

• **Turkishtime**

IHRACAT

STRATEJİLERİ

**DÜNYANIN YEDİNCİ BÜYÜK TARIMSAL
GÜCÜ TÜRKİYE, GÖZÜNÜ İLK ÜÇE DİKTİ**

Tarım ve gıda sektörü, yüzyılın en stratejik sektörlerinden biri olarak giderek önem kazanıyor. 190 ülke arasında tarımsal gücü bakımından yedinci sırada yer alan Türkiye, 2023 yılına kadar dünyada ilk üçe girmeyi hedefliyor.

Türk tarımı kazandı dünya ödüllendirdi

Sürdürülebilir tarım için Vodafone-Lipton işbirliğiyle geliştirilen tablet uygulaması verimliliği artırmakla kalmadı, Ethical Corporation Awards'da "En İyi B2B İşbirliği" ödülünü aldı.

İş Ortağım

Vodafone





M. MEHDI EKER

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanı

İHRACAT PAYLARI ARTIRILARAK 2023 HEDEFİNE İLERLİYORUZ

Ülkemizde tarım sektörü 2012 yılında yüzde 3,1'lik büyüme ile yüzde 2,2'lik Türkiye ortalamasının üzerinde bir büyüme gerçekleştirdi. Son 10 yılda sektörün ülke ekonomisine katkısı 36 milyar liradan 112,6 milyar liraya ulaştı.

Tarım sektörü, 1960 yılından bugüne kadar ilk defa altı yıl sürekli büyüme ile son 53 yılın en istikrarlı dönemini yaşıyor. Tarım sektöründe şiddetli kuraklığın görüldüğü 2007 yılı hariç 2004-2012 yılları arasındaki son dokuz yılın sekizinde büyüdü. 2013 yılında ise açıklanan ilk altı aylık değerlere göre tarım sektörü ortalama yüzde 5,1 büyüme gerçekleştirdi.

Son 10 yılda tarımsal GSYH, sabit fiyatlarla ve dolar olarak da önemli artışlar göstermiş olup aynı dönemde tarımda kişi başına gelirde yüzde 236 artış gerçekleşti. Türkiye, 75 milyon insanımızın ve 32 milyon turistin gıda ihtiyacını karşılayıp üstüne de 188 ülkeye 1663 çeşit tarımsal ürün ihraç eden bir ülke konumuna yükseldi.

Uyguladığımız politikalar ve verdiğimiz desteklerle Türkiye tarımı, dünyada önemli bir konuma geldi. Türkiye, tarımsal ekonomik büyüklükte 2002 yılında dünyada 11'inci, Avrupa'da dördüncü sırada iken, dünyada yedinci, Avrupa'da ise birinci sıraya yükseldi. Ülkemiz dünyada tarımsal üretimde yedi üründe lider, 31 üründe ilk beşte yer alıyor.

Tarım sektörünün geliştirilmesi amacıyla sektöre sağlanan destek miktarını önemli oranda artırdık ve desteklerin belirlenmesinde kalite, sağlık, verimlilik ve kırsal kalkınmayı esas aldık. 2002 yılında tarıma verilen destek miktarı, 1 milyar 868 milyon lira iken bunu 2012 yılında 7 milyar 600 milyon liraya çıkardık. 2013 yılı Ekim ayı sonu itibariyle ise toplam 7,4 milyar TL destek ödemesi yaptık, yıl sonunda bu miktarın 9 milyar TL'ye ulaşmasını planlıyoruz. 2003-2013 döneminde çiftçilere toplam 60 milyar lira nakit destek ödemesi gerçekleştirdik. 2014 yılında ise 9 milyar 670 milyon TL tarımsal destekleme ödemesi yapılması planlanıyor.

Ülkemizde arz açığı bulunan ve stratejik açıdan önemli ürünlere prim desteği veriyoruz. 2013 yılı Ekim ayı sonu itibariyle 2 milyar 364 milyon TL prim desteği verilmiş olup yıl sonu itibariyle bu rakamın 2,8 milyar liraya ulaşması planlanıyor. 2013 yıl sonu dikkate alındığında 2003-2013 döneminde toplam 18 milyar TL prim desteği ödemiş olacağız.

Pazar payımızın olmadığı ürünlerde ihracat imkanı yaratmalıyız

"İhracatta ön sıralarda yer aldığımız ürünlerde mevcut ihracat payı arttırılarak; üretimde ön sıralarda yer almamıza rağmen ihracatta pazar payına sahip olmadığımız ürünlerde ise ihracat imkânı yaratılarak 2023 ihracat hedefine ulaşılması mümkün kılınacak."

Diğer önemli bir destek kalemini de hayvancılık oluşturuyor. Hayvancılık sektörüne sağlanan desteklerin miktar ve etkinliğini önemli oranda artırdık. Geçen yıl hayvancılığa 2,2 milyar lira destek ödemesi yaptık. Bu yıl ise Ekim ayı sonu itibariyle hayvancılığa 2,3 milyar lira ödedik, yıl sonunda bu miktarın 2,5 milyar liraya ulaşması hesaplanıyor. Son 10 yılda hayvancılığın toplam destekler içindeki payını yüzde 4,4'ten yüzde 28'e yükselttik. 2013 yıl sonu dikkate alındığında 2003-2013 döneminde hayvancılığa toplam 12 milyar lira destek sağlanmış olacak.

50 kalemin üzerinde destek veriyoruz

Tarım sektörüne mazot, gübre, toprak analizi, organik ve iyi tarım, fındık, prim destekleri, hayvancılık, kırsal kalkınma, tarım sigortası, sertifikalı tohum, fidan başta olmak üzere 50 kalemin üzerinde destekleme ödemesi veriyoruz.

