana ilinin önde gelen bürokratları ve Adanalı ihracatçılar katıldı. Toplantının açılış konuşmasını yapan Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal

Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, 2012 yılında gerçekleştirilen 151 milyar 861 milyon dolarlık Türkiye geneli ihracatının içinde, 1 milyar 664 milyon dolarlık su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatının ilk bakışta oldukça mütevazı gelebileceğini belirterek, "Bu tablo içerisinde en büyük gururumuz; Türkiye ihracat artış ortalamasını 255 milyon dolarlık ihracatla bir önceki yıla göre yüzde 33'lük yükselişle üçe katlayan su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatıdır" dedi. Bu tabloda büyük pay sahibi olan, 2012 yılında toplam 105



milyar dolar ihracat gerçekleştiren Adanalı üyelere teşekkür eden Yamanyılmaz, "Bizler de bu hususta birliğimiz ihracatının yüzde 40'ından fazlasını gerçekleştirdiğimiz Adana'mıza verdiğimiz önemi, teker teker üyelerimizin firmalarını yerinde ziyaret ederek, sorunlarını ve taleplerini dinleyerek göstermeye çalıştık. İşin gerçeği bu süreçte çok da önemli kazanımlar elde ettik ve bu tip çalışmalara önümüzdeki dönemde de devam edeceğiz" şeklinde konuştu. Toplantının kapanışında söz alan Akdeniz İhracatçı Birlikleri sektör sorumlusu Nurettin Barutcu'nun açıklamalarına göre ilk üç ihracatçı firma; Garip Tavukçuluk Gıda ve Yem San. Tic. A.Ş., Akyem Adana Yem Yağ Biodizel Tar.ve San. Tic. A.Ş., ve Pilyem Gıda Tarım San. ve Tic. A.Ş. olarak sıralandı.

Indiana heyeti TİM'i ziyaret etti

Indiana heyeti, Türkiye ile ikili ticari ve ekonomi ilişkileri geliştirmek amacıyla 27 Şubat tarihinde Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni (TİM) ziyaret etti. Gerçekleştirilen toplantıya TİM Yönetim Kurulu Üyesi ve Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Aymen başkanlığında Indiana Eyaleti Ticaret Bakanı Victor Smith, Indiana Eyaleti Ekonomik Kalkınma Kurumu Kıdemli Uluslararası Projeler Müdürü Sale-na Lee, Keystone Construction CEO'su Ersal Onursal, Şikago Ticaret Müşaviri Sevtap Ak-güloğlu, TİM Genel Sekreter Yardımcısı İsmail Bitirim, TİM Dış Ticaret Koordinatörü Bahadır

Öztanyel ve TİM Amerika Bölge Koordina-törü Tuğçe Özdemir katılım sağladı. TİM ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıda, TİM Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Aymen'in açılış konuşmalarının ardından TİM Genel Sekreter Yardımcısı İsmail Bitirim, TİM'in organizasyon yapısı ve aktivitelerinin genel çerçevesini ve ABD-Türkiye ekonomi ilişkilerini konu alan bir sunum yaptı. Sunumun akabinde, Indiana Eyaleti Ticaret Bakanı Victor Smith tarafından Indiana eyaleti tanıtıldı. Bölgenin özellikle rekabetçi avantajları ile gelişmiş endüstrileri belirtildi. Programın sonunda karşılıklı hediye takdimi gerçekleştirildi.



AKİB'den bakanlıklara ziyaret

Akdeniz İhracatçıları Birliği (AKİB), yaş meyve sebze ihracatçıları sektöründe yaşadıkları sorunları muhataplarına aktarma amacıyla Ankara'da 6-7 Mart 2013 tarihleri arasında bir dizi ziyaret gerçekleştirdi. Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak, Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanı Kemal Kaçmaz, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Hakan Sefa Çakır ve AKİB Genel Sekreteri İsmail Çetin tarafından gerçekleştirilen ziyaret kapsamında ilk gün, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan Müsteşar Ersan Aslan makamında ziyaret edildi. 7 Mart 2013 tarihinde ise Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'ndan Müsteşar Fatih Acar ile tarım işçilerinin statüsü üzerinde görüşmeler yapıldı. Müsteşar Fatih Acar ile yapılan görüşme neticesinde bakanlığın sorunun çözümü noktasında görevlendireceği heyet hususunda karar kılındı. Bu kapsamda da mart ayının



üçüncü haftası AKİB ev sahipliğinde bakanlık heyeti ve ilgililerden oluşan bir grup toplantı düzenleneceği ve çözüm noktasında gerekirse komisyon kurulacağı belirtildi. Görüşülen konularda atılacak olumlu adımlar ile ihracatın ve ihracatçının önündeki engellerin kaldırılması ve böylece ülke olarak 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşma konularında kolektif yürütülecek gayretlerin önemine değinildi.

SEKTÖR SORUNLARI MASAYA YATIRILDI

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, Mersin'de 26 Mart 2013 tarihinde sektör sorunlarının konuşulduğu akşam yemeği düzenledi. Yemeğe Adana Turunçgil Üreticileri Birliği, Mersin Turunçgil Üreticileri Birliği, Ulusal Turunçgil Konseyi, Doğu Karadeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği, Narenciye Tanıtım Grubu ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu üyeleri katılım sağladı. Sektör sorunlarının konuşulduğu yemekte sorunların çözümü aşamasında iktidar bürokratlarıyla görüşülmesi hususu gündeme geldi. Bu noktada başarıya ulaşmak adına sorunların belirlenip adım adım ilerlenmesi konusunda mutabakata varıldı. Ayrıca Nisan-Mayıs ayları içerisinde geniş katılımlı bir ortak akıl toplantısı yapılması için hazırlıkların başlatılması kararı alındı. Başkan Ali Kavak yemeğin önümüzdeki süreçlerde de ihracatçı ve üreticiyi bir araya getirmek ve ortak hedefler belirleyerek kolektif bir başarı yakalamak açısından artarak devam edeceğini söyledi.



NTG, GÜNEY AFRIKA'YA ÇIKARMA YAPACAK

Narenciye Tanıtım Grubu (NTG), narenciye ürününün, "Türk Narenciyesi" ve "Türk Malı" imajının yurtdışında bilinirliğini, ihracatını artırmak için Ekonomi Bakanlığı'nın talimat ve direktifleri doğrultusunda her türlü çalışmayı yapıyor. Bu bilinçle, narenciye konusunda üretim trendleri, paketlenme teknikleri, ihracat ve bilimsel araştırmalarda gelişen noktaları ve teknikleri yerinde incelemek üzere 12-18 Mayıs 2013 tarihleri arasında Güney Afrika'ya inceleme seyahati düzenleniyor. Cape Town, Addo, Port Elizabeth, Nelspruit, Onder-Sabbie, Johannesburg şehirlerini ve narenciye bahçeleri, paketlenme tesisleri, kurum ve kuruluş ziyaretlerini kapsayacak seyahate katılacak firmalar KOSGEB desteğinden faydalanacak.

Aymen, mobilyacıları MAPP'a davet etti



Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı Yürütme Kurulu Başkanı Bülent Aymen, mobilya sektöründe çalışma yapan tüm sanayici ve akademisyenleri, 11 Mayıs 2013 tarihinde Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın katılımıyla Mersin'de yapılacak 'Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı'na davet etti. Türkiye'de mobilya sektörünün birçok alt sektörü içinde barındırdığını ve ihracatta ön sıralarda yer aldığı belirten Aymen, ancak rekabetin

çok yoğun yaşandığı uluslararası piyasalarda sektörün pazar payını genişletebilmesi için; fiyat, kalite, markalaşma, lojistik, üretim girdilerine kolay ve ucuz ulaşabilme gibi konularda önemli derecede yol alması gerektiğinin altını çizdi. Aymen, bu hedeften yola çıkarak Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKİB) koordinatörlüğünde 'Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı' (MAPP) etkinliğinin düzenlendiğini söyledi. MAPP'in sektörde uygulanabilir fikirleri mobilya sanayisine kazandırmayı hedefleyen bir etkinlik olduğunu bildiren, Aymen, " MAPP, tüm Türkiye'de mobilya sektöründe üretim bandından şirket yapılarına, mobilya tekstilinden, yüzey uygulamalarına, mekatronik ve smart uygulamalara kadar tüm fikirlere açık bir etkinlik" dedi. Aymen, MAPP sayesinde mobilya sektörünün yüzde 95'ini oluşturan KOBİ'lerin Ar-Ge

harcaması yapmadan proje sahibi olabileceğini söyleyerek "KOBİ'lerimizin gelişimi sayesinde sektörümüz daha da ileriye taşınacak. Bu amaçla başlamış olduğumuz yolculuğumuzda, Ar-Ge proje pazarları içerisinde ilk sene için 233 proje ile rekor sayıda başvuru almış bulunmaktayız" dedi. Aymen ifadelerine şöyle devam etti: " Bu durum bizleri hem memnun etti, hem de daha da heyecanlandırdı. Çalışmalarımız son hız devam ediyor. Bu çerçevede, 11 Mayıs 2013 tarihinde Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın katılımıyla Mersin'de Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı gerçekleştirilecek. Etkinlik günü çerçevesinde projelerin sanayici ile buluşturulmasının yanı sıra, ödül töreni ve sektörün önde gelen isimlerinin yer aldığı panel ve çeşitli etkinlikler de yer alacak. Etkinliğe, sektördeki tüm sanayicilerimiz ve akademisyenlerimiz davetlidir."

"GDO'lu pirinç haberleri gerçeği yansıtmıyor"

Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve Ulusal Baklagil Konseyi Başkanı Mahmut Arslan yaptığı açıklamada basında çıkan "GDO'lu Pirinç Skandalı" başlıklı haberlerin gerçeği yansıtmadığını söyledi. Arslan, Hububat-Bakliyat sektörünün cumhuriyet tarihinin rekor ihracatını gerçekleştirdiği 2012 yılında, 76 milyon dolarlık ihracatıyla katkı sağladığını belirterek, "Öncelikle 'GDO'lu pirinç skandalı' manşetiyle yayımlanan haberler, hiçbir şekilde gerçeği yansıtmamakla beraber, sektörümüzü olumsuz şekilde etkilemekte ve kamuoyu yanlış bilgilendiriyor. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın, yaptığı açıklamalarda da belirtildiği üzere, bugüne kadar ticarete konu olmuş GDO'lu çeltik üretimi hiçbir şekilde yapılmadı. Dünyada henüz üretimi yapılmayan bir ürünün ithal edilmesi de söz konusu olamaz" dedi.



Türkiye'nin hububat ve bakliyat sektöründe faaliyet gösteren üretici ve ihracatçıların mevzuat çerçevesinde insan sağlığını tehlikeye atacak her türlü zararlı madde ya da benzeri organizmaların tespiti noktasında tüm analizlerinin yapıldığını belirten Arslan, " Çeşitli yayın organlarında çıkan mesnetsiz haberlerin kaynağı, çeltik kabuğuna on binde 4 oranında GDO bulaşmasından ibarettir. AB ülkelerinde bu bulaşmaların engellenemeyeceği kabul edilmekte ve binde

dokuzluk bir oranla ithalata izin verilmektedir. Buna karşın ülkemiz mevzuatında çeltiğin bulaşma oranının sıfır olması beklenmektedir" diye konuştu. Aymen, söz konusu haberlerin yeterli araştırmalar yapılmadan yayımlandığını belirterek şunları kaydetti: "İhracat eşgüdümünü sağlayan kurumlarımız Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) ve Ekonomi Bakanlığının, koordineli çalışmalarıyla uluslararası piyasalarda rekabetçi bir yapıya kavuşan aynı zamanda iç pazarda bugüne kadar hiçbir şekilde söz konusu iddialara maruz kalmamış ve özverili bir şekilde çalışan firmalarımıza telafisi mümkün olmayan zarar getirmesinden endişe duymaktayız. Gelişmeleri yakından takip ediyor, basın etiğiyle ve aynı zamanda gerekli tahkikatın savcılık tarafından yapılıyor olması sebebiyle hukuk ilkeleriyle bağdaşmayan bu haberlerle ilgili düzeltme ve düzenlemelerin sektörümüzün olumsuz etkilenmemesini teminen acilen yapılması mecburiyetini kamuoyunun takdirine sunuyoruz."

YILDIZLAR SAHNEDE



Güney®

meyve bahçesi



Her şey Türkiye ve Adana için

“Odaların vazifeleri, sanayicinin problemlerini devletle çözüm için uğraşmaktır. Adana’da yapılacak çok iş var” diyerek yola çıkan ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, Adana Sanayi Odası seçimlerinde Başkanlığa aday. İldeki sanayicilerin tamamını kapsayan bir çalışma biçimini ortaya koyacaklarını belirten Kıvanç, Adana’nın potansiyelini harekete geçireceklerini söylüyor.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) çatısı altında örgütlenen ticaret ve sanayi odaları, ülkemizin üretim gücünü kılcal damarlarına dek kapsayan, iş dünyasının temel kuruluşları durumunda. Ülkemiz genelinde 81 ilin sadece 12’sinde bağımsız sanayi odası mevcut, diğerleri ise ticaret ve sanayi olarak birlikte faaliyet gösteriyor. Bu sene, tüm yurttaki oda yönetimleri seçimle yenileniyor. Ülke sanayimizde önemli bir yeri olan Adana’da da sanayi odası seçimlerinde bir rekabet yaşanacak. Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) Başkanı Zeki Kıvanç, Adana Sanayi Odası (ADASO) yönetimine aday olduğunu açıkladı. Aynı zamanda Kıvanç Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı olan Zeki Kıvanç, geçen seçimde de yarışı bir oy farkla kaybettiği ADASO başkanlığına tekrar aday oldu. Zeki Kıvanç ile ADASO seçimlerine neden aday olduğunu ve hedeflerini konuştuk.

Sayın Başkan, ATHİB olarak faaliyetlerle dolu bir yıl geçirdiniz. Geçtiğimiz seneyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tekstil sektörü, Türkiye’nin ve Akdeniz Bölgemizin kalkınmasında itici güç oluşturan, çok önemli bir can damarı. Üretken ve zamanla kendini geliştiren Türk tekstili, yakın dönemlerde



Adana'nın, yoksul bir kent olmadığını ifade eden Zeki Kıvanç, "Bankalardaki mevduatlara bakarsanız, şehrimizde yatırıma dönüşmeyen önemli bir birikim bulunuyor. Para yatırıma gitmediği için Adana işsizlik oranlarında çok yüksek rakamlara sahip. Bu çerçevede meslek odalarına önemli görevler düşüyor. ADASO, proje geliştirmeli, ekonomi yönetimi ile sık görüşmeli, özel sektörde yeni yatırımcılara seslenmeli, herkese motivasyon kazandıracak çalışmalar ortaya koymalı" dedi.

haksız söylemlerle yıpratıldı. Halbuki bu sektör istihdamın ve ihracatın lokomotifidir. Dünyaya örnek olabilecek birçok başarılı çalışma yaptık. Hazırladığımız raporu ekonomi yönetimine sunduk. Ekonomi Bakanlığı çalışanları ve Sayın Bakanımız Zafer Çağlayan en büyük destekçimiz oldu. Tekstil ithalatına ek vergiler getirilmesini sağladık. Böylece 1.9 milyar dolarlık ithalatı engelledik, ülkemizde 100 bin kişilik istihdam sağladık. Ek gümrük vergisiyle devlet 550 milyon dolar kazandı. Yeni istihdamla 250 milyon Türk Lirası, SGK ve vergi geliri elde edildi. Kısacası tekstil sektörü alınının akıyla doğru yolda olduğunu ortaya koydu. Bu da gösteriyor ki sektör temsilcileri, meslek odalarıyla birlikte doğru çalışmalar yapar, sorunları ve çözüm önerilerini ekonomi yönetimine doğru ifade ederse hem sektörün hem ülkenin kazanacağı başarılar meydana gelir. ATHİB olarak yalnızca üretim ayağında da değil, tasarım ve markalaşma bağlamında da önemli çalışmalar sergiledik. İlk kez "Dokuma Kumaş Tasarım" yarışması düzenleyerek, genç tasarımcıların önünü açtık. Ekonomi Bakanımız Sayın Çağlayan ile birlikte ilimizin değerli milletvekili Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Ömer Çelik'in

katılımıyla gerçekleştirilen ödül töreni ile sektöre yeni isimler kazandırdık. Mart ayı sonunda tekstil sektörünün Türkiye geneli toplam ihracatı yıllık rakamlarla 8 milyar dolara ulaştı. Yılın ilk çeyreğinde ülke ihracatı yüzde 3, tekstil sektörü ise yüzde 6.8 artış gösterdi. Bu bile sektörün ülkemiz için ne denli önemli olduğunu gösteriyor. Akdeniz Bölgesi bağlamında da benzer bir tablo var. AKİB ihracatı mart sonunda yıllık bazda yüzde 1 geriledi. Tekstil sektörü ise aynı dönemde yüzde 11'lik artış yakaladı. Bu da geçen sene etkileri daha yoğun hissedilen ithalatta korunma önlemlerinin bize nasıl bir ivme kattığının net kanıtıdır.

Adana Sanayi Odası Başkanlığı seçimlerine neden katılıyorsunuz?

Bir sanayici için yaşam felsefesi, daima üretmektir. Bunu bütün işlerimize yansıtırsak ayakta kalamayız. Ben de yalnızca kendi işimde değil, bulunduğum her alanda fikir ve proje üretir, bunları paylaşıyorum. Nihai amacımız ülkemizin ve bölgemizin kalkınmasıdır. Bu projeleri açtığım sanayici dostlarımızın yoğun telkin ve ısrarları ile ADASO Başkanlığı gibi onurlu bir göreve aday oldum. Yola çıkarken, babamın hayır

duası, kardeşlerimin rızasıyla adım aldım. Başta AKİB olmak üzere; görev aldığım tüm kuruluşlarda, arkadaşlarımızla birlikte başarılı projeler gerçekleştirdik. Bunlardan daha da iyisini ADASO'da yapacağımıza inancımız ve güvenimiz tamdır. Bu görevle, her şeyden önce Türk sanayisine ve çok sevdiğim memleketim Adana'ya bir faydamız dokunursa mutlulukların en büyüğü bu olur. Adana'ya kelimenin tam

İLLE DE ÜRETİM

Mutluluk, bereket, sağlık, kalkınma, sosyal barış, paylaşımcılık ve adalet gibi tüm insani kavramlar, ancak üretimin olduğu yerde gelişir. O yüzden, ille de üretim diyorum. Bugün üretimin önemsenmediği ülkelere bakın: İspanya, İtalya, Yunanistan, İrlanda... Bu ülkeler bize üretimden çekilip hizmet sektörlerine yaslanırsak sonumuzun ne olabileceğinin örneğidir. Türkiye tarımdan sanayiye üretimin hiçbir ayağından çekilmemelidir.



ATHİB olarak yalnızca üretim ayağında değil, tasarım ve markalaşma bağlamında da önemli çalışmalar sergilediklerinin altını çizen Zeki Kıvanç, "İlk kez 'Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması' düzenleyerek, genç tasarımcıların önünü açtık. Ekonomi Bakanımız Sayın Çağlayan ile birlikte ilimizin değerli milletvekili Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Ömer Çelik'in katılımıyla gerçekleştirilen ödül töreni ile sektöre yeni isimler kazandırdık" açıklamasında bulundu.

anlamıyla silkinip kendine gelme ve baştan aşağı yenilenme gerekiyor. Ben tekstil sektöründen geliyorum, ama şehrimizde tarım ve sanayinin her anlamda gelişmesi gerektiğini savunuyorum. Şehrimizin her alanda yatırıma ihtiyacı var. Bunun için de

muazzam olanaklarla fırsatlar sunuyor. Yeter ki doğru projelerle kendimizi hükümete iyi anlatalım, bürokrasi ve yerel yönetimle sürekli diyalog halinde olalım ve enerjimizi düşürmeden çalışalım. Geçmiş dönemlerde, yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri, birbirleriyle çatışma içinde ve birlik oluşturamayan dağınık bir yapıya sahipti. Biz bu konuya çok önem veriyoruz. Tüm siyasi partiler, yerel yönetimler, kamu temsilcileri ve sanayicileri bir araya getirip, problemleri çözmemiz gerekiyor. Adanalı sanayicilerin tamamını dinleyen ve kapsayan, işadamlarımızın sorunlarını çözmek için dört elle sarılan bir çalışma biçimini ortaya koyacağız. Anlayışımız, hiçbir siyasi görüş, din, dil, ırk, mezhep ayrımı yapmamaktır. Adana, ülkemizi yansıtan güzel bir mozaiktir, biz de onu en doğru şekilde temsil etmek, sanayicisinin her fırsatta yanında olmak için kolları sıvadık.

Seçilirseniz hedefleriniz nelerdir?