Tarımsal destek ödemelerinin yanında sektörün finansman ihtiyacı için sübvansiyonlu tarımsal kredi kullanımı da hayata geçirildi. Tarımsal kredilerde faaliyete göre değişmekle birlikte yüzde 25 ilâ yüzde 100 arasında faiz indirimi uygulanıyor. Bu indirim ile sübvansiyonlu tarımsal kredilerde cari faiz oranı yüzde sıfır ile yüzde 7,5 aralığına düşmüştür. Üreticilerimizin uygun koşullarda kredi alma imkanına sahip olması ile birlikte, tarımsal kredi kullanımı miktarı da son 10 yılda önemli oranda artış göstermiştir.

2023 yılının Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılı olması sebebiyle, ülkemizin siyasal ve ekonomik olarak dünyanın ge-

lişmiş devletlerinin düzeyine erişmesine katkıda bulunacak ve ülkemizin gelişmesine yol gösterecek farklı alanlarda çeşitli hedefler belirlenmiştir. Tarım sektörümüz için de 2023 İhracat Stratejisi kapsamında, 2023 yılı için 40 milyar dolar ihracat hedefi belirledik. Bu hedefe ulaşılması için Bakanlığımız tarafından sektörel üretim miktarı, verimlilik ve kaliteyi arttırmaya yönelik destekleme politikaları izleniyor. Ülkemizin tarımsal ihracatı 2002 yılında 4 milyar dolar iken, 2012 yılında 16 milyar dolara ulaştı. Son 10 yılda tarımsal ihracat dört kat artış gösterdi. Son 10 yılda gerçekleştirilen ihracat artışı da göz önünde bulundurulduğunda, 2023 yılı için ortaya konulan 40 milyar dolarlık tarımsal ürün ihracatı hedefine kolaylıkla ulaşabilir.

Üretim için uygun ekolojik koşullar ve iklim, yatırımlar ve üretim için sağlanan devlet destekleri, ülkemizin bölgede artan önemi ve üretimde komşularına nazaran üstünlüğü, Ortadoğulu ve diğer yatırımcılar tarafından Türk tarımına son zamanlarda artan ilgi, ilerleyen otomasyon neticesinde verimlilik artışları Türkiye'nin ihracat potansiyelini artıran güçlü yönleridir.

Dünya lideri olduğumuz ürünler önemli rol oynayacak

Ülkemizin 2023 hedeflerine ulaşmasında üretim ve ihracatta dünyada üst sıralarda yer aldığımız ürünler önemli rol oynayacaktır. Dünyada kiraz, vişne, ayva, şeftali, incir ve fındık gibi ürünlerin üretiminde birinci sıradayız. 20'ye yakın üründe ilk üçte yer alıyoruz. Türkiye fındık, buğday unu, kestane, bakla, baharatlar, antepfıstığı, kavun, karpuz, koyun sütü, biber, nohut, elma ve salatalık gibi ürünlerin ihracatında ise ilk sırada yer alıyor.

Diğer taraftan, ülkemizde tarımsal üretim, tüketim, ithalat, ihracat, stoklar ve fiyatlarla ilgili güncel verilerin bulunacağı Tarımsal Pazarlama Bilgi Sistemiyle tarım sektörüne yönelik analiz, tahmin ve geleceğe yönelik projeksiyonlar yapılması planlanıyor.

Bu sistem ile başta pazar ve pazarlama olmak üzere sektördeki sorunların tespit edilmesi, üretim ve tüketim kararlarının oluşmasına katkı sağlanması ve tarım politikalarının belirlenmesinde karar vericilere hızlı ve güvenilir bilgi desteğinin verilmesi amaçlanıyor.

2023 HEDEFLERİNDE GÜÇLÜ YANIMIZ TARIM SEKTÖRÜNDEKİ EKOLOJİK ZENGİNLİĞİMİZ



MEHMET BÜYÜKEKŞİ
TİM Başkanı

“2023 Türkiye İhracat Stratejisi” ile tarım sektörlerimizin faaliyetlerini desteklemeye devam ediyor ve bu yönde ihracatta geline başarının devasa potansiyelin daha etkin, verimli ve sürekli değerlendirilmesi ile artarak devam edeceğine yürekten inanıyoruz”

Bu perspektifte Türkiye mevcut potansiyelini daha iyi değerlendirilerek 2023 yılı ihracat hedeflerine ulaşılabilmesi için 2009 yılında başlatılan “2023 Türkiye İhracat Stratejisi” tarım sektörüne öncülük ediyor.

2013 yılı Ocak - Kasım döneminde tarım sektörü ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 10 oranında artış göstererek 15 milyar doları aştı. Bu dönemde sektör ihracatının toplam ihracat içindeki payı ise yüzde 11 olarak gerçekleşti.

Üretim artışının yanında tarım ürünlerinin iyi uygulanmış bir stratejiyle iç ve dış pazarlarda etkin bir şekilde pazarlanması oldukça önemli. Dış pazarlarda daha rekabetçi konumda yer alarak hedef ülkelerde önemli bir pazar haline gelmesi ve Türk ürünlerinin uzak coğrafyalarda bilinirliğinin artırılması için çalışmalar yapıyoruz. Bu doğrultuda, tarım ürünlerinde ürün ve miktar çeşitliliği açısından zengin olan ülkemizin ürettiği ürünleri kendi markası ile satması ve dünya markası yaratma yoluna gidebilmesi adına çeşitli fuarlara katılıyor ve ticaret heyetleri düzenliyoruz. Tüm bunlara paralel olarak, Meclisimizin desteği ile İhracatçı Birliklerimiz tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen Uluslararası Gıda Ar-Ge Proje Pazarı ile ihracatın sürdürülebilir

kılınması ve ürünlerimizin uluslararası pazarlarda daha yakından tanıtımını amaçlıyoruz.

Ayrıca, tarımsal ürünlerimizin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılması amacıyla hazırlanan “Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları” ile ihracatın artırılmasını teşvik eden diğer devlet yardımlarının katkıları da oldukça büyük. Tüm bu gelişmeler sayesinde son 10 yıllık ihracat gelişimine baktığımızda, 2002’de 4 milyar dolar olan tarımsal ihracatın on yıl içerisinde 4 kat artarak 2012’de 16 milyar dolara ulaştığını görüyoruz. Türkiye ayrıca tarıma yaptığı makine ve istihdam yatırımıyla dünyanın önde gelen ülkelerinden biri konumundadır. Türkiye 2013 itibarıyla 33,2 milyar dolarlık makine -ekipman stoğu ile dünyada 10. sırada yer almaktadır.

57 bin ihracatçı firmamızdan aldığımız güç ile Türkiye’nin 2023 yılında dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasına girmesi, 2 trilyon dolar milli gelir ve 500 milyar dolar ihracata ulaşabilmesi amacıyla, 2009 yılında çalışmalarına başlanan “2023 Türkiye İhracat Stratejisi” ile tarım sektörlerimizin faaliyetlerini desteklemeye devam ediyor ve bu yönde ihracatta geline başarının devasa potansiyelin daha etkin, verimli ve sürekli değerlendirilmesi ile artarak devam edeceğine yürekten inanıyoruz.

2023'E DOĞRU TÜRKİYE TARIMI DÜNYA DEVLERİYLE KAPIŞACAK

Avrupa’nın en büyük tarım üreticisi Türkiye, önümüzdeki 10 yılda tarımın devleri Çin, ABD, Hindistan ve Brezilya ile rekabete girerek 150 milyar dolarlık hasıla ile zirveyi yakalama hedefinde.

2023'TE 150 MİLYAR DOLARLIK TARIM ÜRETİMİ

Dünyanın yedinci büyük tarımsal gücü Türkiye 62.5 milyar dolarlık tarımsal hasılasını 2023'te 150 milyar dolara çıkararak dünyanın ilk üç tarımsal gücünden biri olmaya hazırlanıyor. 20 milyar dolarlık tarımsal ihracatın ise 2023'te 40 milyar dolara çıkarılması planlanıyor.

Editör: Ali Afatoğlu
aliafatoglu@turkishtimedergi.com

Tarım ve gıda sektörü, Türkiye ekonomisi içerisinde önemli bir yere sahip. Bu yüzden lokomotif sektörlerin başında geliyor. Dünyada yüzlerce milyon kişi gıda sıkıntısı çekiyor. Birçok açıdan olduğu gibi tarım alanında da dünyanın en zengin ülkeleri arasında yer alan Türkiye'nin göller hariç 770 bin kilometrekare olan toplam yüzölçümünün yüzde 31,4'ü, tarım alanlarından (241,8 bin kilometrekare) oluşuyor. Türkiye'de 24 milyon hektar arazide tarım yapılıyor. Yaklaşık 7 milyon kişi bu toprakları işliyor. Sektör, ülkedeki toplam işgücünün yüzde 25'ine istihdam sağlıyor.

Verilere göre Türkiye'nin tarımsal nüfusu 2002'de 23.7 milyon iken, geçen yıl 17.2 milyona geriledi. Buna karşın, kişi başına

elde edilen tarımsal gelir artış gösterdi. 2002 yılında 1064 dolar olan kişi başına gelir, geçen yıl 3 bin 622 dolara çıktı. Tarımsal büyüme oranı ise 2012'de yüzde 3.5 olarak gerçekleşti. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) 190 ülke için hazırladığı raporda, Türkiye'yi dünyanın yedinci tarımsal gücü olarak belirledi. Türkiye'nin hedefi ise tarımsal hasılasını artırarak dünyanın ilk üçünde yer almak.

Üretimde Avrupa'nın lideri

Avrupa'nın ise en çok tarım ürünleri hasılasına sahip ülkesi olan Türkiye, 62.5 milyar dolar değerinde tarımsal güce sahip. 2002 yılında 23.7 milyar dolar seviyesinde olan Tarımsal GSYİH, 2012 yılına gelindiğinde yüzde 164'lük artışla 62.5 milyar dolara ulaştı.



TÜİK verilerine göre, tarım sektörü son 10 yılda yıllık ortalama yüzde 2,71 büyüme kaydetti.

Fransa, İtalya, İspanya ve Rusya gibi tarımsal ihracatta önemli noktalarda olan ülkeleri üretim bakımından geride bırakan Türkiye'nin önünde Çin, Hindistan, Brezilya, ABD ve Endonezya gibi büyük kıta ülkeleri kaldı. Türkiye daha verimli üretim yapabilecek noktaya ulaşırsa bu ülkeleri de geride bırakabilecek güce sahip.

sinin güçlendirilmesine doğru önemli bir ilerleme sağlanmasıyla birlikte emtia tabanlı destek sektörün, potansiyelini tam olarak gerçekleştirebilmesini aksatabilir" değerlendirmesi de yapılıyor.

Tarımsal desteklerde artış

OECD'nin "Tarım Politikası İzleme ve Değerlendirme 2013" raporunda Türkiye'nin tarım üreticisine verdiği destek 1986-88'de yüzde 20 iken, 2010-12'de bu oranın yüzde 24'e çıktığı belirtiliyor. Türkiye'de son 10 yılda çiftçilere verilen nakit destek miktarı üç kat arttı. Tarıma verilen destek 2002 yılında 1 milyar 868 milyon TL iken 2012 yılında 7.6 milyar TL'ye çıktı. Bu desteğin 2013 yılında ise 9.1 milyar TL olduğu ifade ediliyor. 2003-2012 döneminde çiftçilere verilen toplam desteğin miktarı da 50.6 milyar lira oldu.

2013'te 20 milyar dolar ihracat

Önümüzdeki 10 yılda birçok sektör için hedefler belirleyen Türkiye, tarımsal hasılasını 150 milyar dolara çıkararak tarımsal üretim gücü bakımından dünyanın ilk üç ülkesinden biri olmayı hedefliyor. Tarımsal ihracatını da yukarılara taşımak istiyor.