Meslek odaları başka kuruluşlara benze-
mez; işin içinde değilseniz, kimseye yarar-
rınız dokunmaz. Hele ki sanayi odalarında
görev yapabilmek için tecrübe ve konulara
hâkim olmak daha da önem kazanır. Tür-
kiye iş dünyasının sorunlarının bir kısmı
yasa ve mevzuatlardan kaynaklanır. Bugün
de sanayicimizin önünde benzer problemler
var. Her geçen gün bir yenisi ekleniyor.
İş güvenliğiyle ilgili yeni mevzuatta sana-
yiciyi olumsuz etkileyecek birçok unsur
var. Bunlara ilişkin aktif görüş oluşturmak
gerekli. Çok önemli diğer bir konu da
karşılıksız çek sorunu. Eskiden çek, banka-
ya ibrazında ödenmek üzere hazırlanan
bir ödeme aracıydı. 2009 yılında çıkan
yasayla adeta senede dönüştü. Ama çekleri
reeskonta tabi tutamıyoruz. Mali açıdan
düzenlemenin acilen yapılması ve vadeli
çeklerin de senet gibi reeskont faizine tabi
tutulması gerekiyor. Bu tür mevzuattan
kaynaklanan sorunlar, kamu yönetimiyle
iyi bir diyalog gerektirir. Daha etkin ve
iletişimi güçlü bir Adana Sanayi Odası da,
sektörel ve bölgesel sorunları kamu yön-
etimine doğru biçimde ifade ederse, çö-
zülemeyecek problem de yoktur. Odalar,
kamu ve özel sektör arasındaki en önemli
köprüdür. Ekibimizle birlikte bu görevi

AKDENİZ'İN EN BÜYÜKLERİNDEN KIVANÇ TEKSTİL

120 yıldır tekstil işiyle uğraşan bir ailenin 60 yıllık işletmesinin adı Kıvanç Tekstil. 1967 yılında üretim faaliyetlerine başladı. Şirket bugün, günlük 25 ton ring ipliği, 15 ton open-end ipliği ve 40 bin metrekare kumaş üreten tesislerin sahibi. Yaklaşık bin 100 kişi istihdam eden Kıvanç Tekstil, ABD'den Kuzey Afrika'ya, Avrupa'dan Uzakdoğu'ya kadar 60 ülkeye ihracat yapıyor. Adana'da 80 bin metrekare kapalı, 150 bin metrekare açık alana sahip entegre tesislerinde yıllık ortalama 15 milyon metre kumaş ve 6 bin ton iplik ürettiyor. Ayrıca Adana Organize Sanayi Bölgesi'ndeki 100 civarında dokuma tezgahı ve 30 civarında büküm makinesine fason iş imkânı sağlıyor. Kıvanç Tekstil, yıllardır Türkiye'nin en büyük ikinci 500 şirketi listesinde yer alıyor. Şirketin 2012 yılı ihracatı, yaklaşık 30 milyon dolar seviyesinde.

sağlıklı bir şekilde yerine getirebilecek bilgi ve kapasiteye sahibiz.

Adana'da öne çıkan sorunlar neler?

Adana, aslında yoksul bir kent değil, ama potansiyelini tam olarak kullanamıyor. Bankalardaki mevduatları bakarsanız, şehrimizde yatırıma dönüşmeyen önemli bir birikim bulunuyor. Para yatırıma gitmediği için Adana işsizlik oranlarında çok yüksek rakamlara sahip. Bu çerçevede meslek odalarına önemli görevler düşüyor. ADASO, proje geliştirmeli, ekonomi yönetimi ile sık görüşmeli, özel sektörde yeni yatırımcılara seslenmeli, herkese motivasyon kazandıracak çalışmalar ortaya koymalı. Pasif bir anlayışla başarılabilecek hiçbir şey yok. Örneğin, Adana teşvik sisteminden bırakın yararlanmayı, aksine zarar gördü. Peki bunun karşısında sanayi odası ekonomi yönetimine herhangi bir alternatif sunup, talepte bulundu mu? Adana'nın dinamik çalışacak bir ekibe ve gerçekten elini taşın altına sokacak sanayicilerin yer aldığı bir sanayi odası yönetimine ihtiyacı var. Biz kentimizin zenginliğini gün yüzüne çıkaracak projelerle geliyoruz. Odaların vazifeleri, sanayicinin problemlerini devletle çözüm için uğraşmaktır. Adana'da yapılacak daha çok iş var. Sanayicinin problemi ve sorunu bitmez, uğraşıp çözülmediği müddetçe de insanlar yatırımdan ve iş yapmaktan uzaklaşır. Biz yerel paydaşlarımızla kavga etmeye değil, sorunları çözmeye adayız.

Tekstil Adana için anlamı nedir?

Dünyada birçok ülke gibi Türkiye ve onun ilk gelişen şehirlerinden Adana, sanayileşmeye tekstil sektörüyle başladı. İlimizde halen tekstilin ağırlığı olmasına rağmen, gelişen zaman içinde diğer sektörlerde de iddialı hale geldik. 2000'li yıllar dampingli ithalatın artması ile sektörü sıkıntıya soktu. Birçok işletme kapandı, el değiştirdi veya az gelişmiş ülkelere taşındı. Aralarında bizim de bulunduğumuz sektör temsilcileri, bu ithalattan yerli sanayinin zarar gördüğünü hükümete bildirdik, tedbir alınması için girişimlerde bulunduk. Özellikle Ekonomi Bakanlığımız, tekstil sektörünü koruma adına 2007 yılından itibaren çalışmalar yaptı. En son 2011 yılında, tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ithalatına ilave gümrük vergisi yürürlüğe kondu. Bu sayede, hazır giyim ve tekstil sektörü yeniden ayağa kalktı. Adana'da da bunun olumlu yansımalarını gördük. Yeni yatırımlar yapılmaya başlandı, mevcut işletmeler kapasite artırdı. Adana için tekstil sektörü lokomotifdir. Onun gelişmesi diğer tüm sektörleri de yakından ilgilendirir. Adana, ulaşım ve lojistik hizmetleriyle birçok imkân sunabilen ender kentlerdendir. Bölgemiz için ayrıca Adana-Yumurtalık Enerji Bölgesi çok önemli bir merkez olacak. Dünyanın sayılı enerji lojistik üslerinden biri olacağız. Bu hem tekstil hem de diğer tüm sektörlerde yabancı sermayenin doğrudan yatırımına da dönüşecek.

ZEKİ KIVANÇ KİMDİR?

1963 Sivas doğumlu, evli ve iki çocuk babasıyım. Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi'ni bitirdim. Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçılar Birliği, Türkiye Tekstil Sanayicileri Birliği Başkanlığı ve TOBB Tekstil Sektörü Başkan Yardımcılığı ile Adanaspor Başkan Yardımcılığı gibi görevlerim var. Bunun yanında TABA, AGİAD, MÜSİAD, ASIAD, Atılı Spor Kulübü gibi birçok sivil toplum kuruluşuna üyeyim. Tekstilcililiğimiz Cumhuriyet öncesine uzanıyor. Dedelerim, Kahramanmaraş'ta manifaturacıymış. Kurtuluş Savaşı döneminde memleketimiz Darende'ye dönmüşler. Sonra babam yorgancılıkla devam etmiş. 1967 yılında Adana'ya yerleşmişiz. Bugün, dünyanın önemli tekstil markalarına kumaş üretiyoruz. Biz her daim yeniliğe açık, müteşebbis ruha sahip bir aileyiz. En büyük övünç kaynağımız; ürün çeşitliliğimizdir. Her gün, yeni kumaş ve ürün çıkarıp, piyasadan geri dönüşlerine göre üretime geçeriz. Tekstil dışında son dönemde enerji alanında yatırımlara da yöneldik. Hidroelektrik santralleri yapıyoruz. Kahramanmaraş'ta bir çalışan HES'imiz var. Bunun yanı sıra bazı santrallerin de inşaat ve projeleri devam ediyor.



"Türk tekstili, yakın dönemlerde haksız söylemlerle yıpratıldı. Halbuki sektör istihdamın ve ihracatın lokomotifi durumunda. Dünyaya örnek olabilecek birçok başarılı çalışma yaptık. Hazırladığımız raporu ekonomi yönetimine sunduk. Ekonomi Bakanlığı çalışanları ve Sayın Bakanımız Zafer Çağlayan en büyük destekçimiz oldu. Tekstil ithalatına ek vergiler getirilmesini sağladık. Böylece 1.9 milyar dolarlık ithalatı engelledik."



“Herkesi 11 Mayıs’ta Mersin’e bekliyoruz”

Türkiye mobilya sektörünün uluslararası pazarlarda rekabet edebilirliğinin, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarıyla kazanılacak katma değeri yüksek üretime bağlı olduğunu belirten Bülent Aymen, Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı etkinliğinin de bu amaçlar doğrultusunda yapıldığını kaydetti.

İhracatını 139 ülkeden 193 ülkeye çıkaran Türk mobilya sektörü, 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyor. Sektör, çeşitli Ar-Ge Proje Pazarlarıyla 2023 yılı hedeflerine ulaşma yolunda önemli adımlar atarken sektörü daha da ileriye taşımak adına genç beyinlerin projelerine değer kazandıracak çalışmalara imza atılıyor. Bu çalışmalardan en önemlilerinden biri ise 11 Mayıs’ta Mersin’de düzenlenecek olan Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı (MAPP). Hem proje sahiplerinin hem de sektörün kazanacağı etkinliğe rekor başvurunun

olduğunu söyleyen Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Denetim Kurulu Üyesi ve Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Bülent Aymen, bu etkinliğin Türk ekonomisine katkısının yadsınamaz değerde olacağını kaydetti. MAPP’a dair açıklamalarda bulunan Aymen, Timreport’a şu değerlendirmelerde bulundu:

Son 10 yılda yukarı yönlü bir ivme yakalayan Türkiye mobilya ihracatında katma değeri artırmak ve sektörde dünya markası

yaratabilmek için neler yapılması gerekiyor? Türkiye’deki mobilya sektörü özellikle son 10 yılda büyük bir aşama kaydetti. Bu sektörde biz her zaman benchmarkı 2001-2002 yılı ile yapıyoruz. O yıllarda, 2001-2002 yılında, mobilya ihracatı 139 ülkeye 188 milyon dolar iken, sektörün şu anda toplam ihracatı 193 ülkeye 2 milyar dolar seviyesine ulaşmış durumda. Özellikle markalaşan, büyüyen şirketlerin dünya pazarlarında mağazalaşma konusunda büyük çalışmaları var. Bunu devlet de destekliyor. Fakat bu yeterli değil. Çünkü dünyaya baktığımızda toplam mobilya

üretimi 400 milyon dolar ve toplam ihracat 150 milyar dolar. Ama ülkemizde 14 milyar dolar civarında üretim ve 2 milyar dolar seviyesinde de ihracat söz konusu. Dünyada üretimin ihracata oranı yüzde 37.5 ila 40 arasında iken Türkiye’de bu rakam yüzde 14 seviyesinde. Bunun dışında sizin de söylediğiniz gibi kilogram fiyatı bugün gelişmiş ülkelerde dünya mobilya ihracatında ve üretiminde söz sahibi ülkelerde 7 dolar civarında iken bizde 3.7 dolar civarında. Bu da gösteriyor ki biz henüz markalaşma, tasarım ve Ar-Ge konusunda dünyada rekabet edebileceğimiz istenilen seviyelerde değiliz. Bizim 2023 yılında hedeflediğimiz üç tane ana başlık var. Bunlardan bir tanesi, 2023 yılında 10 tane dünya markası çıkarmak. İkincisi, şu andaki istihdam 500 bin civarında iken bu sayıyı 2023 yılında 750 bin istihdama ulaştırmak. Üçüncüsü ise 10 milyar dolarlık mobilya ihracatına ulaşmak. 2023 yılı strateji kitapçığında 6 milyar dolar ama biz bunu çok küçük görüyoruz. Bunu yapabilmemiz içinde en önemli kalem Ar-Ge çalışmalarına hız vermek gerekir. Çünkü sektördeki firmaların yüzde 95’i KOBİ’lerden oluşuyor. Bunların tasarım ve Ar-Ge departmanlarının kurulması için ne bir finansal ne de bir bilgi alt yapıları var. Bunun içinde biz bu sene Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) koordinatörlüğünde diğer yedi birliğin ve sektördeki tüm derneklerin katılımıyla geçtiğimiz sene bir çalışma başlattık. Bu sene de meyvelerini toplayacağız. Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı, Türkiye’de mobilya sektöründe yapılan ilk çalışma.

Türkiye, mobilya ihracatında 2012 yılında istediği hedeflere ulaşabildi mi? Sektörün 2013 yılı hedefleri nelerdir?

Mobilya ihracatı geçtiğimiz beş seneye bakıldığında, ortalama yüzde 15 ila 20 arası artış gösteriyor. Bu istenilen seviye midir, hayır istenilen seviye değildir. Çünkü bugün Çin’in toplam mobilya ihracatı 45 milyar dolar seviyesinde. Fransa’nın mobilya ihracatı 14 milyar dolar, İtalya ve Almanya’nın ihracatı ise 10 milyar dolar civarında. 2012 yılında bizim toplam 2 milyar dolarlık ihracat ile kendi hedefimizin yüzde 20’nin altında kalmamak kaydıyla ihracatımızı artırdık. Ama bizim dünyada ulaşmak istediğimiz seviye ilk 10 mobilya ihracatçısı ülke olmak hedefine ulaşmak için arada çok büyük bir fark var.

Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı yarışması ile hedeflenen nokta nedir? Melek Yatırımcılık nedir, bahseder misiniz?

Dünyada ilk 10 mobilya üreticisi ve ihracatçısı ülkeye baktığımızda Çin dışında çok fazla üre-



TİM Denetim Kurulu Üyesi ve Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Bülent Aymen, Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı ile sektörün 2023 yılı hedeflerine bir adım daha yaklaşacağını söyledi.

timi kendi ülkesinde yapıp ihracat yapan ülke yok. Bizim bir Çin seviyesine gelebilmemiz mümkün değil. Çünkü bizim o maliyetlerle burada üretim yapmamız mümkün değil. Yani bir Fransa, İtalya olmamız gerekiyor. Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı, TİM ve Ekonomi Bakanlığı bünyesinde sekizinci Ar-Ge proje çalışması. Biz diğer yedi projeyi inceledik ve bu projelerden biraz farklı olmasını istedik. Bundan dolayı da birtakım yenilikler ekledik. Projeyi biz üç aşamalı yapıyoruz. Birincisi, etkinlik yapıyoruz. Etkinlikte finale kalan Ar-Ge proje pazarında sergiliyoruz. Ve onlar içinden birinci, ikinci, üçüncüye ödül veriyoruz. Bunun yanı sıra sanayicileri çağırıyoruz. Sanayicilere bir şekilde bu projeleri görücüye çıkarıyoruz. Bir diğer aşama, bu projeleri alıyoruz mobilyaların kümelendiği şehirlere götürüyoruz. Bu şehirler; Kayseri, İnegöl, İzmir ve Ankara siteler. Bir üçüncü aşama ise bu proje sahiplerine ‘Melek Yatırımcılar’ını buluyoruz. Melek Yatırımcılar diye bir dernek var. Onlarla bir anlaşma yaptık. Bu şekilde de projelere birebir finansör yatırımcı bulma fırsatını yaratıyoruz.

Türkiye Mobilya Sanayiciler Derneği’nin açıkladığı Türkiye’de mobilya tüketicisinin alışkanlıklarını ve tercihlerini içeren raporda; Türk tüketicisinin, genellikle markalı mobilyaları tercih ettiği ve estetik kaygının ortaya çıktığı belirlendi. Bu durumu, sektör-

de rekabet açısından değerlendirdiğinizde firma sahiplerinin nasıl bir çalışma içinde olmaları gerektiğini düşünüyorsunuz?

Türkiye global ölçekli ekonomiye girdiğinden itibaren zevkler ve tercihler değişti. Refah seviyesi yüksek olan tüketim alışkanlıklarının olduğu ülkelerle birebir artış gösterdi. Türk tüketicisi bir mobilya alacağı zaman elinden geldiği kadar kalitesine, tasarımına, rahatlığına ve fiyatına bakıyor. Evet, fiyat önemli bir faktördür. Ama Türkiye’de milli gelir seviyesi yükseldikçe tüketici bir şekilde alabiliyor. Bundan dolayı da mobilya sektöründe tüketim alışkanlıklarının değişimi ölçüsünde üretim anlayışı değişti. Dünya piyasasında çok iyi markalarımız var. Değişen bu tüketici alışkanlıkları bizim sektöre de olumlu yansıdı. Markalı ürünlerin pazarda rekabet anlamında rekabeti körükleyici ve Türk üreticisinin de daha iyiyi üretme yönünde çalışmalarının hız vermesine etki etti. Bu olumlu bir gelişme. Yurtdışında ‘Türk Malı’ etiketinin değerlendirilmesi de bu döneme denk geliyor. Tabi ki sadece Orta Asya, Ortadoğu ülkelerine değil, artık Avrupa ülkelerinde de Türk markalarının mağazalarına yoğun bir şekilde rastlamaya başlıyoruz. Bunlar tabi çok olumlu gelişmeler.

Sizin de söylediğiniz gibi sektörün çoğunluğunun KOBİ ve küçük işletmelerden oluşması Ar-Ge harcamalarında nasıl bir engel oluşturuyor?

Bizim bu konuda bir sıkıntımız var tabi. Türkiye’de tüm sektörlerde bu sıkıntı söz konusu. Dünyada Ar-Ge harcamalarının gayri safi yurtiçi hâsılaya oranı yüzde 7 ila 10 seviyesindeyken bizde maalesef bu yüzde 1’in altında. Bunun için finansman ayrılmıyor. Dediğim gibi sektörde üretim yapan yüzde 95 KOBİ niteliğinde firma var. Bir Ar-Ge departmanı veya bir Ar-Ge hizmeti alma gibi bir finansmanı yok. Bu tip projelerle bizim bu olayı bir şekilde itici güç haline getirmemiz lazım.

Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı’nın tarihleri uzatıldı. Yoğunluk hakkında ne düşünüyorsunuz?

Evet, başvuru tarihini uzattık. İlk başvuru tarihi 22 Mart’tı. 174 tane proje başvurusu oldu. Fakat yoğun talep vardı. Başvuru tarihini 30 Mart’a kadar uzattık. Toplam 233 proje başvuruda bulundu. Diğer yedi Ar-Ge proje pazarı çalışmasının arasında bu etkinliğe rekor başvuru oldu. Her kategoride birincilere 10 bin, ikincilere 5 bin ve üçüncülere ise 2 bin 500 Türk Lirası ödül verilecek. Herkesi 11 Mayıs’ta Mersin’e bekliyoruz.



Türk tüketicisi mobilyada kaliteye önem veriyor

Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği, mobilya tüketicisinin alışkanlıkları ve tercihlerini içeren raporu açıkladı. Rapora göre Türkiye’de; iskonto ve taksitli avantajlara değer veren mobilya tüketicisi, çoğunlukla katma değeri yüksek markalı ürünleri tercih ediyor.

Mobilya sektöründe önde gelen 43 markayı bünyesinde bulunduran Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER), Türkiye’de mobilya tüketicisinin alışkanlıklarını ve tercihlerini içeren bir rapor açıkladı. MOSDER çalışmayla; önde gelen araştırma firmalarının raporlarından yola çıkarak, Türk tüketicisinin profilini ortaya koyuyor. Raporda; Türk tüketicinin mobilya alırken en çok dikkat ettiği noktalardan birinin, ödeme koşulları olduğu belirtiliyor. Satın alınan ürünün vade

farksız taksitlere bölünmesi, taksit sayısının ortalama 12 ay olması ve iskonto gibi uygulamaların tüketicinin mobilya alma aşamasında en önemli nedenleri oluşturduğu belirtiliyor. Taksitin senetle ya da kredi kartıyla yapılması, ürün alınan yerin güvenilir olması, satış sonrası hizmet gibi unsurların mobilya alıcısının karar aşamasını en çok etkileyen maddelerin başında geldiği raporda yer alıyor. MOSDER’in açıkladığı raporda; Türk tüketicisinin, genellikle markalı mobilyaları tercih ettiği, markasız ürün

alma aşamasında ise ürünün kalitesi konusunda ince eleyip sık dokuduğu belirtiliyor. Alınan ürünün dayanıklı ve uzun yıllar kullanılmasını isteyen tüketiciler satın alma sırasında dayanıklılık konusuna da önem veriyorlar. Önde gelen araştırma şirketlerinin yaptığı araştırmalara göre; Türk tüketicisi ortalama sekiz yılda bir mobilyasını değiştiriyor. Bu oran İç Anadolu’da artış gösterirken, Akdeniz’de ise azalıyor. Bölgelerin coğrafi, sosyo-kültürel koşullarına göre farklılık gösteren bu oranlar yıllar geçtikçe

Türk tüketicisinin değişen mobilya kullanım alışkanlıklarını da gözler önüne seriyor. Eski zamanlarda 20 ila 30 yıl arasında kullanılan mobilyaların yerini, artık ortalama 5 ila 10 yıl kullanılan, eskimese bile modası geçti diye değiştirilen mobilyalar alıyor.