Türkiye, 2012 yılında tarım ürünleri ihracatında TİM verilerine göre; bitkisel ürünler, hayvansal ürünler ile ağaç ve mamulleri ürünleri de dahil edildiğinde 19,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sadece tarımsal bitkisel ürünler ele alındığında tarım sektörünün 13,6 milyar dolar ihracatı söz konusu. 2013 yılının ilk 11 ayında ise tarım ürünleri ihracatı, 2012'yi geride bırakarak 20 milyar dolara aştı.

İlk üç için potansiyel var

Ayrıca tarıma dayalı işlenmiş ürünler de ihraç ediliyor. Tarım ihracatı içerisinde yer almayan bu ürünlerin tekstil, deri ve halı gibi kalemlerinin toplam ihracatı da

12 milyar dolara aşıyor.

Türkiye'nin direkt tarımsal ihracatı ele alınırsa 16 milyar dolar civarında ihraç kapasitesine sahip. Bu rakamın ise 2023 yılına gelindiğinde 40 milyar dolara yükseltilmesi amaçlanıyor.

Sektör, 2023 yılında nüfusunu yeterli, kaliteli ve güvenilir gıdalla besleyen, tarım ürünlerinde net ihracatçı konumunu daha da geliştiren, rekabet gücünü artırmış, dünyada ve bölgesinde tarım alanında söz sahibi bir Türkiye yaratmayı amaçlıyor.

Türkiye, hedeflerine ulaşabilirse, tarımsal ekonomik büyüklükte ilk beş ülke arasında yer almış ve ilk üçe girebilecek performansı sergilemiş olacak. Tarımsal gayrisafi milli hasılasını 150 milyar dolara ulaştırmış tarımsal ihracatı da 40 milyar dolara aşmış bir ülke olacak.

Tarımsal ürün zenginliği

Türkiye topraklarının yaklaşık yüzde 40'ı tarıma elverişli ve bu büyük potansiyel hububat, baklagiller, yağlı tohumlar, meyve ve sebze, kesme çiçek, kümes hayvanları, süt ve süt ürünleri, balık ürünleri, bal ve tütün gibi çok çeşitli ürünlerin üretilmesine olanak sağlıyor. Tahıl üretiminin toplam tarım üretimindeki payı yüzde 67 iken, bu oran çiftlik hayvanları için yüzde 26, balıkçılık - ormancılık için ise yüzde 7.

Türkiye fındık, kuru kayısı, çekirdeksiz kuru üzüm ve kuru incir gibi pek çok tarım ürününün üretiminde ve ihracatında uluslararası alanda önemli bir üstünlüğe sahip. Ayrıca, Türkiye'nin gıda sanayisi komşu ülkelerin gıda sanayilerinden çok daha ileri durumda. Bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Kuzey Afrika (EMEA) bölgesindeki en büyük tarım ürünü ihracatçılarından biri olan Türkiye'nin bu alandaki dış ticaret dengesi de açık ara pozitif konumda ilerliyor.

Tohumlar yerleşiyor

Türkiye, 20 yıl öncesine kadar gıda alanındaki üretiminin neredeyse tamamını ithal tohumla yaparken yerleşme oranı bugün yıllık yüzde 95'e ulaştı.

**BUGÜNE KADAR BAŞARDIKLARIMIZIN DAHA FAZLASINI,
YİNE BİRLİKTE BAŞARACAĞIZ.**



TürkTraktör



YÜZYILIN EN STRATEJİK SEKTÖRÜ

Dünya nüfusu artıkça gıda ihtiyacının karşılanması da sorun haline geliyor. Bu yüzden tarım ve gıda, yüzyılın en stratejik sektörleri arasında. Küresel tarım panoramasında Türkiye, önemli fırsatlar barındıran ve zirveye tırmanabilecek potansiyeliyle öne çıkıyor.

DÜNYA TARIMININ ŞAŞIRTAN GERÇEKLERİ

- En büyük 10 tohum şirketi tohum satışlarının yüzde 50'sini kontrol ediyor.
- Dört şirket, dünya tahıl piyasasının yüzde 75'ini kontrol ediyor.
- ABD'li Monsanto, sebze tohumu pazarını tek başına domine ediyor.
- 10 büyük pestisit (böcek kontrol ilaçları) şirketi, pazarın yüzde 84'ini kontrol ediyor.
- Tarım kimyasalları satan şirketler arasında en büyük 10 şirket, dünya piyasasının yüzde 80'ini kontrol ediyor.
- Dünyada kullanılan suyun yüzde 70'i tarımda, yüzde 22'si sanayide, yüzde 8'i de evlerde tüketiliyor.
- Tarım faaliyetleri, karbon emisyonlarının yüzde 25'inden nitrojen oksit emisyonlarının da yüzde 70'inden sorumlu.

ticaretin büyümesiyle birlikte kişi başına düşen tüketim artıyor. Bu yüzden tarım üretiminin önümüzdeki 10 yılda düzenli olarak ancak önceki yıllara göre daha yavaş bir oranda artması bekleniyor. Dünya tarım pazarındaki büyüme, coğrafi olarak gelişmekte olan ülkelere doğru kayıyor. Bu ülkelerde üretim maliyetlerinin daha düşük olması önemli bir etken olarak değerlendiriliyor. Gelişmekte olan ülkelerde tarım politikasındaki reformlar, tarımsal üretime verilen desteğin niteliğinde değişikliğe yol açarak, üretim miktarı ve yeri üzerinde etkilerde bulunuyor. Bu ülkelerde amaç üreticiyi tarım sektörünün içinde tutabilmek. ABD ve AB başta olmak üzere gelişmiş ülkeler Brezilya, Hindistan ve Çin gibi gelişmekte olan ülkelerin yükselişine karşı durmaya çalışıyor. Türkiye ise tarımsal gücünü artırma potansiyeli olan ülkeler arasında gösteriliyor. Tarımın dünya ticari hayatındaki önemini ve gücünü dünya tarihinde tarım odaklı gelişmeleri yakından inceleyerek daha iyi farkına varabiliriz...

Ekonomik buhrandan liderliğe

ABD, İkinci Dünya Savaşı sona erdiğinde kapitalist sermaye birikiminin uluslararası ölçekteki işleyişine ilişkin belirleyiciliğini artırdı. ABD'nin küresel ticarete hegemonik bir konum elde etmesi, tarım ve gıda sektöründe de kendini gösterdi. İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünya tarım ürünleri ve gıda üretiminde ABD, dünya tütün üretiminin yüzde 65'ini; mısır ve pamuk üretiminin yüzde 60'ını üretiyordu. 1949'da bu güce ulaşan ABD, aslında 20 yıl önce vatandaşlarının gıda ihtiyacını karşılayamayacak derecede bir ekonomik buhranın içindeydi. 1929 Dünya Ekono-

Artan dünya nüfusuna paralel gıda ihtiyacının karşılanması en önemli sorun günümüzde... Bu da tarım sektörünü yaşadığımız yüzyılın en stratejik sektörü haline getiriyor. Tarım sektörü, gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun tüm ülkelerin ekonomik hayatlarında da önemli bir yere sahip. Beslenme için gerekli

gıda maddesi ve hammadde üreten bu sektör, insanlık tarihinin de belirleyici faktörü. Gıda ihtiyacı, dünya tarihinin her döneminde politikadan sosyal yaşama belirleyici unsur olarak damga vuruyor.

Gelişenler tarımın gücünün farkında

Dünyada gelirlerin artması ve



mik Bunalımı olarak adlandırılan, 1929'da başlayan ve etkilerini ancak 1930 yılının sonlarında tam anlamıyla hissettiren, 1930'lu yıllar boyunca devam eden ekonomik buhrandan Kuzey Amerika başta olmak üzere tüm dünya etkilendi. Sanayileşmiş ülkelerde ABD ve Avrupa ülkelerinde yıkıcı etkiler yaratan bu buhranda, durma noktasına gelen ekonomik üretimlerden tarım sektörü de nasibini aldı. Temel gıda ihtiyaçları dahi karşılanamaz oldu.

20 yıl sonra belirttiğimiz gibi İkinci Dünya Savaşı sonrası, tarih 1950'lere dayandığında, yeneden şekillenen küresel politikalar ve ticarette, tarımın önemini ABD ve Avrupa erken kavradı. Verimli ve sanayi gereçlerini arkasına alan modern tarımı uygulayarak dünyaya tanıttı. ABD bu tarihten sonraki 10 yılda çok güçlü bir şekilde, dünya tarım ticaretinin şekil-

lenmesinde öncü ve etkili bir güç oldu.

Petrollü tarım

Petrokimyasal böcek ilaçları, gübreler ve zamanla oluşan mükelleşme petrolün ticari hayatındaki gücünü tarıma da yansıttı. Bu gelişmenin sonucu olarak dünya nüfusu son 50 yılda ikiye katlandı. Geniş çaplı enerji gereksinimlerinin büyük bir bölümü fosil yakıtlardan, başta petrolden sağlanıyor. Bunun sebebi günümüz çağdaş tarımının petrokimya ve mekanikleşmeye olan güveni olarak yaşadığımız tarihin tarım ve gıda sektörüne yön vermesi.

Çağdaş veya sanayileşmiş tarım daima petrole iki alanda bağımlı: Toprağın işlenmesi ve ürünlerin taşınması. Dünyada kullanılan petrolün yüzde 17-20'si tarım sektörünün gereksinimine gidiyor. Bir başka deyişle günümüzde tarım ürünlerinin

Enerji gereksinimlerinin büyük bir bölümü başta petrol olmak üzere fosil yakıtlardan sağlanıyor. Günümüz çağdaş tarımının petrokimya ve mekanikleşmeye olan güveni günümüzde tarım ve gıda sektörüne yön veriyor.

ulaştığı her kişi başına kullanılan petrol miktarı; yaklaşık 400 galon (yaklaşık 1514 litre). Dünyanın dört bir yanında üretilen tarım ürünleri, sadece bir noktaya ulaşmak için ortalama 1500 mil (2 bin 414 kilometre) yol kat ediyor.

Petrol ve ürünlerinde görülen herhangi bir azalmanın, dünyadaki gıda trafiğini büyük bir ivmeyle azaltacağı da bilinen bir gerçek. Tüketicilerin bu konuda bilinçlenmesi, yakıt için organik tarıma ve başka sürdürülebilir tarıma ilgisinin artırılması da yakın geleceğimize damga vuran ve şu günlerde gündemimizi işgal eden konulardan biri. Ayrıca aşırı petrole dayalı teknoloji sayesinde zarar görmüş olan verimlerin, toprakta tekrar yenilenmesi de dünya tarım sektörünün bir başka gündemi. Tarım sektörü giderek yeni gelişen organik tarım alanına daha fazla önem verirken kendi içinde yeni bir pazar da oluşturuyor.

TEB TRADE CENTER'LA DIŞ TİCARETTE YÖNÜNÜZÜ KOLAYCA BULUN.

Ticarette sınırları aşmak istiyorsanız
TEB Trade Center'ın ayrıcalıklarıyla tanışın.

Dış ticaret seminerleri

Yurtdışı pazar
geliştirme desteği

Emtia finansmanı

İhracat vesaiki
hazırlama hizmeti

Akreditifler, uluslararası
garantiler ve mevzuat
konusunda danışmanlık

Eximbank ve
TCMB kredileri

Uygun maliyet
ile ihracat alacak
iskontosu imkanı

Dünya çapında 100'den fazla
noktadaki BNP Paribas
dış ticaret ağı



TEB

teb.com.tr / 444 0 832



DÜNYA NE KADAR EKİLEBİLİR?