ESTETİK KAYGILAR VE MODA EĞİLİMLERİ

Türkiye’de hem iç pazara hem de dış pazara yönelen mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir kısmı; sipariş üretim gerçekleştiriyor. İmalatçıların büyük çoğunluğu ise oturma grubunda; sandalye, çekyat, koltuk üretimi, tablalı mobilyada da mutfak, banyo, ofis, yatak odası, yemek odası üretimi gerçekleştiriyor. Sektörde fabrikasyon üretim yapan firma sayısı da her geçen gün artış kaydediyor. Mobilya arzı ve talebi doğrudan yeni konut inşaatlarına ve gelir artışına paralel bir seyir izliyor. Ev ve ofis mobilyalarının toplam mobilya üretimindeki payının, dış ticaret verilerine göre yüzde 85 oranında olduğu, kalan yüzde 15’lik diliminin ise hava taşıtlarında kullanılan türden mobilyalar, motorlu taşıtlardaki oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları ile mağaza mobilyalarının oluşturduğu düşünülüyor. Son yıllarda artan refah seviyesi ile birlikte; bina içi dekorasyonun, konut satışından daha önemli bir konuma geldiği fark ediliyor. Mobilya talebi değiştirme, yıpranma gibi normal nedenlerin dışında, estetik kaygılar ve moda eğilimleri de ürün değiştirmede önemli rol oynuyor.

MOBİLYA İHRACATINDA ARTIŞ

Yarattığı katma değer ile Türkiye’de stratejik bir önem taşıyan mobilya sektörü, Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin (TIM) ihracat verilerine göre; 2012 yılında ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörü mobilya grubu, 132 milyon 206 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdiği görülüyor. Türkiye’nin mobilya ihracatı ise son 10 yılda yukarı yönde bir ivme yakalayarak; 2001 yılında 139 ülkeye toplam 188 milyon dolar ihracat yapılırken, 2012 yılında ihracat yapılan ülke sayısının 190’ın üzerine çıkarak 2 milyar dolar seviyelerine ulaştığı görülüyor. İhracatçıların krizleri fırsata çevirme kabiliyeti sayesinde mobilya sektörünün en önemli ilk üç pazarı arasında 2012 yılında Libya da girdi. Türkiye’nin mobilya sektöründe ilk 10 ihracat pazarları arasında Irak, Libya, Azerbaycan’ın yanı sıra Almanya, Fransa, Hollanda gibi AB ülkeleri yer alıyor. 150 milyar dolar olan dünya mobilya ihracatında ise Çin ilk sıradaki

yerini koruyor. Üretim hacmi dışında makine üretim yetkinliğini de İtalyan yatırımcıların etkisiyle geliştiren Çin, dünyanın mobilya üretim merkezi haline geldiği ve ihracat yapan ülkeler içinde Almanya ve İtalya’yı geride bıraktığı görülüyor.

MOBİLYA SANAYİ, 20 ALT SEKTÖRÜ DESTEKLİYOR

Mobilya sanayi; ev, ofis, taşıt, bahçe, gibi insani yaşam alanlarını ilgilendiren birçok alanda sağladığı nihai ürünlerin yanı sıra pek çok sektöre de ara mal temin eden bir sanayi dalı olarak ekonomide önemli bir role sahip. Sektör, ahşap mobilya ürünleri yerine metal, plastik gibi ürünleri ahşap görünümü kazanmış ve çizilmeye hassas alanlarda değerlendirilerek kullanım alanlarını genişletiyor. İnşaat, gemi sanayi, metal, plastik ve cam sanayi ile etkileşim halinde olan mobilya sektörü, yirmi alt sektörü destekliyor. Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) verilerine göre; Türkiye’de gayri safi yurtiçi Ar-Ge harcaması 2010 yılında bir önceki yıla göre yüzde 14.6 artarak 9 milyar 267 milyon 589 bin Türk Lirası’na ulaştığı belirtiliyor. Türkiye’de gayri safi yurtiçi Ar-Ge harcamasının gayri safi yurtiçi hasıla (GSYGH) içindeki payı yüzde 0.84 iken, mobilya sektörüne yapılan Ar-Ge harcamasının ise gayri safi yurtiçi Ar-Ge içindeki payı 2010 yılında yüzde 0.14 olarak kayıtlara geçtiği belirtiliyor.

2016 YILINDA İLK 10 ÜLKE ARASINDA OLMAK HEDEFLENİYOR

Mobilya sektörü, küreselleşme, teknoloji ve bilgiye kolay ulaşım sonucu yeni bir dönemin içinde bulunuyor. Bu doğrultuda İtalya, Almanya ve Çin’de olduğu gibi sadece mobilyaya yönelik, ihtisaslaşmış üretim sahaları, entegre olmuş üretim ve bunlarla beraber çalışan Ar-Ge birimleri yapılması hedefleniyor. Üniversitelerde mobilya pazarlaması, mobilya tasarımı, genel iç mimari olarak değil, tamamen mobilyaya yönelik üretim-istihdam eğitiminin sağlanmasına yönelik çalışmalar ise sürüyor. Mobilya sektörü, 2023 yılındaki hedefi olan toplam 18 milyar dolar ciroya, markalaşma ve yeni ihracat pazarlarının artırılması ile ulaşmayı hedefliyor. Cumhuriyetin 100’üncü yılında hedeflerini belirleyen sektörün hacminin 2023’de iç pazarda 15 milyar dolara, ihracatta ise 3 milyar dolara ulaşması planlanıyor. Aynı büyüme rakamları devam ederse, mobilya sektörünün 2016 yılına kadar dünya sıralamasında ilk 10 ihracatçı ülke arasında olacağı tahmin ediliyor.

MOBİLYA AR-GE PROJE PAZARI’NA YOĞUN İLĞİ

AKİB Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı Yürütme Kurulu Başkanı Bülent Aymen, Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı’na yoğun bir katılım başvurusu geldiğini, katılımcıların talepleri üzerine başvuru süresini uzattıklarını açıkladı. Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği koordinatörlüğünde düzenlenen Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı’na katılım başvurusunda yaşanan yoğunluk üzerine başvuru süresi uzatıldı. AKİB Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı Yürütme Kurulu Başkanı Bülent Aymen, yeni proje sahibi katılımcıların talepleri üzerine başvurusu süresini 1 hafta uzattıklarını açıkladı. Tasarımcılar ve yeni proje sahipleri, AKİB Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı’nda yarışabilmek için 29 Mart 2013 tarihine kadar başvurabilecekler. Bülent Aymen konuyla ilgili açıklamasında, rekabetin çok yoğun yaşandığı uluslararası piyasalarda sektörün pazar payını genişletebilmesi için; fiyat, kalite, markalaşma, lojistik, üretim girdilerine kolay ve ucuz ulaşabilme gibi konuların önemini işaret ederek, “Sektörde uygulanabilir fikirleri mobilya sanayisine kazandırmayı ve yeni fikirleri toplamayı hedefliyoruz” dedi. Başvuru süresinin 22 Mart’tan 29 Mart’a kadar uzatılması; yeni yarışmacılara başvuru şansı vermesinin yanı sıra, süresi içinde başvurusunu yapmış olanlara da sundukları projeler üzerinde değişiklik yapma olanağı sağladı. Projesini daha önce sunmuş olanlar, bu sayede, proje değerlendirmesinin başlayacağı 30 Mart 2013 tarihine kadar projeleri üzerinde istedikleri değişiklikleri yapabilecekler. Yeni proje de gönderebilecekler.



Meyve suyu sanayi gelecek vaat ediyor

Varolan potansiyelini daha yukarılara taşımayı hedefleyen Türkiye meyve suyu sanayi, ihracatını beş yılda iki kat artırdı. Sektör, hammadde temininde yaşanan sorunların aşılması ve gerekli teşviklerin uygulanmasıyla yedi yılda iki kat daha büyümeyi vaat ediyor.

Kullandığı teknolojiyi Avrupa Birliği standartlarına taşımaya başaran Türkiye meyve suyu sanayi, başarısını ihracatına da yansıtmayı hedefliyor. Sadece meyve suyu sanayinin cirosal büyüklüğünün 2 milyar lira, ihracatının 221 milyon dolar ve işlenen meyvenin ise 1 milyon ton civarında olduğu belirtiliyor. Son beş yılda ihracatını iki kat artıran sektör, 2012 yılına kadar geçen sürede 104 milyon dolarlık ihracatını 221 milyon dolara yükseltmesiyle dikkatleri üzerine çekiyor. Her geçen gün artış kaydetmesine karşın ihracatta daha yüksek potansiyeli bulunan Türkiye meyve suyu sanayinin, bunun için gerekli yapısal düzenlemeler ve teşviklerin uygulanmasına ihtiyaç duyduğu dile getiriliyor. Böylece sektör ihracatının bu seviyenin çok daha üstüne taşınabileceği savunuluyor. Özellikle Türkiye'nin önünde, Avrupa ve Orta Doğu'nun en önemli meyve suyu konsantresi tedarikçisi olma fırsatı bulunuyor. Sanayiye uygun çeşit, kalite, miktar

ve fiyatta büyük ölçekli meyve üretiminin yapılması ve sektörün küresel pazarda rekabet edebilir hale getirilmesi durumunda, meyve suyu sanayinin önümüzdeki beş yıl içinde iki kat büyüyebileceği öngörülüyor. Dünyanın başlıca meyve üreticileri arasında yer alan Türkiye'de, hammadde temininde yaşanan sorunlar nedeniyle, meyve suyu sanayisinin yarı kapasiteyle çalışıyor. Gerekli koşulların sağlanması durumunda ise işlenen meyve miktarının iki katına çıkabilecek kapasiteye sahip olduğu belirtiliyor.

MEYVE SULARI DÖRT GRUPTA TOPLANİYOR

Türkiye'de de meyve suyu ve benzeri ürünlerin, Türk Gıda Kodeksi gereğince içerdikleri meyve oranına göre dört ana kategoriye ayrıldıklarını aktaran Meyve Suyu Endüstrisi Derneği (MEYED) Genel Sekreter Ebru Akdağ, bunlardan ilkinin tamamen meyveden dönüşen ve meyve oranı yüzde 100 olan meyve

suyu olduğunu açıkladı. İkinci kategorinin ise minimum meyve oranı ile meyveye göre değişen ve yasal olarak belirlenmiş olan meyve nektarı olduğunu dile getiren Akdağ, diğer kategorilerde yer alan ürünlerin ise yüzde 10 ile 24 arasında değişen meyve oranına sahip meyveli içecek ve yüzde sıfır ile 9 oranında meyve oranına sahip olan aromalı içecekler olduğunu ifade etti. Türkiye'de toplam meyve suyu ve benzeri ürünlerin tüketim oranları hakkında bilgiler veren Akdağ, tüketim değerinin 2011 yılında; yaklaşık 921 milyon litre olduğunu aktardı. Akdağ, 2000'li yılların başından bu yana ilk defa geçen yıl sektörde daralma yaşandığını ve tüketimin 900 milyon litreye gerilediğini kaydetti. Yine yüzde 100 meyve suyu ve meyve nektarı tüketiminin, 2012 yılına kadar istikrarlı bir şekilde arttığını vurgulayan Akdağ, "Tüketim geçen yıl 678 milyon litreye yükselmişken, 2012 yılı tahminine göre yaklaşık 600 milyon litreye geriledi" dedi. Türkiye'de kişi başına yıllık

YAŞ MEYVE SEBZE



Türkiye’de tüketimin yüzde 92’sini meyve nektarı, yüzde 8’ini ise yüzde 100 meyve suyu oluşturuyor. Meyve suyu sektöründe işlenen başlıca meyveler arasında ise elma, şeftali, kayısı, vişne, nar, üzüm ve portakal yer alıyor.

Ortalama 12 litre civarında meyve suyu ve benzeri ürün tüketildiğini sözlerine ekleyen Akdağ, kişi başına yaklaşık 8 litre de yüzde 100 meyve suyu ve nektarı tüketildiğini söyledi. Bu miktarın, ABD ve AB’deki gelişmiş pazarlarla kıyaslandığında düşük bir seviyede kaldığını belirten Akdağ, “Örneğin, AB’nin kişi başına ortalama tüketimi 23 litre. AB içindeki gelişmiş pazarlardan Almanya’da 34 litre, Kanada’da 52, ABD’de 43 litre civarında” şeklinde konuştu. Meyve suyu ve meyve nektarının, kendi içindeki tüketim dağılımıyla ilgili de bilgiler veren Akdağ, “Tüketim dağılımında, Türkiye ve AB çok farklı bir tabloya sahip. AB’deki tüketicilerin tercih dağılımının yüzde 65’i yüzde 100 meyve suyundan, kalan yüzde 35’lik kısmı ise meyve nektarından yanayken, Türkiye’deki tüketimin yüzde 92’sini meyve nektarı, yüzde 8’ini ise yüzde 100 meyve suyu oluşturuyor” ifadelerinde bulundu.

MEYVE SUYU SANAYİSİ BÜYÜK POTANSİYELE SAHİP

Türkiye meyve suyu sanayinin, Avrupa ile kıyaslandığında, teknoloji bakımından yapılanmasını eşit düzeye getirmiş olduğunu dile getiren Ebru Akdağ, buna karşın sektörün AB’ye oranla görece olarak genç bir sektör olduğunu söyledi. Türkiye meyve suyu sanayisinin ihracat bakımından çok büyük bir potansiyele sahip bulunduğunu vurgulayan Akdağ, Türkiye’nin meyve suyu ihraç ettiği ülke sayısının 151’e ulaştığının altını çizdi. Son beş yılda meyve suyu sektörünün ihracatının iki kattan fazla artış kaydettiğine dikkat

çeken Akdağ, sektörün ihracatının 2012 yılına kadar geçen sürede 104 milyon dolardan, 221 milyon dolara yükseldiğini açıkladı. Sektörde yaşanan zorluklara rağmen, ihracatın 2012 yılında 230 milyon dolar seviyesine yükselmesini beklediklerini dile getiren Akdağ, “Bu da Türkiye’nin ürünlerinin küresel meyve suyu pazarında büyük ölçüde kabul gördüğünün ve fiyat rekabeti şansımızın artması durumunda, ihracatımızın da geometrik olarak büyüme olanağına sahip olduğunun göstergesi olacak” şeklinde konuştu.

İŞLENEN MEYVE MİKTARI İKİ KATINA ÇIKARTILABİLİR

Türkiye’nin toplam meyve üretiminin 2012 yılında yüzde 4 civarında bir artış ile yaklaşık 18 milyon tona ulaştığını kaydeden Ebru Akdağ, meyve suyu sektörünün işlediği meyvenin ise 1 milyon ton civarında olduğunu açıkladı. Meyve suyu sektöründe işlenen başlıca meyvelerin; elma, şeftali, kayısı, vişne, nar, üzüm ve portakal olduğunu belirten Akdağ, dünyanın başlıca meyve üreticileri arasında yer alan Türkiye’de, hammadde temininde yaşanan sorunlar nedeniyle, meyve suyu sanayisinin yarı kapasiteyle çalıştığının altını çizdi. Uygun kalite, miktar ve çeşitte meyveye ulaşmakta sorun çeken sektörün, gerekli koşulların sağlanması durumunda işlenen meyve miktarının iki katına çıkabilecek kapasiteye sahip olduğu bilgisini veren Akdağ, Türkiye’nin kayısıda ve vişnede dünya birincisi, narda dünya üçüncüsü, şeftali ve üzümde dünya altıncısı, elmada dünya dördüncüsü ve limonda dünya beşincisi ko-

numunda bulunduğunu ifade etti. 2012 yılı sonuna kadar üretilen meyvenin yaklaşık 1 milyon tonunun, meyve suyu sanayinde işlenmiş olacağı öngörüsünde bulunan Akdağ, Akdeniz Yaş Meyve-Sebze İhracatçıları Birliği değerlendirme raporuna göre şu açıklamalarda bulundu: “Yaş meyve sebze ve narenciye ihracatında 2012 yılı Ocak-Ekim döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre negatif yönde miktarda yüzde 5, değerde ise yüzde 7’lik azalış meydana geldi. Gruplar içinde ise narenciye ihracatı; miktarda yüzde 9, değerde yüzde 15’lik düşüş yaşadı. Buna rağmen bu grup; 2012 yılı Ocak-Ekim döneminde 540 milyon 653 bin 177 dolarlık ihracatla ilk sırada yer aldı.” 2011 yılı sonunda ihraç edilen taze meyve miktarının 519 milyon 470 bin 575 ton olduğunu belirten Akdağ, Ocak-Ekim 2012 döneminde ise yüzde 8’lik artış ile 561 milyon 528 bin 403 tona ulaştığını dile getirdi. Akdağ, şöyle devam etti: “2012 yılı Ocak-Ekim döneminde yaş meyvede Türkiye geneli en fazla ihracat yapılan ürün, değerde 159 milyon 813 bin 636 dolar ve miktarda 56 milyon 742 bin 922 kilogram ile kiraz ve vişne oldu. Narenciye’de ise 2012 yılı Ocak-Ekim döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre değerde yüzde 15, miktarda yüzde 9 oranında bir azalış meydana geldi. Narenciye grubunda; limon miktarda yüzde 23, değerde ise yüzde 28’lik bir azalış gösterdi. Limon, aynı dönem için gerçekleştirdiği 191 milyon 892 bin 649 dolarlık ihracatla bu grupta ilk sırada yer aldı.”

MEYVE SUYU SANAYİSİ İKİ KAT BÜYÜYECEK

Güncel durumda sadece meyve suyu sanayinin cirosal büyüklüğünün 2 milyar lira, ihracatının 221 milyon dolar ve işlenen meyvenin ise 1 milyon ton civarında olduğunu belirten Ebru Akdağ, “Meyve suyu sanayisi, ülkemizde üretilen meyvenin toplamda sadece yüzde 10-15’lik kısmına talep yaratıyor. Ayrıca şoklama, kurutma ve konserve sektörleri de benzer ölçekte talep yaratıyor ve tamamen aynı problemleri yaşıyorlar” şeklinde konuştu. Sanayiye uygun çeşit, kalite, miktar ve fiyatta büyük ölçekli meyve üretiminin yapılması ve sektörün küresel pazarda rekabet edebilir hale getirilmesi durumunda, meyve suyu sanayinin önümüzdeki beş yıl içinde iki kat büyüyebileceği öngörüsünde bulunan Akdağ, Türkiye’de tarıma dayalı sanayi kolları arasında işlenmiş meyve sebze mamulleri sanayisinin özel bir yeri olduğunun altını

çizdi. Türkiye'nin dış ticarete temel rekabet edebilir ürünlerinin yaş ve işlenmiş meyve-sebze ürünleri olduğunu açıklayan Akdağ, aynı zamanda gıda ve içecek sanayi içinde dış ticaret fazlasının en büyük olduğu alt sanayi dalının da işlenmiş sebze ve meyve sanayi olduğuna dikkat çekti. "İşlenmiş meyve ve sebze sektörünün de başında meyve suyu sektörü geliyor. Meyve sebze mamulleri sanayisinde geniş bir alt ürün gamı bulunmakla beraber, meyve suyu sektörü son yıllardaki atağıyla ön plana çıkıyor. 1.2 milyar dolar civarında ihracatı olan meyve sebze mamulleri sektörünün 2023 hedefi 4 milyar dolar olarak konulmuştur" şeklinde konuştu.

TAZE VE İŞLENMİŞ MEYVEYE OLAN TALEP ARTIYOR

Gıda ve tarım finansmanı ve sürdürülebilirlik odaklı bankacılık alanında dünya lideri olan Rabobank International'a göre; dünya meyve üretiminin yıllık bileşik büyüme oranının yüzde 2.5 civarında olduğunu aktaran Ebru Akdağ, buna karşılık taze meyve tüketiminin yıllık bileşik büyüme oranının yüzde 3.2 olduğunu belirtti. Akdağ, "Taze meyve talebinin artış oranının dahi üretimdeki büyümenin üzerinde oluşu, gelecekte karşımıza çıkacak arz talep dengesizliğini net bir şekilde ortaya koyuyor. Bunun ötesinde üretilen meyvelerin bir kısmının da başta meyve suyu olmak üzere meyve işleme sanayinde kullanıldığı düşünülürse, arz ile talep arasındaki

makasın daha da açılacağını görebiliyoruz" şeklinde konuştu. Güncel duruma ilişkin yapılan projeksiyonlara göre; hammadde tedarik sorununun ve talebi karşılayacak bir tedarikçi arayışının her geçen gün daha çok önem kazanacağı tespitinde bulunan Akdağ, öte yandan, Afrika ve BRIC ülkelerinde taze ve işlenmiş meyveye olan talebin de hızla arttığını dile getirdi. Akdağ, "Üretimin artırılması için stratejik adımlar bugünden atılmazsa, gelecekte talep ile arz arasındaki farkın geometrik bir şekilde büyümesi kaçınılmazdır" dedi. Bu durumun sadece meyve için değil, birçok tarımsal hammadde kullanan gıda ve içecek sektörü için geçerli olduğunu kaydeden Akdağ, "Veriler yatırım yapılması gereken sektörlerden birinin meyvecilik sektörü olduğunu net bir şekilde ortaya koyuyor. Gelişmeler, meyve ve meyve işleme sanayinin bir dar boğaza sürüklenmesine neden olabilir. Tehdit olarak gözüken bu durum, ülkemiz açısından bir fırsata çevrilebilir ve hatta çevrilmelidir" şeklinde konuştu.

TÜRKİYE'NİN AVANTAJI ÇOK FAZLA

Türkiye'nin farklı birçok açıdan avantajlı olduğunu söyleyen Ebru Akdağ, toprakların tarıma elverişli oluşunun, ekolojik ve iklimsel şartların uygun oluşunun Türkiye için avantaj olduğunu belirtti. En kritik avantajım ise birçok ülkenin aksine Türkiye'de ekilebilir arazilerinin varlığı olduğunu aktaran



Meyve Suyu Endüstrisi Derneği Genel Sekreteri Ebru Akdağ

Akdağ, "GAP buna çok güzel bir örnek teşkil ediyor. Dolayısıyla ülkemizde uluslararası ticarete aranan ve sanayiye yönelik çeşitlerle plantasyonların artırılması, gelecekte Türkiye'nin başta AB için olmak üzere, çok önemli bir küresel tedarikçi olmasını sağlayacak. Bu da doğrudan ve dolaylı istihdam açısından, ülke ekonomisine çok büyük bir katkıda bulunacak ve ihracat potansiyeli çok yüksek olan sektör, yüzde 90 oranında "net döviz girdisi" sağlayacak" şeklinde konuştu.

2013 YILINDA BÜYÜME BEKLENİYOR

Ebru Akdağ, Türkiye meyve suyu sanayinin 2000'li yılların başından ekonomik krizin yaşandığı 2008 dönemine kadar yıllık ortalama yüzde 15 ile yüzde 20 gibi oranlarda büyüme gösterdiğini kaydederken, meyve suyu ve nektarı pazarının 2008-2011 döneminde yıllık ortalama yüzde 8 civarında büyüme kaydettiğini ifade etti. Akdağ, 2012 yılında ilk defa bir daralmayla karşı karşıya olduklarının altını çizdi. Bunun daralmanın nedenlerini de paylaşan Akdağ, bu durumunun sadece meyve suyu sanayi için geçerli olmadığını, birçok gıda alanında yaşanmış olduğunu dile getirdi. Akdağ, makro ekonomik durum ve tüketici güven indeksindeki azalmanın, birim fiyatlardaki artışın ve medyada yer alan yanlış bilgilerle ambalajlı ürünlere yönelik tüketicilerde oluşan olumsuz etkilerin bu daralmaya sebep olduğunu kaydetti. 2013 yılında tekrar bir büyüme sağlanmasını beklediklerini dile getiren Akdağ, "Geleceğe ilişkin en önemli hususlar meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki önemli yerini tüketicinin anlaması ve sektörün hammadde temininde yaşadığı sorunların devletin desteğiyle çözümlenmesidir" şeklinde konuştu.

Avrupa ve Orta Doğu'nun en önemli meyve suyu konsantresi tedarikçisi olma fırsatı bulunan Türkiye'nin, meyve suyu sanayide önümüzdeki beş yıl içinde iki kat büyüyebileceği öngörülüyor.



Çilek üreticileri yeni sezondan umutlu

Toplam ihracatını 2012 yılında 20.3 milyon dolara çıkaran çilek üreticileri, yeni sezonda bu rakamı daha yukarılara taşımayı hedefliyor. Türkiye'nin önemli çilek üretim merkezlerinden biri olan Silifke'de ise rekoltenin ve ürün kalitesinin bu yıl yüksek olması ihracatta umutları artırıyor.

Gülgiller familyası içinde yer alan çilek, üzüksü meyveler grubuna giren türlerden en önemlisi. Daha çok ilkbahar mevsiminde olgunlaşmaya başlayan bu meyvenin 20'den fazla farklı türü bulunuyor. Türkiye'de çilek üretimi 1970'li yıllarda başlıyor. 1975 yılında üretim 16 bin ton iken 1995 yılında 76 bin tona ulaşıyor. Türkiye çilek üretiminin yüzde 45.54'ünü Marmara Bölgesi, yüzde 30.39'unu Akdeniz Bölgesi, yüzde 13.71'ini Ege Bölgesi karşılıyor. Çilek, pazarda taze meyvenin az olduğu dönemlerde olgunlaşması nedeniyle iyi bir pazar avantajı sağlıyor. Taze olarak tüketilmesinin yanında işlenerek tüketilebilen, vitamince zengin bir meyve olan çilek, iç tüketimi karşıladığı gibi ihracatta da ülkeye önemli getiri sağlıyor. 2012 yılı 611.8 milyon dolarlık yaş meyve sebze ihracatının 20.3 milyon dolarlık kısmını oluşturan çilek ihracatı, tüm yaş meyve sebze ürünleri ihracatında 17'nci sırada bulunuyor. Çilek üretimi ve ihracatında; Akdeniz Bölgesi ise Mersin'in Silifke ilçesiyle ön plana çıkıyor. Silifke ilçesinde üretim yapan çiftçiler, mahsulünü aldıkları çileğin yarısından fazlasını, ihraç ediyor. Silifke ekonomisinin lokomotifi konumundaki çilek, hem Türkiye ve hem de ilçe ekonomisine yüksek oranda girdi sağlarken, bölgede önemli oranda istihdam da yaratıyor. Sektördeki teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, üretimde yenilik sağlayan çilek üreticileri, ellerindeki imkânlarla maksimize edebilmek için yeni yöntemler kullanarak üretim yapıyor. Çilek üretiminde teknolojinin en olanakları kullanılıyor ve ürünün ilacı ile suyu otomatik olarak sistem tarafından sağlanıyor. Bugün artık, çilek el değmeden yetiştiriliyor. Deneme amaçlı bir dönümde başladıkları çilek ekimine hem verimli olması hem de maliyetinin daha düşük olmasıyla topraksız üretim sistemine geçildiği belirtiliyor. Öyle ki Türkiye genelinde dört ay civarında olan çilek sezonu, Silifkeli çiftçiler tarafından sekiz aya çıkarılmış durumda. Silifkeli çiftçi, Türkiye'nin büyük çoğunluğunun beyaza büründüğü kış mevsiminde dahi, serasından elde ettiği ilk hasatla, kış ortasında yaz meyvesi çilek üretimini gerçekleştirmeyi başarıyor.

MODERN TARIM TEKNİKLERİ ÜRETİMİ ARTIRDI

Yeni çeşitlerle ve modern tarım teknikleri

sonucunda çilek üretiminde hızlı bir artış yaşandığını belirten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve Narenciye Tanıtım Grubu (NTG) Başkanı Ali Kavak, bu gelişmelere bağlı olarak ihracatın arttığını açıkladı. Üretimde ve ihracatta yaşanan artışın üreticileri memnun ettiğini ifade eden Kavak, "Türkiye çilek üretiminin yüzde 45.54'ünü Marmara Bölgesi, yüzde 30.39'unu Akdeniz Bölgesi, yüzde 13.71'ini Ege Bölgesi karşılıyor. Akdeniz Bölgesi'nin özellikle erken çilek yetiştiriciliği bakımından ayrı bir önemi var. Türkiye, 2010 yılı rakamlarına göre 300 bin ton üretim ile Avrupa'da İspanya ile birlikte en fazla çilek üreten ülke konumuna geldi" diye konuştu. Türkiye'nin çilek üretiminde dünyada Amerika'dan sonra ikinci sırada yer aldığını belirten Kavak, "Özellikle 2000 yılından başlamak üzere çilek ihracatımızda meydana gelen yükselişle şu anki ihracatımız 20 bin tonu aştı" dedi. Türkiye'nin değişik iklim ve toprak karakterleri yönünden çilek yetiştiriciliğinde önemli bir potansiyele sahip olduğunu söyleyen Kavak, çileğin bahçe ürünleri arasında, ilk yıldan itibaren verime başlaması, birim alandan yüksek gelir sağlaması gibi özellikleri ile popüler olduğunu vurguladı. Yakın geçmişe kadar sadece İstanbul, Bursa, Karadeniz Ereğlisi'nde yetiştirilen çileğin günümüzde giderek yaygınlaştığını belirten Kavak, "Üretimin büyük bir kısmını Akdeniz, Marmara, Ege bölgeleri karşılıyor. 2012 yılında Türkiye geneli 200 bin ton çilek üretildi ve bunun önemli bir kısmı bölgemizin en çok çilek üreten ilçesi konumundaki Silifke'den 60 bin ton olarak kayda geçti. 2013 yılı beklentisi ise Türkiye geneli 220 bin ton olarak öngörülmüyor" açıklamasını yaptı.

ÇİLEK İHRACATTA 17'NCİ SIRADA

2012 yılı 611.8 milyon dolarlık yaş meyve sebze ihracatının 20.3 milyon dolarlık kısmını çilek ihracatının oluşturduğunu kaydeden Başkan Kavak, bu değer ile çilek ihracatının tüm yaş meyve sebze ürünleri bazında en çok ihraç edilen ürün sıralamasında 17'nci olduğunu söyledi. En fazla ihracat gerçekleştirilen ülkenin 12.925 milyon dolar ile Rusya Federasyonu olduğunu belirten Kavak, "Bunu sırasıyla Romanya, Bulgaristan, Irak ve Sırbistan takip ediyor. Tabii Rusya Federasyonu en önemli pazarı-

YAŞ MEYVE SEBZE TANITIM ÇALIŞMALARI SÜRÜYOR

Yaş meyve ve sebze ihracatını artırmak için ilgili fuarlara katıldıklarını belirten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve Narenciye Tanıtım Grubu (NTG) Başkanı Ali Kavak, ayrıca ihracatçıları bilgilendirmek amaçlı sektörel ticaret heyeti programları düzenlediklerini, eğitimler verdiklerini ve ilgili bakanlıklarla çalışma içinde olduklarını açıkladı. Almanya'nın başkenti Berlin'de bu yıl 10'uncusu düzenlenen Fruit Logistica Fuarı'nda her sene olduğu gibi bu sene de AKİB koordinatörlüğünde 21 Türkiye firmasının katılım sağladığını kaydeden Kavak, şöyle konuştu: "Toplam 112 bin metrekare kapalı alanda gerçekleştirilen ve 132 ülkeden 56 bin ziyaretçisi olan Fruit Logistica Fuarı'nda ülkemiz bu yıl toplam 695 metrekarelik alanda taze meyve, sebze, narenciye, organik meyve-sebze ve paketlenmiş ürünlerden 21 firma ile temsil edildi. Ayrıca Türkiye turuncuğilini tüm dünyaya tanıtmak üzere çeşitli ülkelerde tanıtım faaliyetleri gerçekleştiren Narenciye Tanıtım Grubu da 119 metrekare stant ile Türkiye pavilyonunda fuara katılım sağladı" açıklamasında bulundu. AKİB organizatörlüğünde yapılan fuarları açıklayan Kavak, şöyle sıraladı: KKTC Uluslararası Fuarı, Irak'ın Erbil kentinde düzenlenen Iraq Agro Food Fuarı, İran Foodand Hospitality Fuarı,

Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai kentinde düzenlenen World of Perishables Fuarı ve bu yıl ilk olarak milli katılım düzenlenecek olan World FoodMoscow Fuarı. Dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan yaş meyve sebze fuarlarında info-stant ile katılım gerçekleştirdiklerini belirten Kavak, böylece Türkiye ürünlerinin ve ihracatçılarının uluslararası düzeyde tanındığını kaydetti. Düzenlenen sektörel ticaret heyetleri sayesinde ise ihracatçıların potansiyel ülke pazarlarını yerinde inceleyerek ticaret yapma imkânı bulduklarını açıklayan Kavak, "Bölgemizin üretici ve ihracatçılarına yönelik çeşitli eğitimler düzenlemekte, sorunların giderilmesi amaçlı belirli periyotlarda ortak akıl toplantıları yapılmakta ve alınan kararlar ilgili Bakanlıklar ile paylaşılarak sektörün önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik adımlar atması bekleniyor" dedi. Kavak, üretimde yeni çeşitlerin geliştirilmesi adına; Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü tarafından yürütülen "Turuncuğil Çeşit Geliştirme Projesi", Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü tarafından yürütülen "Yeni Turuncuğil Çeşitleri Geliştirme Projesi" ve BATEM -Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü tarafından yürütülen "İhracata Uygun Yeni Mandarin Çeşitlerinin Geliştirilmesi ve Sektöre Kazandırılması" projelerine de destek verdiklerini açıkladı.



Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak

mız olarak yerini koruyor. Ancak alternatif pazarlar anlamında Irak başta olmak üzere bölge ülkeleri ve Ortadoğu önemli pazarlar arasında" dedi. Kavak, Akdeniz Bölgesi'nin yaş meyve sebze üretiminde ve ihracatında önemli bir kalem olan ve 2012 yılında 2.183 milyar dolarlık yaş meyve sebze ihracatının 914.152 milyon dolar gibi büyük bir kısmı ile yüzde 42'sini gerçekleştiren narenciye ürün grubu için Narenciye Tanıtım Grubu'nun gerek yurtiçi gerekse yurtdışında çalışmalarına devam ettiğini söyledi. Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri arasında Türkiye ihracatının yüzde 60'ının Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği kanalıyla gerçekleştiğini açıklayan Kavak, "Sektör Birliği olma misyonumuzun farkındayız ve bu bağlamda 2023 yılı 10 milyar dolar yaş meyve sebze ihracat hedefimizi yakalamak konusunda gayretli çalışmalarımız devam ediyor. Yurtiçinde düzenlenen fuarlara yurtdışından heyetler getiriyor, onları ihracatçılarımız ile buluşturarak ticaret yapma imkânı sağlıyoruz. Bunun yanı sıra yurtdışında düzenlenen fuarlarda Türkiye ürünü imajı oluşturmak ve ülkemiz yaş meyve sebze ürünlerinin yurtdışı pazarlarda tanıtımını yapmak amaçlı info-stantlar ile fuarlarda yer alıyoruz" dedi.

60 BİN TON ÇİLEK ÜRETİMİ

Mersin'in Silifke ilçesinde üretilen 60 bin ton çilek üretimini etkileyen en büyük etkenin iklim olduğunu belirten Silifke Çilek Üreticileri Birliği Başkanı Ahmet Özmen, havanın sıcak, soğuk, rüzgârlı ve yağmurlu olmasının üretimi ve kaliteyi etkilediğini söyledi. 2012 yılı sezonunda kış ayı çok



Türkiye çilek üretiminin yüzde 45.54'ünü Marmara Bölgesi, yüzde 30.39'unu Akdeniz Bölgesi, yüzde 13.71'ini Ege Bölgesi karşılıyor. Akdeniz Bölgesi, özellikle erken çilek yetiştiriciliği bakımından ayrı bir önem taşıyor. Sektördeki teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek üretimde yenilik sağlayan çilek üreticileri, ellerindeki imkânları maksimize edebilmek için yeni yöntemler kullanarak üretim yapıyor.

soğuk geçtiğinden üreticilerin ortalama rekoltenin ancak yarısını alabildiklerini ifade eden Özmen, “Bu sezon da fiyat ortalaması düşük başladı. Sebebi ise kış ayı çok ılıman geçti. Meyve sezonu olması gerekenden erken başladı. Bunlardan dolayı fiyatlar mevsim normallerinin altında seyrediyor” dedi. Silifke'nin çilek üretiminde; aroması, dayanıklılığı ve kalitesi yönünden dünyada ses getiren yerlerden biri olduğunu belirten Özmen, girdi maliyetlerinin yüksek olmasının ise kaliteyi etkilediğini söyledi. Özmen, şöyle devam etti: “İnsanlar daha az para kazandıklarında masraf kalemlerini azaltıyorlar. Bu ilk önce işçiliğe yansıyor. İşçilik kalitesi düştüğünde pazardaki yerimiz de sarsılıyor. Bilinçsiz kaliteye önem vermeden yapılan üretim piyasa düzenini bozuyor, bu da tüm üreticileri etkiliyor. İhracat sadece

çilek için değil, tüm ürünlerde denge unsurudur. Piyasa dengelerini oluşturuyor ve fiyat politikasını belirliyor. Piyasadaki fazla ürünü kaldırarak dengeliyor.”

TOPRAKSIZ ÜRETİMLE VERİMLİLİK SAĞLANDI

Çilekte topraksız tarım üretimine geçildiğini açıklayan Özmen, topraksız tarımın; toprağı elverişli olmayan, üretim şartları çok zor olan toprakları milli ekonomiye katmak açısından çok iyi ama kurulum maliyeti ve işletme maliyeti açısından çok pahalı bir üretim şekli olduğunu belirtti. Topraksız üretim ile toprağın kullanılmadığını ve farklı besin ortamlarında üretim yapıldığını söyleyen Özmen, “Topraksız çilek üretiminde kök başına alınan üründen artış yok. Tam tersine topraktakine göre daha az. Sadece birim alana dikilen fide sayısı fazla

olduğunda birim alandan alınan verim fazla. Ama maliyet olarak topraksız olandan fazla. Burada asıl hedef, turfanda çıkararak fiyat yakalamak” diye konuştu. Silifke'de bölge halkının çiftçilikle uğraşan bölümün, yaklaşık yüzde 80'lik kısmının çilek yetiştiriciliği yaptığını ifade eden Özmen, buna rağmen çilek üretiminin zor ve çok emek isteyen bir yetiştiricilik kalemi olduğunu kaydetti. Çilek yetiştiriciliğinin, sekiz ay boyunca yoğun işçilik gerektiren bir iş olduğunu vurgulayan Özmen, “Çiftçilerin kalkınmasına katkı sağlamak amacı ile Silifke Çilek Üreticiler Birliği'nin bazı deneme çalışmaları oluyor. Bunlardan sonuçlanan oldu, devam edenler de var. Örneğin, maliyetleri düşürmek için sette bozmadan ikinci ekim yapmak, alet ekipman icadı, çeşit ve kalite denemeleri gibi faaliyetlerimiz var” diye konuştu.



Hazır giyimcilerden kümelenme atağı

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçıları, Şanlıurfa'da kümelenme yoluyla sektöre yönelik dev bir üretim üssü kurmaya hazırlanıyor. 350 dekarlık alanda başlayacak proje kapsamında; talebe göre arazi 700 dekara çıkarılabilecek ve yatırımcılardan arazi bedeli alınmayacak.

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçıları kümelenme yöntemiyle Şanlıurfa'ya, bir organize sanayi bölgesi kazandırmaya hazırlanıyor. Projenin tanıtım toplantısı ve imza töreni, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, Şanlıurfa Valisi Celalettin Güvenç, Şanlıurfa Belediye Başkanı Eşref Fakıbaba, TİM Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Baş-

kkanı Ahmet Akbalık, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sabri Ertekin ve Akdeniz Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur'un da katılımıyla 5 Nisan 2013 tarihinde gerçekleştirildi. Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi'nde, Hazır giyim Organize Sanayi Bölgesi (HOSAB) adıyla kurulacak ve yaklaşık 5 bin

kişiye istihdam sağlaması beklenen hazır giyim havzası, diğer sektörlerde de örnek olacak. 350 dekarlık alanda başlayacak proje, talebe göre 700 dekara kadar çıkarılabilecek ve yatırımcılar arazi için bir bedel ödemeyecek. HOSAB'ın tanıtım toplantısında konuşan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, Şanlıurfa'nın Güneydoğu Anadolu Projesi'nin (GAP) merkezi,



tarım ambarı ve Ortadoğu'ya açılan kapı olduğunu belirterek, "Sermaye buraya kayıyor bu ne kadar akıllı bir iş yapıldığının göstergesi" dedi. Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık ise İstanbul'un modanın merkezi; Anadolu da üretim merkezi olacağını bildirerek, projenin bölgedeki göçü tersine çevireceğini ve ekonomik anlamda barış sürecine de katkı sunacağını altını çizdi. İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi de "Sektörümüzün yaptığı bu çalışma diğer sektörler için de bir ilk adım niteliğinde olacak" diye konuştu.

İSTANBUL MODANIN; ANADOLU ÜRETİMİN MERKEZİ

Projenin organizasyonunu gerçekleştiren TİM Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, projenin tanıtım toplantısında yaptığı konuşmada sektörün sürdürülebilir rekabet ve maliyet için büyük ve her türlü ihtiyaca cevap veren havzalara ihtiyacı olduğunu söyledi. Akbalık, hazır giyim ve konfeksiyon



TİM Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, toplantıda Şanlıurfa Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kümelenme Projesi (HOSAB) ile ilgili bir sunum yaptı.

sektörünün ihracatta öncü ve 24 dolarlık ihracat/ kilogram fiyatıyla en değerli üç sektörden biri olduğunu anlatarak "Kümelenme metoduyla gerçekleştirdiğimiz bu proje ile A ve A+ ürünleri, teşvik paketinin de imkânlarından faydalanarak her türlü yan sanayinin ve altyapının olduğu bir ortamda üreteceğiz. Dünya markaları bu tarz projelerin sonucu ortaya çıkıyor" diye konuştu. HOSAB'ın, sektörel bazda ilk kümelenme ve model proje olduğuna dikkat çeken Akbalık, "İstanbul moda merkezi; Anadolu üretim merkezi olacak. Projemiz göçü tersine çevirecek ve ekonomik anlamda barış sürecine de katkı sunacak" dedi. Akbalık, Şanlıurfa'nın genç işgücü, üretim altyapısı, tekstil üretimi yapılan bölgelere ve Ortadoğu pazarına yakınlığı gibi sebeplerle tercih edildiğini ifade etti. Sigorta primlerinde işçi hissesinin asgari ücrete karşılık gelen kısmının 12 yıl süreyle, gelir vergisi stopajının da asgari ücrete karşılık gelen tutar üzerinden yine 10 yıl süreyle devlet tarafından karşılanacak olmasının yatırımın avantajlı noktaları olduğunu söyleyen Akbalık, "Örneğin, 3.5 milyon dolarla, ortalama 500 kişilik bir işletme kuran bir kişi yaklaşık bir buçuk yıl içinde yatırımını amorti edebilecek" dedi.