Tarımsal ekilebilir alan büyüklüğünde de ilk sırayı ABD alıyor. Yüzölçümü 9 milyon 159 bin kilometrekare olan ABD'nin 1 milyon 767,7 bin kilometrekare tarım alanı bulunuyor. Yüzölçümünün yüzde 54,4'ü tarım alanı olan Hindistan, 1 milyon 617,3 bin kilometrekare tarım alanına sahip. Hindistan'ı 1 milyon 249,8 bin kilometrekare ile Rusya izliyor. Dünyanın en büyük yüzölçümlü; 16 milyon 889 bin kilometrekareye sahip ülkesi olan Rusya'nın, sadece yüzde 7,4'ü tarımsal alan olarak değerlendirilebiliyor. Çin ise Türkiye tarım alanının sadece 5 katı büyüklüğündeki tarım alanıyla, Türkiye'nin 20 katı nüfusu besliyor.

Dünya tarımına hükmedenler

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın hazırladığı "Gıda Güvenliği" raporunda dünya tarımı ile ilgili çarpıcı bilgiler ortaya konuluyor. Bakanlığın raporuna göre, dünya tarımı dört firmanın tekelinde bulunuyor. Bu firmalar, tahıl ticaretinin yüzde 75'ini yönetiyor. Dünya devleri, tarımın geleceğini hesaba katarak başka ülkelerde arazi kiralyor. En son Ukrayna'da İzmir ilinin yüzölçümü kadar tarım arazisi kiralyayan Çin, bu konuda başı çekiyor ve ülkesinin ve tarım ticaretinin besin ihtiyacını karşılama yönünde büyük projeler gerçekleştiriyor. Uzun yıllar ABD ve Avrupa ülkelerinin elinde olan tarım gücü gelişmekte olan ülkelere Çin'in hamleleriyle gelecekte daha rekabetçi bir sektöre dönüşecek.

Bakanlığın raporuna göre dört şirket, dünya üzerinde 203 milyon hektarı satın alarak ve kiralyarak dünya tarım piyasasına hükmediyor. Bu şirketler İngiltere, ABD, Çin, Hindistan ve İsrail'e ait. Bu şirketlerin kiralyadığı veya satın aldığı topraklar ise başta Afrika ülkeleri olmak üzere Brezilya, Filipinler, Endonezya ve Laos'ta yer alıyor. Dünya tarımının neredeyse tamamı dört büyük uluslararası firmanın tekelinde. Küresel tahıl ticaretinin yüzde 75'ini yöneten bu firmalar; Cargill, ADM, Bunge ve Louis Dreyfus.

Çin üretimde lider, ABD ihracatta

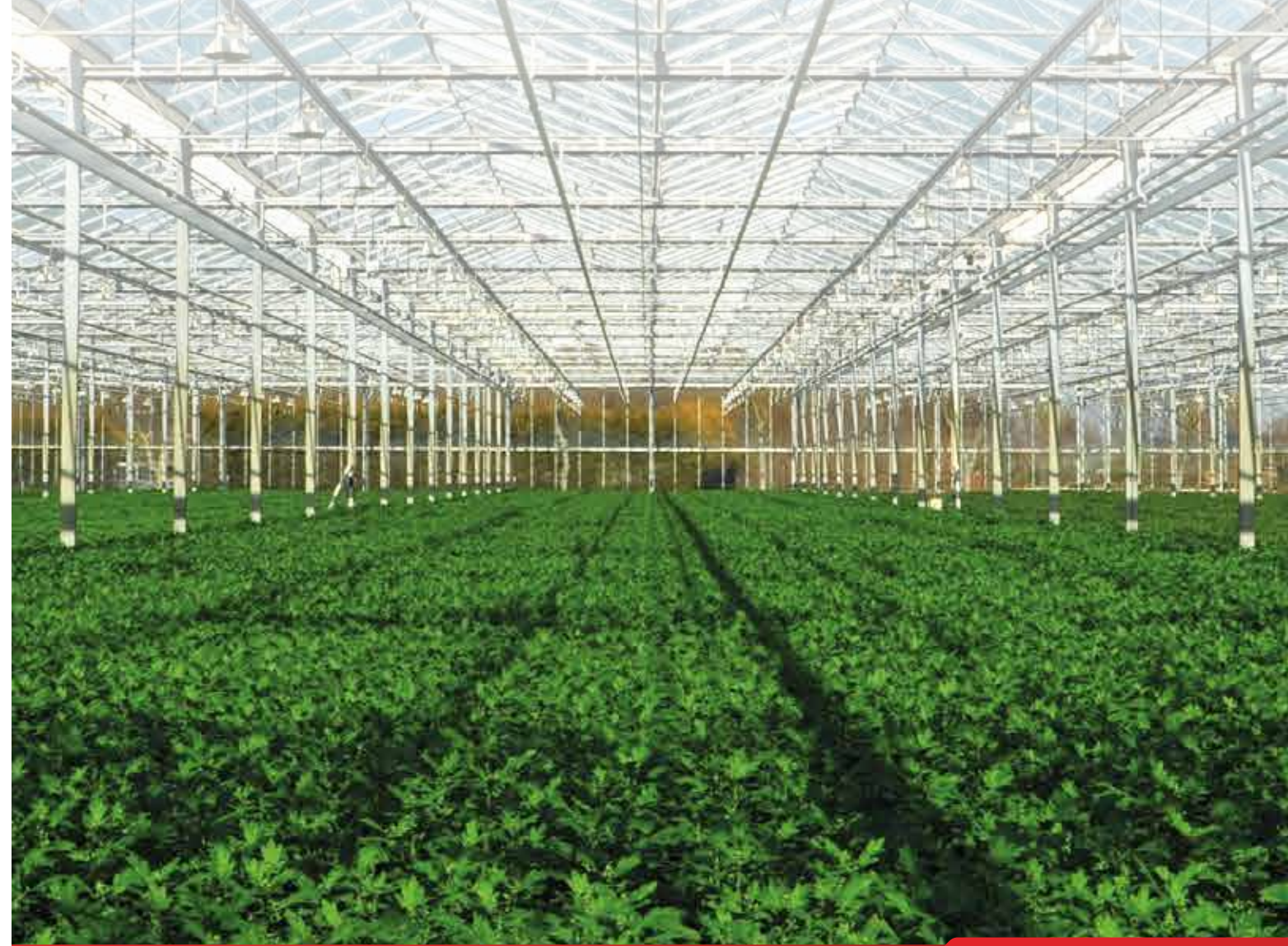
Dünya Bankası'nın verilerine göre, 2010'da 2,57 trilyon dolar olan dünya tarım hasılası günümüzde 3 trilyon dolara yaklaştı.