13 MİLYAR DOLARLIK DIŞ TİCARET FAZLASI

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye'nin ihracat yaptığı öncü bir sektör olduğunu dile getiren Ahmet Akbalık, sektörel anlamda Türkiye'nin, dünyanın önde gelen tedarikçilerden olduğunu belirtti. Akbalık, sektörün katma değerde lider ve net ihracatçı bir sektör olduğu bilgisini verdi. Sektörün

195 ülkeye ihracat yaptığını ve Türkiye'nin dünyanın en büyük altıncı hazır giyim ihracatçısı olduğunu ifade eden Akbalık, Türkiye'nin Avrupa'nın ikinci büyük tedarikçisi olduğuna vurgu yaptı. Akbalık, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2011 yılında 12 milyar 483 milyon dolarlık dış ticaret fazlası, 2012'de ise 13 milyar 258 milyon dolarlık dış ticaret fazlası elde ettiğini kaydetti.

PROJE, DİĞER SEKTÖRLER İÇİN İLK ADIM NİTELİĞİNDE

HOSAB Projesiyle ilgili değerlendirmelerde bulunan İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise "Sektörümüzün yaptığı bu çalışma diğer sektörler için de bir ilk adım niteliğinde" şeklinde konuştu. İmza törenine katılan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, teşvik paketi sonrası bölgenin ve kentin öneminin arttığını vurguladı. Türkiye'nin geleceği adına orta ve uzun vadeli projeler üretmek gerektiğine dikkat çeken Çelik, "Şanlıurfa GAP'ın merkezi, tarım ambarı, Ortadoğu'ya açılan kapısı. Sermaye buraya kayıyor bu ne kadar akıllı bir iş yapıldığının göstergesi. Bölgeye yağmur gibi yatırım yağacak" dedi. Toplantıya katılan Şanlıurfa Valisi Celalettin Güvenç ise "İlimiz ulaşım, iletişim ve huzur anlamında yatırıma en uygun kentlerden" diye konuştu. Şanlıurfa Belediye Başkanı Eşref Fakıbbaba ise "Kentimize gelecek tüm yatırımcılara en uygun ortamı sunacağız" diye konuştu. Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası aynı zamanda OSB Başkanı Sabri Ertekin de doğru ortaklarla, doğru bir yöntem olan kümelenmeyi gerçekleştirecek olmanın heyecanını yaşadıklarını ifade etti.



İhracatın dinamik kenti Kahramanmaraş

Üretime ve ihracata yönelik geliştirilen politikalara hızlı cevap veren Kahramanmaraş, 2012 yılında 765 milyon 637 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Türkiye ekonomisine önemli oranda döviz girdisi sağlayan kentin 2023 yılı ihracat hedefi ise 5 milyar dolar.



Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi sınırları içinde yer alan Kahramanmaraş, uygarlığın dünyaya yayılması bakımından köprü vazifesi gören Anadolu'nun en önemli güney kapısı konumunda bulunuyor. Irak, Kuzey Suriye, Anadolu ve Akdeniz'i birbirine bağlayan ticaret yolunun keşiştiği bir noktada yer alan Kahramanmaraş, günümüzde olduğu gibi geçmişte de konumu itibarıyla önem teşkil ediyor. Geçmişte Kapadokya-Mezopotamya ticareti, Kahramanmaraş üzerinden sağlanıyorken, şimdilerde ise ekonomisi daha çok tarıma ve tarıma dayalı imalat sanayi ile ticarete dayanan kentte, faal nüfusun yak-

laşık yarısı tarım, ormancılık, hayvancılık ve avcılıkla uğraşılıyor. Gayrisâfi hâsılının yarısını, tarımdan elde eden kentte; üzüm, çilek, elma, kayısı, armut, zeytin, dut, antepfıstığı, fındık, yerfıstığı, çamfıstığı, domates, biber, lahana, soğan ve kabak gibi tarım ürünleri yetiştiriyor. İlde modern tarım araçları, sulama ve gübreleme yaygın. Sanayisi yeni yeni gelişme gösteren ilin, kalkınmada öncelikli bölgeler içine dâhil edilmesiyle fabrika sayısını da artırdığı kaydediliyor. Sanayisi tarıma dayalı olan kentte, başlıca sanayi kuruluşları; iplik fabrikaları, penye dokuma fabrikaları, çelik tencere ve çaydanlık fabrikaları, peynir ve



Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş

tereyağ fabrikaları, kiremit-tuğla fabrikaları, un yem, yağ, dokuma, iplik, pres ve çırçır fabrikaları, alüminyum ve bakır, mermer, kırmızı biber, sunta, plâstik ve çimento fabrikaları olarak öne çıkıyor.

2012 YILINDA İHRACAT ARTTI

1980'li yılların başından itibaren izlenen ekonomik politikalara hızla uyum gösteren Kahramanmaraş, yeni teşvik sistemine göre 5'inci bölge kapsamında yer alıyor. Yeni teşvik sistemi ile yatırımların çoğaldığı kentte, istikrarlı bir ekonomik büyüme için gerek sermaye gerekse girişimcilik konusunda alt yapı oluşturulmuş halde. Devletin, üretime ve ihracata yönelik geliştirdiği teşvik politikalarına, hızlı cevap veren ve bu çerçevede sağlanan teşvikleri doğru kullanarak bu fırsatı iyi değerlendiren Kahramanmaraşlı girişimciler, şehrin bugün sahip olduğu dinamik yapısını kurmayı da başardı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ihracat verilerine göre; Kahramanmaraş 2011 yılında gerçekleştirdiği 748 milyon 170 bin dolarlık ihracatı 2012 yılında artırarak 765 milyon 637 bin dolara çıkardı. Demir ve demir dışı metaller sektörü başta olmak üzere, hazır giyim ve konfeksiyon ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri en fazla ihracat gerçekleştiren sektörler oldu. Kent, 2012 yılı sonu itibarıyla; demir ve demir dışı metaller sektöründe 71 milyon 597 bin dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 59 milyon 833 bin dolar, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe ise 30 milyon 493 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi.



2012 yılında Kahramanmaraş ihracatından sadece yüzde 8 pay alan tekstil konfeksiyon sektörü önemli potansiyel arz ediyor. Dünya tekstil pazarlarında teknolojik ve kalite bakımından rahatça rekabet edebilecek yetenekte olan kent, tekstil sanayi ile yüksek döviz girdisi sağlıyor.

YÜKSEK DÖVİZ GİRDİSİ SAĞLIYOR

Kahramanmaraş ekonomisinin gelişmiş sektörü olan tekstil, özellikle teknoloji ve kalitede ulaşılan nokta bakımından Türkiye standartlarının üstünde bulunuyor. Dünya tekstil pazarlarında teknolojik olarak ve kalite bakımından rahatça rekabet edebilecek yetenekte olan kent, tekstil sanayi ile yüksek döviz girdisi sağlıyor. Kahramanmaraş'ın özellikle tekstil alanında ki başarısı ile sektör ihracatından önemli pay aldığını açıklayan Akdeniz İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, kentte sanayi kolu olarak tekstil ve demir dışı metaller sektörlerinin öne çıktığını belirtti. Kahramanmaraş'ın sahip olduğu ekonomik potansiyelinden, yeni teşvik yasası ile birlikte yatırımlarda görülen canlanmayla daha etkin faydalanılacağını kaydeden Başkan Ulubaş, "Kahramanmaraş'ı önemli bir sanayi şehrine dönüştüreceğine inanıyoruz. Diğer taraftan girişimci Anadolu insanımı barındıran Kahramanmaraş, üretimi satışa dönüştürecek ticari potansiyele fazlasıyla sahip" diye konuştu. Kahramanmaraş'ın ihracatında en önemli ihraç kaleminin tekstil ve hammaddeleri olduğunu kaydeden Ulubaş, kentin 2012 yılında tekstil ve hammaddeleri ihracatının yüzde 75'ini karşıladığını söyledi. Kahramanmaraş ihracatında diğer öne çıkan sektörlerin hazır giyim, demir dışı metaller ve hububat sektörleri olduğunu ifade eden Ulubaş, "Kahramanmaraş'ın yıllar içindeki ihracat rakamlarına bakıldığında; genel olarak en fazla ihracat yapılan iller sıralamasında ilk

20 il arasında yerini koruduğu görülüyor. 2012 yılında da bir önceki yıla kıyasla yüzde 3 artış gösteren ilin ihracatı, 765 milyon dolar seviyesini aştı. Kahramanmaraş'ın potansiyeline inanıyoruz bu nedenle 2023 yılı için ihracat hedefimizi 5 milyar dolar olarak belirledik" diye konuştu.

KATMA DEĞERLİ ÜRÜN İHRACINA KATKI

Kahramanmaraş, ihracatının artmasına yönelik atılacak en önemli adımlardan birisinin yine tekstil ve hammaddeleri ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne yönelmek olacağını belirten Adnan Ersoy Ulubaş, "2012 yılında il ihracatından sadece yüzde 8 pay alan konfeksiyon sektörü önemli potansiyel arz ediyor. Konfeksiyon sektörü istihdama katkısı ve katma değerli ürün ihracına uygun olması nedeniyle ile büyük katkı sağlayacak. Diğer taraftan özellikle ev ve mutfak eşyaları gibi alt sektörler de katma değerli ürün ihracına uygunluğu ile öne çıkıyor" bilgisini verdi. Kahramanmaraş ekonomisinin de diğer illerde olduğu gibi 2012 yılında kontrollü bir büyüme süreci geçirdiğini açıklayan Ulubaş, istihdam ve yatırımlarda görülen olumlu tablonun Kahramanmaraş'a da yansımaları kaydetti. Bu çerçevede, 5084 sayılı Teşvik Yasası'nın Türkiye'ye ve Kahramanmaraş'a önemli katkı sağladığını ifade eden Ulubaş, şöyle devam etti: "Mevcut OSB'nin kapasitesi ve yeni kurulacak OSB'lere olan ilgi bu durumu kanıtıyor. Bu noktada, gelecek dönemde yatırımcıların ilgisini daha da çezecek



Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Kemal Karaküçük

Kahramanmaraş için en önemli husus, altyapı hizmetlerinin iyileştirilmesi ve yatırımların önündeki bürokrasinin azaltılması olacak."

AR-GE VE İNOVASYONA YATIRIM YAPMAK

Tekstil ve hammaddeleri sektörü için çalışmaları devam eden "Tekstil İhtisas OSB"nin büyük önem arz ettiğini belirten Adnan Ersoy Ulubaş, il ihracatının dörtte üçünü karşılayan sektörün 2023 yılının Kahramanmaraş'ı için de aynı derecede önemli olacağını kaydetti. Ancak bu katkının artarak devam etmesi için birtakım önlemlerin şimdiden alınması gerektiğini vurgulayan Ulubaş, "Sadece tekstil değil, ihracat yapmak isteyen bütün sektörler için her geçen gün daha da önemi artan Ar-Ge ve inovasyona yatırım yapmak gerekli. Çünkü ne Türkiye ne de dünya eskisi gibi değil. İşgücü ve enerji maliyetlerinin geçmişe kıyasla daha maliyetli hale geldiği günümüzde rekabeti fiyat odaklı değil, Ar-Ge ve inovasyon odaklı olarak sürdürmek en akılcı yoldur. Bu nedenle; Kahramanmaraş'ın başta tekstil, hazır giyim ve mutfak eşyaları olmak üzere tüm sektörlerde Ar-Ge ve inovasyona daha fazla yatırım yapması gerekiyor. Bu nedenle, sanayicilerimizin ihracatçı birliklerinin çeşitli sektörlerle yönelik düzenledikleri Ar-Ge proje pazarı ve tasarım yarışmalarına daha fazla destek olmaları çok önemli. Her ne kadar bizler birlik yönetimi olarak bu gibi etkinliklere destek olsak da bu konuda en büyük sorumluluk bu proje ve tasarımları sahiplenecek sanayicilerimize düşüyor" dedi.

10 YILDA 4 KAT EKONOMİK BÜYÜME

Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası (KMTSO) Başkanı Kemal Karaküçük ise sanayi üretiminde ve enerjide söz sahibi olan kentin gerek kaynakların iyi kullanılması gerekse devlet desteklerinin heba edilmemesi sayesinde son 10 yılda dört kat ekonomik büyüme kaydettiğini belirtti. Reel sektör yatırımlarında; 2007 yılında Kahramanmaraş'ın Türkiye 5'incisi, 2011 yılında Türkiye 6'ncısı olduğunu kaydeden Karaküçük, "Kahramanmaraş, 1980-2002 döneminde 1.9 milyar Türk Lirası yatırım teşviki alırken, 2002-2012 döneminde ise 7.5 milyar Türk Lirası yatırıma imza attı. Kahramanmaraş'ta 5084 Sayılı Kanun kapsamında bugüne kadar 444 yatırım projesi ile 4.3 milyar dolarlık reel sektör yatırıma imza atıldı. 2005 yılında 45 bin kişiye istihdam sağlanırken, 2012 yılında 100 bin kişiye istihdam sağlandı ve 765 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Kahramanmaraş'ın yılda 3 milyar doları aşan sanayi hâsılası ve 2 milyar dolar dış ticaret hacmi ürettiği söyleyen Karaküçük, "Kahramanmaraş, Anadolu şehirlerinin öncülüğünü üstlenmiş bir şehir olarak; sanayi enerji tüketiminde, Adana, Kayseri, Denizli, Mersin, Manisa, Eskişehir gibi sanayi şehirlerini geride bırakarak 11'inci sıraya yerleşti. Kahramanmaraş artık, Türkiye 2023 vizyonu kapsamında yeni yolunu belirleyerek, 5 milyar dolar ihracat hedefine doğru koşuyor" dedi.

İPLİK ÜRETİMİNİN YÜZDE 35'İNİ KARŞILIYOR

Kahramanmaraş'ın tekstil ve metal mutfak sektöründe Türkiye'nin lideri konumuna ulaştığını ifade eden Kemal Karaküçük, Türkiye'nin iplik üretiminin yüzde 35'ini, dokuma kumaş üretiminin yüzde 10'unu, metal mutfak eşyalarının yüzde 50'sini, elektrik üretiminin yüzde 8'ini, çimento üretiminin ise yüzde 7'sini karşıladıklarını söyledi. Sektörel açıdan, tekstil sektörünün ihracattan yaklaşık 581 milyon dolar ile yüzde 76, metal eşya sektörünün 71.5 milyon dolar ile yüzde 9.4, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün de yaklaşık 60 milyon dolar ile yüzde 7.8 pay aldığını belirten Karaküçük, "2012 yılı ithalatımız ise 1 milyar 37 milyon dolar olarak gerçekleşti ve 2011 yılı aynı dönemine göre yüzde 12.7 oranında azaldı. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise 2010 yılında yüzde 67.7, 2011 yılında yüzde 63, 2012 yılında ise yüzde 73.8 olarak gerçekleşti. 2023 yılında 5 milyar dolar ihracat

gerçekleştirme hedefine kilitlendik. Ticaret ve sanayi odası olarak ihracatımızın geliştirilmesi ve ihraç pazarlarımızın artırılması için yurtdışı fuar organizasyonları ile süreci desteklemeye çalışıyoruz. Diğer taraftan, Kahramanmaraş'ta KOBİ'lerin yoğun olarak faaliyet gösterdiği ayakkabıcılık, kuyumculuk ve ahşap ürünleri gibi sektörlerin sanayileşmesi ve dışa açılımı amacıyla bu sektörlerimizi daha fazla desteklemeye, gerek yurtdışı faaliyetlerimizde öncelik tanımak gerekse de üretim altyapısının iyileştirilmesi çalışmalarına teknik destek sağlıyoruz" dedi.

TEKSTİLDE KORUNMA TEDBİRLERİ

Sektörün öncelikle büyük işletmelere geçiş sürecinin hızlandırılması amacıyla, sanayi sitesi yapımının teknik olarak desteklenmesi ve yol gösterilmesi gibi desteklere devam edildiğini belirten Kemal Karaküçük, 5084 Sayılı Teşvik Kanunu'nun Kahramanmaraş'ın ekonomik kalkınmasında büyük fayda sağ-

layacağını söyledi. Karaküçük, bu kanunun, Türkiye'de gerek işsizlik sorunun çözümüne gerekse yatırımların ve ihracatın canlanmasına çok önemli katkısı bulunan KOBİ ölçeğindeki işletmelerin finansman sorunlarına çare olarak rekabet güçlerini artırdığını belirtti. Karaküçük, şöyle devam etti: "İstihdam desteği, diğer destek unsurlarından farklı olarak birtandan ekonominin canlanmasına ve esnaf ve sanatkârların ticaret hacminin ve niteliğinin yükselmesine katkı sağlarken, diğer yandan demokratikleşme süreci ve sosyal barışa giden yolu da açarak sosyal kalkınmada stratejik bir araç oluyor. Benzer şekilde, Türkiye'de işsizliğin yüzde 8'lere kadar düşmesi, ihracattaki olumlu gelişmeler, sanayi üretim endeksinin belirgin şekilde yükselmesi ve cari açığın gerilemesinde; milli ekonomiyi destekleyen politikalar çerçevesinde özellikle korunma önlemleri ve anti-damping uygulamalarının büyük oranda katkısı bulunuyor. Bu bakımdan, tekstilde korunma tedbirlerinin devam etmesi çok önemli."

KAHRAMANMARAŞ ENERJİDE ÖNE ÇIKIYOR

Tekstil sektöründe gösterdiği performansla dikkatleri üzerine toplayan Kahramanmaraş, son yıllarda enerji sektörü ile de ön plana çıkmaya başladı. Afşin-Elbistan Termik Santrali'nin devreye girmesi ile birlikte kent, ülke enerjisinin yüzde 14'ünü karşılar hale geldi. Kahramanmaraş'ta, son yıllarda su kaynakları özelleştiriliyor ve bu kaynaklarda hidro elektrik santralleri kurulmasına karar veriliyor. Bu sebeple artık Ceyhan Nehri üzerinde ardı ardına santraller yapılıyor. Kahramanmaraş'ın Elbistan ilçesinden doğan ve 509 kilometre kat ederek Akdeniz'e dökülen Ceyhan Nehri üzerinde 11 hidroelektrik santrali enerji üretimine devam ediyor. 2002 yılında tamamlanan Berke Barajı ise bunların en büyüğü olarak gösteriliyor. Yılda bin 670 gigavatsaat elektrik üreten Berke Barajı'nı, Sır Barajı ve Menzelet Barajı takip ediyor. Ceyhan Nehri üzerinde enerji üreten diğer barajlar ise Aslantaş, Ceyhan HES, Kısık, Suçatı Bendi, Süleymanlı, Karasu HES, Tahta ve Andırın HES. Bu barajların toplam enerji üretimi ise 3 bin 752 gigavatsaat. Öte yandan, projesi tamamlanan ve inşaatına başlanan dokuz santralde ise çalışmalar devam ediyor. Bunların en büyüğü, temeli geçen günlerde atılan Kandil Enerji Grubu HES. Yılda bin 227 gigavatsaat enerji üretecek olan bu projenin yaklaşık 500 milyon dolara mal olması bekleniyor. Devam eden projelerin yatırım tutarı ise 1 milyar doları buluyor. Kahramanmaraş, bu projelerin hayata geçirilmesiyle birlikte yılda 3.5 milyar kilovatsaat enerji üretmiş olacak.





Antakya OSB, ihracatını 1 milyar dolara taşımayı hedefliyor

Bünyesindeki 75 yatırımcısı ile geçen yılı 85 milyon dolarlık ihracat ile kapatan Antakya OSB, bu rakamı 2023 yılında 1 milyar dolara, tesis sayısını da 300'e taşımayı hedefliyor.

Orta Doğu ülkelerine yakınlığından dolayı gelişmiş bir ticaret potansiyeline sahip olan Antakya Organize Sanayi Bölgesi, 152 hektar alan üzerinde 75 yatırımcısı ile 2 bin kişiye ulaşan istihdam rakamıyla büyümeye devam ediyor. Türkiye'nin en büyük ikinci nakliye filosuna

sahip olan Hatay'da konumlanan Antakya OSB, 2012 yılını 85 milyon dolar ihracat ile geride bırakarak hedeflerini daha da yukarıya taşıyor. 2011 yılı Temmuz ayından bu yana toplam 104 dönüm arsa tahsisi gerçekleştirilerek, 6 milyon dolar gelir elde etmeyi başaran OSB'nin 2023 yılın hedefleri

arasında ise 1 milyar dolar ihracat, 300 tesis ve 30 bin istihdam yer alıyor.

6 MİLYON DOLAR GELİR

Antakya Organize Sanayi Bölgesi Yönetim Kurulu olarak 2011 yılı Temmuz ayından bu yana toplam 104 dönüm arsa tahsisi ger-



çekleştirdiklerini anlatan Antakya Organize Sanayi Bölgesi (AOSB) Başkanı Tahsin Kabaali, bölgeye 6 milyon dolar gelir sağladıklarını belirtti. Bu gelir ile atık su arıtma tesisi, tüm iç yol aydınlatması ve peyzaj çalışmalarını yaptıklarını belirten Kabaali, toplamda 11 adet hizmet aracı satın alarak yatırımcıların ihtiyacı olan tüm hizmetleri vermeye başladıklarını söyledi. Kabaali, "Türkiye'de Ortak Sağlık ve Güvenlik Birimi'ni Müdürlük bünyesinde kuran ilk OSB olduk. Bu yıl içinde dini tesis, idari bina yapımı ve doğal gaz altyapısıyla; toplamda 2 bin dönümlük yer tahsisini yapmayı hedefliyoruz. Ayrıca yenilenebilir enerji ile elektrik üretilmesi için fizibilite çalışmalarımız devam ediyor" açıklamasında bulundu. 2001 yılında 152 hektar alan üzerinde kurulan Antakya Organize Sanayi Bölgesi'nin şu an itibarıyla 75 yatırımcısının bulunduğunu belirten Kabaali, 2 bin kişiye ulaşan istihdam rakamıyla

OSB'nin büyümeye devam ettiğini kaydetti.