"Gıda Güvenliği" raporuna göre dört şirket, 203 milyon hektarı satın alarak ve kiralyarak dünya tarım piyasasına hükmediyor. Bu şirketlerin kiralyadığı veya satın aldığı topraklar ise başta Afrika ülkeleri olmak üzere Brezilya, Filipinler, Endonezya ve Laos'ta yer alıyor.

Dünya tarımsal hasıla sıralamasının son yıllardaki lideri Çin Halk Cumhuriyeti. Çin, 600 milyar dolara yaklaşan tarımsal hasılası ile 300 milyar dolarlık tarımsal hasılası olan Hindistan ve 150 milyar dolarlık hasılaya sahip ABD'nin önünde yer alıyor. 100 milyar doların altında tarımsal hasılaya sahip Brezilya, Japonya ve Endonezya bu sıralamayı sürekli yakından takip ediyor. 62 milyar dolarlık tarımsal hasılaya sahip Türkiye listenin yedincisi.

Günümüzde dünya tarım ürünleri üretiminde Çin'in aldığı pay, birçok ülkenin erişemeyeceği noktalarda. Yüzde 25'lere yaklaşan payıyla Çin; Hindistan, ABD, Brezilya ve Endonezya'nın aldıkları payı neredeyse tek başına gerçekleştiriyor. Dünya tarım ihracatında ise liderlik ABD'de. Yaklaşık 140 milyar dolarlık tarımsal ürün ihraç eden ABD'yi, 100 milyar doları aşan tarımsal ürün ihracatı ile Hollanda ve yaklaşık 85 milyar dolarlık tarımsal ürün satan Almanya izliyor. Tarımsal ihracatta dördüncü Brezilya iken beşinci sırada Fransa geliyor. Türkiye ise tarımsal ürün ihracatında hasılası kadar yukarıda yer almamakla birlikte ilk 20'de yer alıyor.

Seracılık Kredileriyle üretimini artırmak isteyenlere destek Ziraat'ten!



Ziraat Bankası
Bir bankadan daha fazlası

TÜRKİYE 186 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Türkiye, 186 ülkeye tarımsal ürün ihraç ediyor. 20 milyar dolara yaklaşan tarımsal ürün ihracatında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı başı çekiyor. Yaş meyve ve sebze ihracatında bölgesinde hatırı sayılır bir yeri olan Türkiye, son yıllarda zeytin ve zeytinyağı ihracatı ile de dikkat çekiyor. Türk fıındığı ise markalaşma yolunda dünya pazarlarında kendini kanıtlıyor.

Türkiye tarımda ürettikleri ni dünyanın tüm ülkelerine satıyor. Türkiye'nin tarımsal ürünleri son yıllarda marka değerini de artırıyor. Beslenmede taşıdığı büyük önem nedeniyle dünyanın en stratejik ürün grubunu oluşturan hububatlar, dış tica-

rette Türkiye için büyük önem taşıyor. 1980'li yıllara gelinceye kadar tüm hububat ürünlerinde net ihracatçı olan Türkiye, daha sonraki yıllarda üretim artışının nüfus ve tüketimde görülen artışa paralel bir seyir izlememesi neticesinde, arpada net ihracatçı pozisyonunu korurken pirinç

ve mısırdan önemli bir ithalatçı, buğdayda ise bazı yıllar net ithalatçı, bazı yıllar ise net ihracatçı konumunda oldu.

Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri

7 milyar nüfusa ulaşan dünyada, sağlıklı bir yaşam için gerekli

beslenmeyi sağlayacak gıdanın üretimi, ülkeler arasında giderek jeopolitik bir rekabete yol açıyor. Türkiye'de yaşayanların günlük enerji ihtiyacının yüzde 70'ten fazlasını karşıladığı hububat ürünleri ise buğday başta olmak üzere tarımda en stratejik alanların başında geliyor. Türkiye bitkisel tarımın bu ürün grubunda 2012'de 5,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. 2013'ün ilk 11 ayında, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri 6 milyar dolara dayandı.

2012 yılı itibarıyla hububat ihracatı yaklaşık 170 milyon dolar olarak gerçekleşirken, ihracatta

74 milyon dolarlık değeriyle pirinç ilk sırayı aldı. Pirinç yaklaşık 34 milyon dolarlık değerlerle buğday ve mısır takip etti.