2023 YILI HEDEF; 1 MİLYAR DOLAR İHRACAT

Açıklamalarında teşvik paketine dair değerlendirmelerde bulunan Tahsin Kabaali, devletin yatırımcılara sunmuş olduğu teşviklerden faydalanma konusunda OSB'lere pozitif ayrımcılık yapıldığını belirtti. Kabaali, "Örneğin, ilimiz 4'üncü derece teşvik kapsamındayken, Antakya OSB'de yapılacak olan yatırımlar 5'inci derece teşvik kapsamına giriyor. Ayrıca Antakya OSB'de elektrik ve su fiyatları daha uygun olduğundan üretim maliyetleri de azalıyor" bilgisini verdi. Antakya OSB'de öne çıkan sektörlerin metal, makine ve tarımsal gıdalar olduğunu açıklayan Kabaali, 2012 yılını 85 milyon dolar ihracat ile tamamladıklarını kaydetti. Kabaali, "Antakya OSB, gelişen ve değişen vizyonu ile 2023 yılında hedefi 1 milyar

YATIRIM AVANTAJLARI

- Ortadoğu pazarları cazibe merkezi
- Ulusal ve uluslararası ulaşım arterleri ve pazara yakınlığı
- İskenderun kamu ve özel limanlara 30-50 kilometre mesafede
- Hava alanına 13 kilometre mesafede
- Nitelikli işgücü potansiyeli
- Çok amaçlı toplantı salonu ve idari binası
- Mustafa Kemal Üniversitesi ile kamu kurumları ve bilimsel kuruluşlara yakınlığı
- Kesintisiz su altyapısı ve su birim fiyatlarının ucuzluğu
- Bölgenin otoproduktör rüzgâr enerjisi potansiyeli
- Havaalanı, İskenderun Limanı, Serbest Bölge ve Cilvegözü Sınır Kapısı'na çok yakın mesafelerde olması
- Türkiye Hatay'ın en büyük ikinci nakliye filosuna sahip olması
- Ortadoğu ülkelerine yakınlığından dolayı gelişmiş bir ticaret potansiyeli olması



Antakya Organize Sanayi Bölgesi Başkanı
Tahsin Kabaali

dolar ihracat ve 30 bin istihdam rakamına ulaşmayı hedefliyor" dedi. Antakya Organize Sanayi Bölgesi'nin, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi ile yapılan iş birliği çerçevesinde; Teknokent'in kurucu ortakları arasında yer aldığı ifade eden Kabaali, "Ayrıca genişleme alanımızda kurulması planlanan teknik meslek yüksek okulu için de Mustafa Kemal Üniversitesi ile birlikte 2012 yılında ortak bir komisyon kuruldu" açıklamasında bulundu.



Kimtex Tekstil, Ar-Ge ile büyüyor

Adana'nın İhracat Yıldızları Ödül Töreni'nde ilin en çok ihracat gerçekleştiren firmalardan biri olarak ödüle layık görülen Kimtex Tekstil, Ar-Ge yatırımlarıyla büyümeye devam ediyor.

Adana'nın İhracat Yıldızları Ödül Töreni'nde ilin en fazla ihracat gerçekleştiren firmalarından biri olarak öne çıkan Kimtex Tekstil, ilin toplam ihracatına katkı sağlamaya devam ediyor. Sektörde en fazla Ar-Ge yatırımı yapan firmaların başında gelen şirket, dünyanın dört bir tarafına ihracat gerçekleştiriyor. Amerika, İspanya, Fransa, İngiltere, Rusya, Almanya başta olmak üzere; dünyanın pek çok ülkesine ihracat yaptıklarını açıklayan Kimtex Tekstil Genel Koordinatörü Tanzer Gözek, 2012 yılını 2011 yılına oranla; artışla kapattıklarını belirtti. Gözek, 2013 yılı için ise hedeflerinin yine ihracatlarını artırmak olduğunu söyledi. Bir firma için Ar-Ge çalışmalarının olmazsa olmazı olduğunun altını çizen Gözek, "Bugün sektörümüzde dünyanın en fazla Ar-Ge çalışmasına imza atan firmalardan biriyiz. Kimtex kumaşları, üst-orta marketlerde en kaliteli ürünler olarak biliniyor. Yılda 3 binin üzerinde yeni kumaş üretiyoruz. Bu rakam neredeyse rakiplerimizin tamamının toplamına eşit. Böyle bir Ar-Ge desteği müşterilerimizin en doğru kombinasyonu yakalamalarını ve satışlarının yüksek olmasını sağlıyor. Yani müşterilerimizin bizle daha iyi sıkı bir iş birliğine girmesi için gerekli eko-sistemi fazlasıyla sağlıyoruz. Sözünde duran ve müşterilerimizin sırtını rahatlıkla rastlayabilecekleri güvenilir bir firmayız. Kapasitemiz, stok gücümüz, kalitemiz, inovasyonumuzla, piyasadaki en iyi değer/fiyat oranını biz sağlıyoruz ve bu oranı daha da büyütme ana hedefimiz" şeklinde konuştu.

TÜRKİYE'NİN PARLAYAN YILDIZI

Adana'nın ihracatını artıran firmalardan biri olarak ilin ekonomisini değerlendiren Tanzer Gözek, Adana'nın eskiden olduğu gibi yine Türkiye'nin gelecekte parlayan yıldızı olacağını kaydetti. Gözek, "Adana son 10 yıldır sanayi olarak çok gerilemekteydi. Sanayiciye avantajlar sağlanmadığı için bölge terk ediliyordu. Fakat şu anda ciddi değişimler var. Mersin Havaalanı, limanın faaliyete geçmesi, enerji yatırımlarının yapılması, Yumurtalık Bölgesi Adana için çok önemli. Ayrıca sınırlarımızda bulunan savaşlarda mutlaka bitecek. Bittiği anda da Adana en büyük potansiyeli yaratacak şekilde atağa geçecek" açıklamasında bulundu. Teşvik sistemine dair eleştiride bulunan Gözek, "Teşvik sistemini değiştiremeyeceğimize göre bu sisteme göre çalışmak



Kimtex Tekstil Genel Koordinatörü Tanzer Gözek

zorundayız. Teşvik sistemi güzel hazırlanmış fakat kalifiye elemanların şehirlerinden ayrılamayacağını göz ardı edilmiş. Sanayiciler teşvikli yere gidince, kalifiye eleman bulmakta sıkıntı çekiyorlar. Kalifiye işçi açısından en iyi illerden biri olan Adana, yine eskiden olduğu gibi Türkiye'nin gelecekte parlayan yıldızı olacak" değerlendirmesinde bulundu.

"ANTI-DAMPİNG VERGİSİ SEKTÖRÜN ÖNÜNÜ AÇACAK"

Yüksek adetli ve kaliteli istihdam ihtiyacı nedeni ile tekstil sektörünün Türkiye'nin istihdam garantisi olmaya devam edeceğini açıklayan Tanzer Gözek, anti-damping vergisiyle birlikte, tekstil istihdamının önünün daha da açılacağını kaydetti. Anti-damping vergisinin 7-8 yıl geç geldiğini belirten Gözek, "Türkiye'de ürettiğimizi Türkiye de kullanırken, dünyaya satarak istihdamı sağlamaya devam edeceğiz" dedi. Türkiye'deki sermaye birikiminin ve iş yapma yetisinin tekstile çok şey borçlu olduğuna dikkat çeken Gözek, Ar-Ge, pazarlama, üretim, kalite, yatırım, insan kaynakları gibi konuları daha küçükken öğrenen birçok tekstil firmasının, kendini daha da geliştirip, dünya devi şirketler haline geldiğini söyledi. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın reel sektörden gelmesinin çok ciddi ve farklı pozitif bir değişim oluşturduğunu ifade eden Gözek, bu değişimin kendilerini mutlu ettiğini belirtti. Gözek, "En büyük şansımız, her koşulda üretmeye şartlanmış değerli insanımız ve girişimcimizdir. Çok samimi söylüyorum, Türk girişimcisi ve ihracatçısı para için değil, inadına çalışıyor" dedi.



Start Fuarçılık'tan üç ayda iki başarılı fuar

Yaş meyveden, tohumculuğa, gıdadan süs bitkilerine, mücevherden inşaata birçok sektörde başarılı fuarlara imza atan Start Fuarçılık, yılın ilk üç ayında iki başarılı fuara imza attı.

Yaş meyve sebze sektörünün Türkiye'deki tek fuarı olan Fresh Türkiye, yaş meyveden sebze sektörünün birçok bileşenini tek çatı altında toplama başarısını gösteriyor. Bu yıl 11 Ocak'ta ikincisi düzenlenen fuarın ev sahipliğini, geçmiş senelerde olduğu gibi Start Fuarçılık başarıyla yerine getirdi. Firma, yine 11-13 Ocak tarihleri arasında Türkiye ve Tohumculuk ve Fidancılık Fuarını tamamladı. Yaş sebze meyve ürünlerini yurt dışındaki alıcılara tanıtmak, bu ürünlere talep yaratmak ve Türkiye ihracatını artırmak amacıyla düzenlenen Fresh Türkiye Fuarı, yaş meyve sebze sektörüne yeni bir soluk getiriyor. Yurtdışından gelen alıcılar ile sektör temsilcilerini buluşturan fuar, yurtiçinden de yoğun ilgi görüyor. Star Fuarçılık, yaş meyve sebze sektörünün yanı sıra ayrıca tarım, tohumculuk, süs bitkileri, altın ve mücevher, inşaat, gıda, mobilya ve otomobil sektörlerinde Türkiye çapında çok sayıda etkinliğe imza atıyor.

FUARA 16 ALIM HEYETİ KATILDI

İstanbul Bayrampaşa Hal Müdürlüğü'nün katkılarıyla düzenlenen Fresh Türkiye Fuarı'na 16 ülkeden alım heyetinin katıldığını açıklayan Start Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı Musa Öztürk, fuarın ikinci yılı olmasına rağmen hem yurtiçinden hem de yurtdışından katılımın çok iyi olduğunu söyledi. Türkiye'nin tek yaş meyve

sebze fuarı olduğuna vurgu yapan Musa Öztürk, özellikle yurtdışından gösterilen ilginin memnun edici olduğunu belirtti. Fuarın yaş meyve sebze sektörü tarafından sahiplenmeye başlanıldığını ifade eden Öztürk, "Türkiye'de yaş meyve sebze sektöründeki müthiş potansiyele rağmen ihracat rakamlarımızın son derece düşük kalması üzerine biz de bir misyon edindik. Bu misyon, Türkiye'deki kaliteli yaş meyve sebze ürünlerinin yurtdışı tanıtımını en iyi şekilde yapmak ve pazardaki payı artırarak ticaret hacmini geliştirmektir. Bu sene fuardaki ticaret hacminin 15 ila 20 milyon dolar düzeylerinde olduğunu tahmin ediyoruz. Bununla birlikte gelecek sene için ticaret hacminin yeterli düzeye çıkması için alım heyeti sayımızı yükselttik, tanıtım ve halkla ilişkiler bütçemizi ise iki katına çıkardık" şeklinde konuştu.

FRESH TÜRKİYE FUARI 2'NCİ KEZ KAPILARINI AÇTI

Start Fuarçılık olarak 2012 yılını iyi geçirdiklerini belirten Musa Öztürk, kuyumculuk alanında fuarlara ev sahipliği yaptıklarını ifade etti. Öztürk, "Start Fuarçılık olarak 2012'nin ilk yarısına biri Ankara'da diğeri Gaziantep'te olmak üzere iki kuyumculuk fuarıyla başladık. İlkinin düzenlediğimiz Ankara Kuyumculuk Fuarımız gelecek adına olumlu sinyaller verirken Ankara'nın kuyum sektöründe ne denli potansiyel taşıdığı konusunda bizim



tahminlerimizin de ötesinde olması ve ilginin yoğunluğu hem memnuniyet hem de fuarın sektöre sağladığı ticari hareketlilik açısından oldukça tatmin ediciydi" değerlendirilmesinde bulundu. Start Fuarçılık'ın geçen yıl 8'inci kez ev sahipliği yaptığı Gaziantep Kuyumculuk Fuarı'nın artık gelenekselleştiğini söyleyen Öztürk, "Gaziantep Kuyumculuk Fuarı, Türkiye'nin en önemli kuyumculuk fuarlarından birisi. Yerli ve yabancı birçok ziyaretçinin ağırlandığı fuar her geçen sene artarak devam eden bir etkiyle sektöre yön verici ve değer yaratıcı olmaya devam ediyor" diye konuştu. 2013 yılında da yaş meyve sebze fuarı olan Fresh Türkiye Fuarı'nı ikinci kez kapılarını dünyaya açtıklarını belirten Öztürk, "Bu sene Ankara Kuyumculuk Fuarı, Gaziantep Kuyumculuk Fuarı, Şanlıurfa Yapı İnşaat ve Dekorasyon Fuarı ve Fresh Türkiye fuarlarımızın organizasyonları devam ederken henüz müzakere halinde olunan birkaç proje ekleme durumumuz da mevcuttur" şeklinde konuştu.

İnanç Turizmi Koridoru ile 2023'e

Dünyada son yıllarda yükselişe geçen inanç turizminde Türkiye, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "İnanç Turizmi Koridoru" projesiyle 2023 yılı hedeflerine koşar adım yaklaşıyor.



Müslümanların kutsal mekânı; Kâbe... Hristiyanların ilk kilisesi; Saint Pierre Kilisesi... Yahudilerin dünya üzerindeki en kutsal yeri; Tapınak Tepesi... İnsanlar, inançları doğrultusunda binlerce mil ötede olsa dahi kutsal saydıkları dini merkezleri seyahat ediyorlar. Dünya İnanç Turizmi Birliği'ne (WRTA) göre; inanç turizmi dünyada en hızlı büyüyen turizm alt dallarından biri. Her dört kişiden biri, seyahatlerinde inanç merkezlerine ilgi duyuyor. İnanç turizminin gelişmesindeki en büyük sebep ise insanların bu tür ziyaretleri bir lüks olarak değil, bir gereklilik olarak görmesi gösteriliyor. Dünyada hızla yükselişe geçen inanç turizmi, günümüzde sadece birer dini inanç ekseninde değerlendirilmiyor. İnanç turizminin yükselişe geçmesi, beraberinde turizmden elde ettiği gelirle de bu yönde dikkatleri üzerine çekmede başarılı oluyor. Dünyada belirli dini merkezler, diğerlerine göre daha fazla dikkat çekiyor. Örneğin, Budistler ağırlıklı olarak Güney Asya'yı tercih ederken, Hristiyanlar ise Avrupa, Orta Doğu, Amerika, İncil toprakları ya da ülkeleri olarak bilinen Türkiye, Mısır, Ürdün, İsrail'i listelerine alıyorlar. Kudüs, Bethlehem (Beytullahim) ve Nazareth'i ziyaret etmek ise inanç turizmi haritasının en önemli halkası olarak biliniyor. Fransa'da Lourdes her yıl milyonlarca katoligi çeken önemli bir hac merkezi olarak görülüyor. Hristiyanlığın kökleri ile çok ilgili olan turistler Yunanistan, İtalya, İskoçya ve hatta İrlanda'ya bile seyahat ediyorlar. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (BMDTÖ) 2011 yılı verile-

rine göre; uluslararası turist gelişleri itibarıyla dünyada 6'ncı, turizm gelirleri itibarıyla 11'inci sırada yer alan Türkiye'ye, inanç turizmi kapsamında en çok Bulgaristan'dan olmak üzere; Yunanistan, İngiltere, Rusya, ABD, Almanya ve Gürcistan'dan turist geliyor. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre; 2002 yılında gelen turist sayısı bakımından 17'nci sırada olan Türkiye, 2011 yılında 6'ncı sıraya yükseldi. 2002 yılında turizm geliri açısından dünyada 12'nci sırada olan Türkiye, 2011 yılında ülke sıralamasında 9'uncu sırada yer aldı. 2002 yılında 13.2 milyon olan yabancı ziyaretçi sayısı, yüzde 137.3 artarak 2011 yılında 31.4 milyona ulaştı. 2002 yılında 11.9 milyar dolar olan turizm geliri, 2011 yılında yüzde 93.27 artarak 23 milyar dolara yükseldi. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) açıklamış olduğu 2011 yılı inanç turizmi istatistik verilerine göre 2011 yılında Türkiye'ye dini, hac amaçlı gelen yabancı ziyaretçi sayısı 102 bin 314 kişi olarak kaydedildi. 2012 yılında bu rakam daha da üst seviyelere yükseldi. İnanç turizmi açısından sahip olduğu ören yerleriyle, başta Adana, Mersin, Hatay illeri olmak üzere; Akdeniz Bölgesi de bu alanda her yıl binlerce turisti kendisine çekiyor.

İNANÇ TURİZMİNDE HAREKETLİLİK

Yabancı ziyaretçilerin yarısından fazlası haziran-eylül aylarında Türkiye'ye geliyor, inanç turizminde en çok bu aylarda hareketlilik yaşanıyor. Ortadoğu ve Arap ülkelerinden Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu dini amaç-



Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Başkanı Başaran Ulusoy

lı olarak İstanbul başta olmak üzere Konya, Şanlıurfa, Mersin ve Hatay bölgelerini ziyaret ediyor. Hristiyanlar ise daha çok inanç turizmi kapsamında Hatay St. Pierre Anıt Müzesi, İçel St. Paul Anıt Müzesi, İzmir, Selçuk Meryem Ana Evi, Antalya, Demre, St. Nicola Kilisesi, Bursa, İznik, Ayasofya Cami, Manisa, Sard, Alaşehir, Akhisar Kiliseleri, Isparta, Yalvaç Pisidia Antik Kenti, Nevşehir, Derinkuyu Ortodoks Kilisesi ve Denizli Laodikya Antik Kenti ziyaret ediyor. Suriye ve İran'da yaşanan siyasi kriz ve Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik krize rağmen, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre; 2012 yılının Ocak ve Eylül döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0.51 oranında artarak 25 milyon 756 bin 984'e ulaştı.

İNANÇ TURİZMİNDE 2023 YILI HEDEFİ VE STRATEJİSİ

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 yılı hedefleri doğrultusunda turizmde koridor projeleri gündeminde yer alıyor. Strateji kapsamında Türkiye'de yedi adet tematik turizm gelişim koridoru öneriliyor. Bu koridorların kapsadığı iller ve temalar; zeytin koridoru, kış koridoru, ipek yolu turizm koridoru, inanç turizmi koridoru, Batı Karadeniz kıyı koridoru, yayla koridoru, Trakya kültür koridoru. İnanç turizmi koridoru olarak adlandırılan koridor, Tarsus'tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsıyor. Bu koridor üzerinde Tarsus'tan Mardin'e kadar uzanan bölünmüş yol yapımı inanç aksını güçlendireceği gibi kısa ve orta vadede turistlerin bu bölgeye varışları ve tercihlerini etkiliyor. Ayrıca Şanlıurfa'ya kadar ulaşan demiryolu bağlantısının Mardin'e

oradan bir koldan Diyarbakır'a diğer bir koldan ise Siirt'e bağlanması İnanç Aksında ulaşımın çeşitlendirilmesi açısından önem teşkil ediyor. Tarihi yapılan restore edilerek pansiyonculuğun ve küçük otellerin desteklenmesi sağlanıyor. Bakanlık, inanç turizmi projesi ile üç semavi dinin, Müslümanlık-Hıristiyanlık-Musevilik, günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin çevre düzenlemesi, aydınlatma ve ulaşım gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının artırılmasını hedefliyor. Proje kapsamında Dışişleri Bakanlığı Başkanlığında, İçişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili kamu kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan bir komite oluşturuldu. Bu komite Hıristiyanlık açısından önemli olan dokuz adet mer-

kez belirledi. Bunlar; Hatay-Merkez: St.Pierre Anıt Müzesi, İçel-Tarsus: St.Paul Anıt Müzesi, İzmir-Selçuk: Meryem Ana Evi, Antalya-Demre: St. Nicola Kilisesi, Bursa-İznik: Ayasofya Cami, Manisa-Sard: Sard Sinagogu, Manisa-Alaşehir: Alaşehir Kilisesi, Isparta-Yalvaç: Pisidia Antik Kenti, Nevşehir-Derinkuyu: Ortodoks Kilisesi, Denizli-Pamukkale: Laodikya Antik Kenti. Sadece bu dokuz mekânın değil, İstanbul, Şanlıurfa, İzmir, Bursa, Edirne, Gaziantep, Siirt, Mardin ve Bitlis gibi Türkiye'nin birçok kentinde İslamiyet açısından büyük önem taşıyan kutsal mekânlarda tespit edilerek eksiklikleri, gerek Bakanlık bütçesinden gerekse Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu Başkanlığı'ndan temin edilen ödenekler kullanılarak gideriliyor.



Yukarıdan aşağı: Yeni Hamam (Antakya), St Pierre Kilisesi (Antakya), St Paul Kilisesi (Tarsus) Büyük fotoğraf: Ulu Camii (Adana)
Dünya İnanç Turizmi Birliği'ne (WRTA) göre; inanç turizmi dünyada en hızlı büyüyen turizm çeşitlerinden biri. Her dört kişiden biri seyahatlerinde inanç merkezlerine ilgi duyuyor.

TÜRKİYE, TURİST SAYISINDA DÜNYADA 6'NCI

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (BMDTÖ) 2011 yılı verilerine göre Türkiye, uluslararası turist gelirleri itibarıyla dünyada 6'ncı, turizm gelirleri itibarıyla da 11'inci sırada yer alıyor. Dünyada hızla yükselişe geçen inanç turizminde Türkiye'nin konumuna ilişkin değerlendirmelerde bulunan Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Başkanı Başaran Ulusoy, Türkiye'nin turizmde; dünyada ana oyuncularından biri konumunda olduğunu söyledi. Ulusoy, "Bu noktaya gelmesinde, bir nebze de olsa inanç turizminin katkısının olduğunu düşünüyoruz" dedi. İnanç turizminde

Türkiye'nin henüz yolun başında olduğunu aktaran Ulusoy, potansiyelin tam olarak kullanılmadığını dile getirdi. Ulusoy, şöyle devam etti: "Turizmin en önemli niş pazarlarından birisi olarak kabul edilen inanç turizminde, büyük bir potansiyeli olan Türkiye, küresel merak ve ilginin gittikçe arttığı bu alanda her geçen gün daha fazla dikkat çekiyor. İslam dünyasının yüzlerce yıl yönetildiği, erken Hristiyanlık döneminin pek çok önemli safhalının yaşandığı, inançlarından dolayı buldukları coğrafyalardan göçe zorlanan Musevilere sığınak olmuş bir ülke olan Türkiye, inanç turizminin zirve destinasyonları arasına girebilecek kaynaklara sahip. Bu kaynaklar arasında İslam dünyası-

nın kutsal emanetleri, bugünkü Hristiyanlığın temellerinin atıldığı İznik Aya Sophia Kilisesi, Hz. İsa'nın Hristiyanlığı yaymasında önemli rol oynayan mesajlarının ulaştığı yedi kiliseler ve İsa'nın havarilerinin Hristiyanlığı yayma faaliyetlerinde önemli roller oynayan Tarsus'taki Aziz Paul ve Hatay'daki Aziz Pier kiliseleri bulunuyor." Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) açıkladığı 2011 yılı inanç turizmi istatistik verilerine değinen Ulusoy, bu verilere göre; 2011 yılında Türkiye'ye dini, hac amaçlı gelen yabancı ziyaretçi sayısının 102 bin 314 kişi olduğunu kaydetti. Ulusoy, 2012 yılında bu rakamın daha da üst seviyelere yükseldiğini ifade etti. Ulusoy, Türkiye'ye dini amaçlı en çok

Avrupa ülkeleri ile Rusya ve ABD'den ziyaretçi geldiğini sözlere ekledi.

DÜNYADAKİ İLK KİLİSE ANADOLU TOPRAKLARINDA

Dünyanın ilk kilisesi olarak bilinen Saint Pierre Kilisesi, insanlık tarihine yön veren yapılardan biri. Hristiyanlığın Katolik, Ortodoks ve Protestan olarak mezheplere ayrılmadan önceki ilk kilisesi olarak kabul edilen St. Pierre Kilisesi, Antakya-Reyhanlı yolu üzerinde, Habib-ün Neccar Dağı eteklerinde yer alıyor ve dünyanın ilk kilisesi olarak inanç tarihinde yerini alıyor. Kayalara oyulan kilise, 13 metre derinliğinde, 9.5 metre genişliğinde ve 7 metre yüksekliğinde bir mağaradan oluşuyor. İlk Hristiyanlar'ın gizli toplantıları için kullandıkları bu mağara, Hz. İsa'nın dinini tanıyanların "Hristiyan" adını alması sebebiyle birçok turist ilgisini çekiyor. Kilise, Hz. İsa'nın 12 havarisinden biri olan St. Pierre'nin Hz. İsa'nın ölümünden sonra Hristiyanlığı yaymaya çalıştığı yer olarak da önemli bir dini merkez. Kilisenin erken döneminden günümüze sadece taban mozağının parçaları ve sunağın sağında, duvar boyamalarının izleri kaldı. Dağa açılan tüneli bir zamanlar burada toplanan Hristiyanların baskınlar sırasında kaçmak için kullandıkları sanılıyor. Kilisenin içindeki kayalardan damlayan su yüzlerce yıldır şifalı olarak kabul ediliyor. Son yıllara kadar ziyaretçilerin şifalı kabul ederek içtikleri, hastalara götürdükleri bu su sızıntısı, depremler nedeniyle azalmış bulunuyor. Kilisenin ortasındaki taş sunağın üstünde, eskiden 21 Şubat tarihinde Antakya'da kutlanan Saint Pierre Kürsüsü Bayramı için yerleştirilen taştan bir kürsünün var olduğu biliniyor. Sunağın üzerindeki mermer Saint Pierre heykeli ise 1932 yılında yerleştiriliyor. 1098 yılında Antakya'yı ele geçiren haçlılar, kiliseyi birkaç metre daha uzatıp iki kemerle ön cepheye bağlıyor. Bu cephe 1863 yılında, Papa IX. Pius'un isteğiyle restore işlerine girişen Kapuçin rahipleri tarafından yeniden yapılıyor. Restorasyona III. Napolyon'un da katkıda bulunduğu biliniyor. Kilise girişinin solunda duran kalıntıların bir zamanlar ön cephenin önünde bulunan revaktan geriye kaldığı düşünülüyor. Bahçenin de birkaç yüzyıl mezarlık olarak kullanıldığı biliniyor. Kilisenin iç kısmında ve sunağın çevresinde de mezarlar bulunuyor. Günümüzde bir müze olan kilisede, valiliğin izniyle müze müdürlüğü denetiminde ayın yapılabilir. 1963 yılında Papa VI. Paul tarafından hac yeri olarak ilan edilen Saint Pierre Kilisesi'nde, her sene 29 Haziran günü tören düzenleniyor. Kili-

senin zemininde; mozaik kalıntıları, duvarlarda ise freskler bulunuyor.

HEKTOR BU MÜZEDE

Hitit, Asur, Fenike, Bizans, Osmanlı devirlerine ait birçok eseri bünyesinde barındıran Adana Arkeoloji Müzesi, 1924 yılında kuruluyor. Adana ili ve çevresinde bulunan arkeolojik eserlerin sergilendiği müzede tarihe tanıklık etmiş birçok eser ziyaretçilere sunuluyor. Kurulduğu ilk yıllarda, Polis Dairesi'nde hizmet veren Adana Arkeoloji Müzesi, 1928 yılında Taşköprü başındaki günümüzde yıkılmış durumda olan Caferpaşa Camii Medresesi'ne, daha sonra Kuruköprü Rum Kilisesi'ne taşınıyor. Daha sonra müzeye 1935 yılında bir Etnografya Salonu ekleniyor. Müze, 1950 yılında da günümüzdeki Etnografya Müzesi Binası'na taşınıyor. 1966 yılında ise Kültür Parkı'nda yeni bir müze binasının daha yapımına başlanıyor. Müze, günümüzde ise 1972'de taşındığı Reşatbey'deki binasında hizmet vermeye başlıyor. Müzenin en değerli eserleri lahitlerdir. Bunlar arasında 3843 envanter sayılı lahit, 1958'de Tarsus'ta bulunuyor ve Adana Arkeoloji Müzesi'ne taşınıyor. Lahitin uzun yüzlerinden birinde; Truva kahramanlarından Hektor'un ölüsünün fide karşılığında kurtarılışı, sağda Kral Priamos'un Akhilleus'e yalvarışı, solda kralın arabasından inışı, arkada dragonları tasvir eden kabartmalar görülüyor. Müzede çoğunlukla Tarsus-Gözlükule, Mersin-Yümüktepe, Milis, Karatepe, Soğuksutepe gibi höyük ve iskân yerlerinde yapılan arkeolojik kazılarda çıkan eserler ile Adana ve çevresinden derlenen eserler bulunuyor. Bunlar; prehistorik-tarih öncesi, Hitit, Asur, Fenike, Frig, Helenistik, Roma ve Bizans devirlerine ait heykel, kitabe, lahit, stel, mimari parçalar gibi taş eserler, pişmiş topraktan yapılmış çanak, çömlek, çeşitli kaplar, silindirik ve magma mühürleri, madeni paralar ve diğer arkeolojik buluntular şeklinde sıralanıyor. Müzede ayrıca Selçuklu ve Osmanlı devirlerine ait İslami eserler ile giyim kuşama, halk sanatlarına ve elişlerine, yörük çadırlarına ve yörüklerce kullanılan eşyaya ait derlenmiş etnografya malzemesi de yer alıyor.

TARİHE EV SAHİPLİĞİ YAPAN KENT

Anamurium Antik Kenti'nde Amerikalı ve Kanadalı bilim adamları tarafından 1960 yılında başlatılan bilimsel arkeolojik kazılar sonrasında elde edilen tarihi ve kültürel kalıntıların sergilenmesi için bir müze yapılması gerekliliği ortaya çıkıyor. Bu fikir doğrultusunda yetkililerce Mersin Anamur Müze binasının temeli 1976 yılında Yalhevleri mahallesinde, deniz kenarında,

AKDENİZ'DE İNANÇ MERKEZLERİ

Adana; Ulu Cami ve Külliyesi (Ramazanoğlu Cami-Merkez), Yağ Cami (Eski Cami-Merkez), Hasanağa Cami (Merkez), Hoşkadem Cami (Kozan), Kurtkulağı Cami (Kurtkulağı Köyü-Ceyhan). Mersin; Makam-ı Şerif Cami ve Danyal Peygamber Kabri(Merkez), Eshab-ı Kehf Mağarası (Tarsus), Ulu Cami (Tarsus), St. Paul Kilisesi (Eski Cami-Tarsus), St. Paul Kuyusu (Tarsus), St. Paul Anıt Müzesi (Tarsus), Alahan Manastırı (Mut), Meryemlik (Aya Tekla-Silifke), Zeus Tapınağı ve Kilise (Silifke), Cennet Obruğu - Meryem Ana Kilisesi (Silifke). Hatay; Ulu Cami (Sultan Selim Cami-Merkez), Habib-ün Neccar Cami (Merkez), Kanuni Sultan Süleyman Cami (Belen Cami-Belen), Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi (Payas), St. Pierre Kilisesi (Merkez), St. Simon Manastırı (Samaandağ), Aziz Hanna Kilisesi (İskenderun), Markirkos Ortodoks Kilisesi (İskenderun).

tahsis edilen arsa üzerine atılıyor. 1976 yılından itibaren devam eden inşaatın 1990 yılında tamamlanmasından sonra 1992 yılında teşhir ve tanzim çalışmaları sonuçlandırılıyor. Anamurium kazılarında ortaya çıkan birçok eser ve ürünler çevre ilçelerde bulunan müzelere naklediliyor. Bu müzeler; Silifke ve Alanya müzeleri. 1990-1992 yılları arasında Anamur'a ait olan ve çevre ilçe müzelerinde bulunan ürün ve eserler de Anamur'a getirilip sergilenmek için hazırlanıyor. Müzenin önemli eserleri arasında Anamur Nekropolünde bulunan 36 parça ajurlu Bizans yapısı altın objeler, bronz Athena, kantar ağırlığı yer alıyor. Müzede etnografik ve arkeolojik eserler bölümü, kütüphane, fotoğrafane, laboratuvar, konservasyon ve sanat galerisi gibi üniteler bulunuyor. Arkeolojik bölümde Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerine ait eserler sergileniyor. Silifke ve Alanya ilçelerinde yer alan müzelerinden ve Erdemli Müzesi'nden getirilen eserlerle birlikte Anamur Müzesi'nde 10 bine yakın eser bulunuyor. Dünyanın birçok ülkesinden gelen bilim insanları, Anamurium Antik Kenti'nde bilimsel kazılar yaparak geçmiş halklara ait eserleri ortaya çıkarmak için çaba sarf ettiği biliniyor. Amerika-Kanada ortak kazı çalışmalarının yanı sıra Kolombiya Üniversitesi'nce de Anamurium Antik Kenti'nde kazılar yapıldı. Müzede arkeolojik eserler arasında bölgedeki eski kavimlerin yaşadıkları dönemlere ait sikkeler önem teşkil ediyor.

Transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı - 2



SERDAR AKSOY / ADANA-MERSİN VERGİ DAİRESİ BAŞKANI

BİLDİĞİNİZ ÜZERE BİR ÖNCEKİ SAYIMIZDA TRANSFER FİYATLANDIRMASI YOLUYLA ÖRTÜLÜ KAZANÇ DAĞITIMI KAVRAMINI ELE ALMIŞTIK. BU SAYIMIZDA İSE EMSALLERE UYGUN FİYAT YA DA BEDELİN TESPİTİ YÖNTEMLERİ İLE DİĞER ÖNEMLİ HUSUSLAR ÜZERİNDE DURACAĞIZ.

Önceki sayımızda transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı kavramını ele almış ve bu kapsamda transfer fiyatlandırması, örtülü kazanç, ilişkili kişi ve emsallere uygunluk ilkesi ve karşılaştırılabilirlik analizi gibi ifadelerin içeriğine değinmiştik. Bu sayımızda ise emsallere uygun fiyat ya da bedelin tespiti yöntemleri ile diğer önemli hususlar üzerinde duracağız. Emsal fiyatın tespitinde kullanılabilir.

Geleneksel işlem yöntemleri;

Karşılaştırılabilir Fiyat Yöntemi, Maliyet Artı Yöntemi, Yeniden Satış Fiyatı Yönteminden oluşur. Mükellefler, ilişkili kişilerle yaptıkları işlemlerde geleneksel işlem yöntemlerinden işlemin mahiyetine en uygun olanını seçerek, söz konusu yöntem doğrultusunda fiyat ya da bedeli belirleyeceklerdir.

Karşılaştırılabilir fiyat yöntemi; bir mükellefin uygulayacağı emsallere uygun satış fiyatının, karşılaştırılabilir mal veya hizmet alım ya da satımında bulunan ve aralarında herhangi bir şekilde ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilerin birbirleriyle yaptıkları işlemlerde uygulayacağı piyasa fiyatı ile karşılaştırılarak tespit edilmesini ifade etmektedir. Bu yöntem, işleme konu mal veya hizmet ile işlemin koşullarının gerek ilişkili kişiler arasındaki işlemlerde, gerekse aralarında ilişki bulunmayan kişilerin arasındaki işlemlerde benzer nitelikte olması şartıyla kullanılabilir.

Örnek: Türkiye’de tam mükellef olan (X) Bankası ile söz konusu banka personeli Bay (A)’nın 19/07/2007 tarihinde yaptığı altı ay vadeli forward USD alım sözleşmesine ilişkin veriler

aşağıdaki gibidir:

Sözleşme tutarı: 1.000.000 USD

Vade: 6 Ay

İşlem anındaki spot kur: 1.2500

Forward kur: 1.2600

Vadede spot kur: 1.3500

Bay (A) altı ayın sonunda 1.2600 kur üzerinden 1 milyon USD karşılığında 1.260 bin Türk Lirası ödeyecektir. Ancak yapılan incelemeler sonucu; ilgili bankanın 25.07.2007 tarihinde ilişkili kişi kapsamında olmayan Bayan (B) ile yaptığı aynı vadeli forward USD alım sözleşmesindeki forward kurunun 1.3400 olarak belirlendiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla karşılaştırılabilirlik analizi sonucu gerekli düzeltimlerin yapılması şartıyla, ilişkili kişiler arasındaki işlemde emsallere uygun bedelin tespiti edilmesi gerekmektedir.

Maliyet artı yöntemi; emsallere uygun fiyatın, ilgili mal veya hizmet maliyetlerinin makul bir brüt kâr oranı kadar artırılması suretiyle hesaplanmasını ifade eder. Makul brüt kâr oranı, işlemi yapan mükellefin bu mal veya hizmetlere ilişkin olarak ilişkisiz kişilerle yaptığı işlemlerde uyguladığı brüt kâr oranı olacaktır. Böyle bir brüt kâr oranı mevcut değilse ya da karşılaştırma için gerekli işlem sayısı yetersizse, karşılaştırılabilir işlemler arasında belirlenen fiyat ya da bedeli etkileyen bir farklılık bulunmaması veya var olan farklılıkların düzeltilebilir nitelikte olması şartıyla ilişkisiz kişilerin karşılaştırılabilir işlemlerine ait brüt kâr oranları da bu yöntemin uygulamasında kullanılabilir. Brüt kâr oranı aşağıdaki gibi hesaplanacaktır:

$$\text{Brüt kâr oranı} = \frac{\text{Satışlar} - \text{Maliyet}}{\text{Maliyet}}$$

Bu yöntem özellikle hammadde ve yarı mamuller ile imal edilen mallara ilişkin işlemlerde, fason imalatlarda ve hizmet tedarikinde uygulanabilecektir.

Örnek: (S) Sigortacılık A.Ş. ilişkili kuruluşu olan (U) bankasının yurt çapındaki her bir şubesini 10 bin Türk Lirası karşılığında yangın, deprem ve hırsızlık için sigortalamaktadır. Ancak yapılan incelemeler sonucunda; aynı piyasada faaliyet gösteren (O) sigorta şirketinin ilişkili olmayan (R) bankasının şubelerinden her birini 12 bin Türk Lira’lık sigorta yaptığı ve (O) firmasının hizmet maliyetininin 10 bin Türk Lirası olduğu tespit edilmiştir. Buna göre; ilişkisiz şirketler arasında gerçekleşen ve dış emsal olarak alınabilecek işlemde brüt kârın yüzde 20 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, (S) Sigortacılık A.Ş. ile ilişkili (U) bankası arasında gerçekleşen işleme ait emsallere uygun fiyatın 12 bin Türk Lirası olması gerekmektedir.

Yeniden satış fiyatı yöntemi; emsallere uygun fiyatın, işlem konusu mal veya hizmetlerin aralarında herhangi bir ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilere yeniden satılması halinde uygulanacak fiyattan, makul bir brüt satış kârı düşülerek hesaplanmasını ifade etmektedir. Söz konusu hesaplama aşağıdaki formül kullanılarak yapılacaktır:

$$\text{Emsallere uygun fiyat veya bedel} = \frac{\text{Yeniden satış fiyatı}}{1 + \text{Brüt satış kâr oranı}}$$

Bu yöntem, özellikle pazarlama ve dağıtım

faaliyetleri gibi ilişkili şirketin satın aldığı mal veya hizmeti ilişkisiz kişilere sattığı işlemlerde kullanılabilir. Diğer taraftan, bu yöntemin uygulandığı olaylarda genellikle yeniden satışı yapan kişi ya da kuruluş, satmak üzere aldığı mallara herhangi bir şekilde değer artıran bir katkıda bulunmamakta, fiziksel olarak ürünün yapısını değiştirmemekte ve söz konusu ürünü aldığı biçimde satmaktadır. Bu çerçevede paketleme, etiketleme ve küçük çaplı montajlar değer artıran katkı ya da fiziksel değişim olarak değerlendirilmeyecektir. Ancak yeniden satıştan önce ürüne çok fazla değer katılması veya bir başka ürünle birleştirilmesi nedeniyle ürünün ilk özelliğini yitirmesi hallerinde emsallere uygun bedel bulmak zorlaşacağından, bu yöntemin kullanılması mümkün olmayacaktır. Emsallere uygun fiyata geleneksel işlem yöntemlerinden herhangi biriyle ulaşma olanağı yoksa mükellef, işlemlerin mahiyetine uygun olarak işleme dayalı kâr yöntemlerini kullanabilir. Ancak işleme dayalı kâr yöntemlerinin de emsallere uygunluk ilkesi çerçevesinde fiyat ya da bedel tespitine olanak vermemesi durumunda, mükellef kendi belirleyebileceği ve daha doğru sonuç verdiği inandığı bir yöntemi de kullanabilecektir. İşleyiş sistemi mükellefler tarafından belirlenecek bu yöntemin de emsallere uygunluk ilkesine göre tespit edilmesi zorunludur.

Örnek: İtalya'da bulunan (A) şirketi, Türkiye'deki ilişkili şirketi (B)'ye otomobil satmakta olup, işleme ilişkin açıklamalar aşağıda verilmiştir:

- (B) şirketi, (A) şirketinin Türkiye'deki tek dağıtıcısı konumundadır.
- Söz konusu otomobillerin Türkiye'deki satış fiyatı 50 bin Türk Lirası'dır.
- Türkiye'de benzer nitelikteki otomobilleri ithal eden dağıtım şirketlerinin ortalama kâr marjı satış fiyatı üzerinden yüzde 10'dur. Bu kâr marjına dağıtıcı tarafından üstlenilen reklam ve garanti hizmeti maliyetleri dahil değildir.
- Türkiye'deki dağıtıcı (B)'nin reklam ve garanti hizmetleri karşılığında üstlenilen maliyetin 2 bin Türk Lirası olduğu belirlenmiştir.

(A) şirketinin (B) şirketine uygulayacağı transfer fiyatı, (B) şirketinin yeniden satış fiyatından kâr marjı ile reklam ve garanti hizmetlerine ilişkin maliyetlerinin düşülmesi sonucu şu şekilde hesaplanacaktır: $[50.000/(1+0.10)] - 2.000 = 43.455$ Türk Lirası

Kurumların ilişkili şirketten aldığı mallara ilave bir değer katmadan ilişkisiz kişilere sattığı durumlarda, ilişkili şirketler arasındaki transfer

fiyatı, ilişkisiz kişilere uygulanan satış fiyatından uygun bir kâr marjı ve gerekli ayarlamalar düşüldükten sonra tespit edilecektir.

İşleme dayalı kâr yöntemleri; Kâr Bölüşüm Yöntemi ve İşleme Dayalı Net Kâr Marjı Yönteminden oluşur. Kâr Bölüşüm Yöntemi, ilişkili kişilerin bir veya daha fazla sayıda ve kontrol altındaki işlemlere ilişkin toplam faaliyet kârı ya da zararının, üstlendikleri işlemler ve yükledikleri riskler nispetinde ilişkili kişiler arasında emsallere uygun olarak bölüş-türülmesini esas alan transfer fiyatlandırması yöntemi olup özellikle işlemlerin birbirleriyle iç içe geçtiği ve bağlantılı olduğu veya her bir işlemin ayrı ayrı ele alınmasının zor olduğu durumlarda kullanılabilir. İşleme Dayalı Net Kâr Marjı Yöntemi, mükellefin kontrol altındaki bir işlemde; maliyetler, satışlar veya varlıklar gibi ilgili ve uygun bir temele dayanarak tespit ettiği net kâr marjının incelenmesi esasına dayanan bir yöntemdir. Yöntemin uygulanmasında ilişkili kurumların işlev analizinin yapılması gereklidir. Aralarında ilişki bulunmayan işletmelerin net faaliyet kâr marjlarının kullanılacağı durumlarda, güvenilir sonuçların elde edilebilmesi için işlemlerin karşılaştırılabilir olup olmadığı ve ne kadar düzeltme yapılması gerektiği belirlenmelidir. Bu yöntem kullanılarak yapılan analizlerde, ilişkili kurumun tek bir kontrol altındaki işlemine ait kâr dikkate alınmalıdır. Transfer fiyatlandırması hususunda uygulanacak yöntem ile alakalı olarak Peşin Fiyatlandırma Anlaşması konusuna da değinmek gerekir.

Peşin fiyatlandırma anlaşması; ilişkili kişilerle yapılan işlemlere ilişkin transfer fiyatlandırmasının tespit edilmesinde belli bir süre için uygulanacak yöntemin mükellef ile İdare (Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı) tarafından anlaşarak belirlenmesini ifade etmektedir. Bu anlaşmaların temel amacı, mükelleflerin ilişkili kişilerle yapacakları mal veya hizmet alım ya da satımında uygulayacakları transfer fiyatlandırmasına ilişkin olarak karşılaşılabilecek olası vergi ihtilaflarının önüne geçmektir. Transfer fiyatlandırmasında üzerinde durulması gereken bir diğer konu belgelendirme. Belgelendirme ile amaçlanan, transfer fiyatlandırmasına ilişkin sürecin anlaşılması ve hesaplamaların ayrıntılarının gösterilmesidir. Bu nedenle, mükellefler tarafından, emsallere uygunluk ilkesi doğrultusunda işlem yapıldığını gösteren bilgi ve belgelerin hazırlanması ya da temin edilmesi, ayrıca belgelendirmeye ilişkin bu bilgi ve belgelerin istenmesi durumunda idareye veya

İlişkili kişilerle yapılan mal veya hizmet alım ya da satım işlemlerinde uygulayacağı yöntem konusunda tereddüdü bulunan mükellef, gerekli bilgi ve belgelerle birlikte idareye başvurarak belli bir dönem için yöntem tespiti talebinde bulunabilecektir.

vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlara ibraz edilmek üzere hazır tutulması zorunludur. Transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımının tespit edilmesi durumunda, örtülü kazanç dağıtan gelir ya da kurumlar vergisi mükellefi adına Vergi Usul Kanunu'nun ilgili hükümleri gereğince cezalı tarhiyat yapılacaktır. Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 13'üncü maddesinin yedinci fıkrasında, tam mükellef kurumlar ile yabancı kurumların Türkiye'deki iş yeri veya daimi temsilcilerinin aralarında ilişkili kişi kapsamında gerçekleştirdikleri yurt içindeki işlemler nedeniyle kazancın örtülü olarak dağıtıldığının kabulü hazine zararının doğması şartına bağlanmaktadır. Hazine zarar; emsallere uygunluk ilkesine aykırı olarak tespit edilen fiyat ve bedeller nedeniyle kurum ve ilişkili kişiler adına tahakkuk ettirilmesi gereken her türlü vergi toplamının eksik veya geç tahakkuk ettirilmesini ifade etmektedir. Dolayısıyla 01.01.2008 tarihinden itibaren gerçekleştirilen yurtiçi işlemlerde, hazine zararının oluşup oluşmadığı hususu göz önünde bulundurulacaktır. Buna göre;

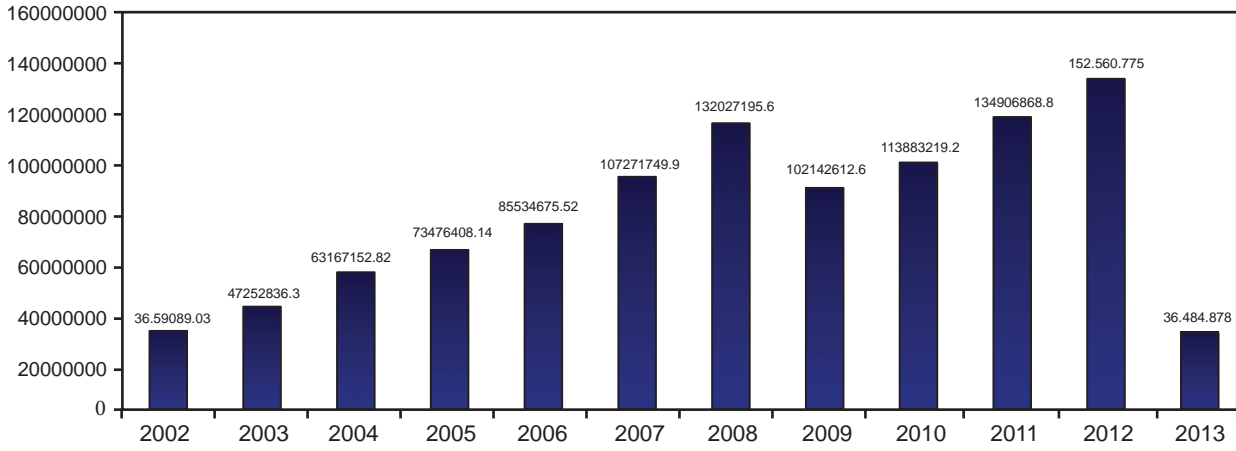
- İki tam mükellef kurum arasında,
- Bir yabancı kurumun Türkiye'deki işyeri veya daimi temsilcisinin bir diğer yabancı kurumun Türkiye'de işyeri veya daimi temsilcisi arasında
- Tam mükellef kurum ile yabancı kurumların Türkiye'de işyeri veya daimi temsilcileri arasında ilişkili kişi kapsamında yurt içinde gerçekleştirilen işlemlerde hazine zararının bulunmaması durumunda, transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımı söz konusu olmayacaktır.

Tamamen veya kısmen transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü olarak dağıtılan kazanç, Gelir ve Kurumlar Vergisi Kanunları'nın uygulamasında, 13'üncü maddede belirtilen şartların gerçekleştiği hesap döneminin son günü itibarıyla dağıtılmış kâr payı veya dar mükellefler için ana merkeze aktarılan tutar sayılacaktır. Daha önce yapılan vergilendirme işlemleri, taraf olan mükellefler nezdinde buna göre düzeltilecektir. Bu düzeltmenin yapılabilmesi için örtülü kazanç dağıtan kurum adına tarh edilen vergilerin kesinleşmiş ve ödenmiş olması gerekmektedir.

MART 2013 AYI İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	MART				SON 12 AY			
	2012	2013	Değişim (%)	Pay (%)	2011-2012	2012-2013	Değişim (%)	Pay (%)
I. TARIM	1.656.416	1.731.572	4,5	13,8	18.351.216	19.520.052	6,37	14,05
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.179.260	1.221.912	3,6	9,7	13.330.270	13.830.716	3,75	9,96
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	525.592	536.481	2,1	4,3	5.741.309	5.908.077	2,90	4,25
Yaş Meyve ve Sebze	193.156	172.986	-10,4	1,4	2.201.188	2.199.001	-0,10	1,58
Meyve Sebze Mamulleri	102.385	95.988	-6,2	0,8	1.226.072	1.261.982	2,93	0,91
Kuru Meyve ve Mamulleri	106.466	114.719	7,8	0,9	1.365.944	1.390.510	1,80	1,00
Fındık ve Mamulleri	135.676	136.213	0,4	1,1	1.778.821	1.856.548	4,37	1,34
Zeytin ve Zeytinyağı	19.214	62.528	225,4	0,5	184.356	311.963	69,22	0,22
Tütün	86.359	93.740	8,5	0,7	758.803	827.873	9,10	0,60
Kesme Çiçek	10.413	9.257	-11,1	0,1	73.777	74.762	1,34	0,05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	146.893	146.496	-0,3	1,2	1.518.701	1.726.896	13,71	1,24
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	146.893	146.496	-0,3	1,2	1.518.701	1.726.896	13,71	1,24
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	330.263	363.165	10,0	2,9	3.502.245	3.962.440	13,14	2,85
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	330.263	363.165	10,0	2,9	3.502.245	3.962.440	13,14	2,85
II. SANAYİ	10.555.959	10.448.337	-1,0	83,2	113.599.703	114.880.466	1,13	82,70
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.038.946	1.063.068	2,3	8,5	11.188.384	11.707.487	4,64	8,43
Tekstil ve Hammaddeleri	722.337	737.151	2,1	5,9	7.920.026	7.980.865	0,77	5,75
Deri ve Deri Mamulleri	150.167	154.617	3,0	1,2	1.519.668	1.662.402	9,39	1,20
Halı	166.442	171.300	2,9	1,4	1.748.690	2.064.220	18,04	1,49
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.641.918	1.463.449	-10,9	11,7	16.475.938	17.436.631	5,83	12,55
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.641.918	1.463.449	-10,9	11,7	16.475.938	17.436.631	5,83	12,55
C. SANAYİ MAMULLERİ	7.875.096	7.921.820	0,6	63,1	85.935.381	85.736.348	-0,23	61,72
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1.476.597	1.523.551	3,2	12,1	16.157.081	16.411.854	1,58	11,81
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	1.906.491	1.869.681	-1,9	14,9	20.236.293	19.083.851	-5,69	13,74
Gemi ve Yat	97.181	92.536	-4,8	0,7	1.253.463	872.448	-30,40	0,63
Elektrik - Elektronik	1.131.084	914.443	-19,2	7,3	11.660.707	11.502.554	-1,36	8,28
Makine ve Aksamları	464.797	515.164	10,8	4,1	5.069.203	5.446.407	7,44	3,92
Demir ve Demir Dışı Metaller	576.685	587.145	1,8	4,7	6.346.252	6.448.268	1,61	4,64
Demir Çelik Ürünleri	1.328.317	1.466.146	10,4	11,7	15.568.060	15.521.902	-0,30	11,17
Çimento ve Toprak Ürünleri	279.937	290.147	3,6	2,3	3.160.097	3.139.117	-0,66	2,26
Değerli Maden ve Mücevherat	135.700	192.082	41,5	1,5	1.650.623	2.094.378	26,88	1,51
Savunma Sanayii	120.375	108.122	-10,2	0,9	961.259	1.290.406	34,24	0,93
İklimlendirme Sanayii	349.936	350.624	0,2	2,8	3.799.893	3.833.546	0,89	2,76
Diğer Sanayi Ürünleri	7.996	12.179	52,3	0,1	72.450	91.617	26,46	0,07
III. MADENCİLİK	305.976	371.080	21,3	3,0	3.876.474	4.517.155	16,53	3,25
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					2.965.550	14.796.488	398,95	9,63
TOPLAM	12.518.351	12.550.989	0,3	100,0	138.792.943	153.714.161	10,75	100

YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE İHRACATI 2002-2013 (1000\$)



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

	MART				SON BİR YIL			
	2012	2013	Değişim (%)	Pay (%)	2011-2012	2012-2013	Değişim (%)	Pay (%)
AİB	107.626	126.174	17,2	1,0	1.091.585	1.318.731	20,8	0,9
AKİB	1.279.908	1.077.959	-15,8	8,6	12.921.819	12.856.997	-0,5	9,3
DAİB	266.200	259.779	-2,4	2,1	3.323.801	3.150.687	-5,2	2,3
DENİB	157.699	169.381	7,4	1,3	1.709.265	1.922.342	12,5	1,4
DKİB	109.893	118.338	7,7	0,9	1.099.296	1.173.505	6,8	0,8
EİB	1.068.965	1.033.797	-3,3	8,2	11.465.562	11.455.982	-0,1	8,2
GAİB	677.906	769.027	13,4	6,1	7.310.512	8.535.260	16,8	6,1
İİB	509.015	513.494	0,9	4,1	5.828.296	6.001.782	3,0	4,3
İMMİB	3.547.308	3.601.190	1,5	28,7	39.171.924	40.519.472	3,4	29,2
İTKİB	1.714.192	1.747.925	2,0	13,9	18.589.733	19.039.484	2,4	13,7
KİB	112.084	110.744	-1,2	0,9	1.477.698	1.463.281	-1,0	1,1
OAİB	937.342	970.939	3,6	7,7	10.328.383	10.916.380	5,7	7,9
UİB	2.031.805	2.052.243	1,0	16,4	21.509.696	20.563.771	-4,4	14,8
TOPLAM	12.518.351	12.550.989	0,26	100	135.827.393	138.917.673	2,28	100

İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	MART	2013 TOPLAM
ALMANYA	1.131.013,34	1.131.013,34
IRAK	931.729,07	931.729,07
İNGİLTERE	647.034,20	647.034,20
RUSYA	585.036,86	585.036,86
İTALYA	580.264,13	580.264,13
FRANSA	555.678,68	555.678,68
ABD	545.550,08	545.550,08
İSPANYA	380.633,97	380.633,97
MISIR	319.160,82	319.160,82
HOLLANDA	312.701,62	312.701,62
SUUDİ ARABİSTAN	302.962,72	302.962,72
LIBYA	282.847,83	282.847,83
ÇİN	256.145,20	256.145,20
BELÇİKA	246.925,56	246.925,56
BAE	245.483,69	245.483,69
İSRAİL	228.499,63	228.499,63
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	227.149,09	227.149,09
ROMANYA	221.420,60	221.420,60
BULGARİSTAN	193.707,69	193.707,69
POLONYA	190.930,37	190.930,37
İlk 20 Ülke Toplam	8.384.875	35.239.230

MART AYINDA TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İLK 20 ÜLKE ARASINDA AVRUPA BİRLİĞİ ÜYESİ ÜLKELER, ÇOĞUNLUKTAKİ YERLERİNİ KORUDU

AKİB-MART AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (\$)

SEKTÖRLER	MART 2012	MART 2013	DEĞ %
I. TARIM	277.128.580	270.030.434	4
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	212.351.974	195.272.972	0
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	87.697.336	79.637.365	-4
Yaş Meyve ve Sebze	96.418.507	87.375.504	2
Meyve Sebze Mamulleri	10.361.845	9.125.506	-21
Kuru Meyve ve Mamulleri	7.555.824	8.730.029	18
Fındık ve Mamulleri	6.362.963	3.606.015	-15
Zeytin ve Zeytinyağı	1.430.967	5.494.850	174
Tütün	2.378.715	1.144.240	-46
Süs Bitkileri ve Mam.	145.817	159.462	119
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	21.261.764	25.759.132	32
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	21.261.764	25.759.132	32
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	43.514.842	48.998.330	15
Ağaç Mamülleri ve Orman Ürünleri	43.514.842	48.998.330	15
II. SANAYİ	993.730.357	791.836.627	-11
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	91.708.270	76.791.914	-5
Tekstil ve Hammaddeleri	87.090.993	73.420.294	-4
Deri ve Deri Mamulleri	948.506	806.430	-3
Halı	3.668.771	2.565.190	-32
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	621.859.011	431.994.664	-17
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	621.859.011	431.994.664	-17
C. SANAYİ MAMULLERİ	280.163.076	283.050.049	2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	17.582.628	25.095.048	38
Otomotiv Endüstrisi	48.519.595	37.910.963	-5
Gemi ve Yat	26.472	16.063	-87
Elektrik-Elektronik, Mak.ve Bilişim	22.603.737	28.612.064	14
Makine ve Aksamları	17.547.762	24.276.512	37
Demir ve Demir Dışı Metaller	35.893.798	32.913.671	-4
Çelik	121.035.255	111.802.779	-10
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	6.804.039	8.073.893	24
Mücevher	1.157	545	-4
Savunma Sanayii	1.251.962	1.095.725	36
İklimlendirme Sanayii	8.760.797	12.811.781	34
Diğer Sanayi Ürünleri	135.873	441.006	426
III. MADENCİLİK	8.909.713	16.091.537	66
A. MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	8.909.713	16.091.537	66
Madencilik Ürünleri	8.909.713	16.091.537	66
TOPLAM	1.279.768.650	1.077.958.598	-7

AKİB MART AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (\$)

HAZIR GIYİM	
İSPANYA	5.237.066
ALMANYA	3.203.316
BİRLEŞİK KRALLIK	2.285.874
AHL SERBEST BÖLGE	1.563.896
FRANSA	1.340.799
BİRLEŞİK DEVLETLER	851.933
SUUDİ ARABİSTAN	784.378
LÜBNAN	501.556
LİBYA	439.206
HOLLANDA	432.282

TEKSTİL	
İTALYA	16.688.728
İSPANYA	5.245.453
RUSYA FEDERASYONU	4.448.718
PORTEKİZ	4.362.633
ALMANYA	3.701.743
POLONYA	3.673.996
BREZİLYA	3.371.634
BİRLEŞİK DEVLETLER	2.984.656
YUNANİSTAN	2.866.877
FRANSA	2.722.911

YAŞ MEYVE SEBZE	
IRAK	19.362.512
RUSYA	19.233.892
UKRAYNA	8.697.982
SUUDİ ARABİSTAN	7.801.848
SURİYE	5.587.074
ALMANYA	4.262.612
ROMANYA	3.878.969
POLONYA	3.847.335
BULGARİSTAN	3.806.045
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	2.489.472

HUBUBAT-BAKLIYAT	
IRAK	10.670.776
SURİYE	9.109.112
LİBYA	4.656.879
SUUDİ ARABİSTAN	4.327.295
YEMEN	3.249.740
BAE	3.242.815
HOLLANDA	3.214.717
ALMANYA	2.747.819
SUDAN	2.712.609
LÜBNAN	2.258.325

SU ÜR. HAYVANCILIK MAM.	
IRAK	15.162.383
ALMANYA	2.414.253
SURİYE	2.242.158
LÜBNAN	2.083.005
BİRLEŞİK DEVLETLER	682.977
POLONYA	671.276
KKTC	317.063
BELÇİKA	245.311
İSPANYA	220.657
ÜRDÜN	184.761

AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	
IRAK	12.982.025
ALMANYA	3.967.843
LİBYA	3.862.379
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	3.323.056
SURİYE	2.558.683
TÜRKMENİSTAN	2.142.688
FRANSA	2.039.285
SUUDİ ARABİSTAN	1.812.966
KKTC	1.697.586
İTALYA	1.529.385

DEMİR VE DEMİR DİŞİ METALLER	
IRAK	37.254.773
MISIR	25.680.864
BİRLEŞİK DEVLETLER	17.079.687
İSRAİL	12.789.345
RUSYA FEDERASYONU	10.636.828
LİBYA	6.972.001
KAYSERİ SERBEST BLG.	6.744.879
LÜBNAN	5.997.740
FRANSA	5.849.983
ALMANYA	5.421.732

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	111.416.633
İSPANYA	42.932.888
MALTA	38.374.752
BREZİLYA	37.510.226
HOLLANDA	37.066.347
ÜRDÜN	36.590.833
KKTC	29.180.220
TOGO	19.571.640
CEBELİ TARİK	16.632.825
IRAK	9.635.906

akib aktüel

Türkiye'nin en büyük dijital
dergi platformu
dMags'ta!



www.okib.org.tr



Yeni Rotamız
36°35'40"N
36°11'23"E



maerskline.com.tr

**UFUKTAKİ FIRSATLARI
BERABER YAKALAYALIM**

Global Ticarete Güvenilir İş Ortağınız
Şimdi İSKENDERUN'da hizmetinizde



Maersk Denizcilik A.Ş.
Mersin T : +90 324 241 3100 • F : +90 324 232 1569 • E : iskenderun@maersk.com

 **MAERSK
LINE**