Hububatta sertifikalı tohum dönemi

Yatırımları ve bilimsel çalışmalarıyla Türkiye'de tarım ve hayvancılığın gelişmesine öncülük eden Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) hububatta mahsulü yüzde 25 artıran, ürün ve dolayısıyla ondan üretilen gıdaların kalitesini yükselten 'sertifikalı tohum' kullanımını yaygınlaştırmak için çok yönlü bir kampanya gerçekleştire-



"SERTİFİKALI TOHUM ÇİFTÇİYE KAZANDIRIYOR"

Halis Bilden - TİGEM Genel Müdürü

"Düzenlediğimiz kampanya ile üreticinin sertifikalı tohumun pahalı olduğu biçimindeki yanlış hesabı değiştirmek; sertifikalı tohum kullanımını yaygınlaştırarak çiftçilerimizin yüksek kazanç elde etmesini sağlamayı amaçlıyoruz. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından sertifikalı tohuma verilen hibe desteği 2013 yılı itibarıyla yüzde 50 artışla 42,5 kuruşa çıkarıldı. Böylece çiftçiler Borsa ya da Toprak Mahsulleri Ofisine (TMO) ürün sattıklarında, Bakanlığın desteği sayesinde, ilave bir ödeme yapmadan sertifikalı tohum alabiliyor, elde edecekleri yüzde 25 verim artışı ve kalitesi yükselen ürünlerini daha yüksek fiyatla satabilecekleri için de eskisinden daha kazançlı bir hasada ulaşıyorlar."



"HUBUBAT PAZARI GENİŞLİYOR"

Turgay Ünlü - Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı

"Biz Unlu Mamuller Tanıtım Grubu olarak, 2012 yılı Mayıs ayından bu yana faaliyet gösteriyoruz. Temel misyonumuzu yeni pazarlar üretmek, bulmak ve mevcut pazarları korumak şeklinde belirledik. 2013 yılı Ekim ayında görüşmelerimiz Haziran ayında Sao Paulo'da katıldığımız fuar sonrasında yaptığımız nihai görüşmeler, heyet organizasyonu ve tüm iletişim faaliyetleri sayesinde olumlu sonuç verdi. Brezilya'dan ilk siparişimizi alabildik. Ayrıca başka ülkelere dönük hedeflerimiz de var. 2014 yılında bu pazarlarla ilgili de olumlu sonuçlar alınacağı beklentisi içindeyiz."

riyor. Dünyanın en büyük sertifikalı hububat tohumu üreticisi olan TİGEM'in üretilip dağıttığı sertifikalı tohum miktarını bu yıl 210 bin tona yükseltmeyi hedefliyor. Her bölgenin ekolojisine göre sertifikalı tohum üreten TİGEM'in, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın desteğiyle gerçekleştirdiği "Sertifikalı Tohum Kullanımını Teşvik Kampanyası", çiftçinin geleneksel tohum alışkanlıkları ve yanlışlıklarını gidermeyi hedefliyor.

TİGEM Genel Müdürü Halis Bilden; geçtiğimiz altı yıl boyunca TMO buğday alım fiyatlarının artışının yüzde 45'i geçtiğini söylerken; tohum fiyatlarının artış endeksinin bu süre boyunca sadece yüzde 15 oranında olduğunu belirtiyor. Bilden, yapılan üç yıllık yenileme projesine göre Türkiye'nin 650 bin ton buğday, 250 bin ton da arpa olmak üzere 850 bin ton sertifikalı hububat tohumuna ihtiyacı olduğunu ifade ediyor.

Hububatın 2023 hedefi

Un ve Unlu Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı Turgay Ünlü, ürün grubundaki 2013 yılı ihracatını değerlendirirken, "2013 hedefinde tüm sektör bazında en az yüzde 10'luk artış görünüyor. 2023 ihracat stratejisi hazırlanırken yıllık yüzde 8,5 artış hedeflenmişti. Biz hububat, bakliyat olarak yüzde 16,5'luk artış yakalamış durumdayız. Bu nedenle bazı olumsuzluklara rağmen bizi motive eden bir ortam söz konusu" diyor. Ünlü bu yıl da sektörün artış bazında ilerleyeceğini şu sözlerle ifade ediyor: "Yine artışın devamı yönünde bir beklentimiz var. 2023'e kadar sürdürülebilir bir artış düşürmeme gayretindeyiz. Biz son revizyon ile 2023 hedefimizi 19,3 milyar dolara çıkardık. 2014'te tüm beklentimiz sürdürülebilir artışın devamı yönünde".

Son yıllarda Türkiye dahilinde hububat ithalatı da önemli ölçüde arttı. Ancak ithal edilen hububat ürünlerinin büyük bir kısmı Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kapsamında ithal edildikten sonra işlenerek ihraç ediliyor.

Değişen tarımsal ihtiyaçlarınıza
taptaze çözümler Finansbank'ta!



Hayvancılıktan seracılığa, balıkçılıktan bitkisel
üretim çiftçinin ihtiyacı olan tüm çözümler
Finansbank'ta. Siz de Finansbank'a gelin,
size özel esnek çözümlerimizle tanışın.



Çiftçinin hayatı Finansbank'la kolaylaşıyor.



Hayvancılıktan seracılığa, balıkçılıktan bitkisel
üretim çiftçinin ihtiyacı olan tüm çözümler
Finansbank'ta. Siz de Finansbank'a gelin,
size özel esnek çözümlerimizle tanışın.





Zekeriya Mete - Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu Başkanı

ŞEKERLEME'DE TANITIM ATAĞI SÜRÜYOR

Türkiye şekerli mamuller sektörü, 150 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu (ŞMTG) Başkanı Zekeriya Mete, “Sektörde markalaşma ve tanıtım faaliyetlerini daha da ileriye taşıyoruz” diyor

Istanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zekeriya Mete, aynı zamanda Şekerleme ve Şekerli Mamuller Tanıtım Grubu'nun (ŞMTG) başkanlığını üstleniyor. Mete, markalaşmaya daha fazla önem vermeleri gerektiğini belirtirken, firmalara

Afrika pazarındaki fırsatları değerlendirmelerini öneriyor.

Şekerli mamullerin ihracat bölgeleri ve bu pazarlardaki avantajları neler?

Dünyanın hemen hemen her bölgesine ihracat yapmakla birlikte, başlıca ihraç ülkelerimiz Avrupa Birliği, Kuzey Afrika ül-

keleri, Rusya Federasyonu, Suudi Arabistan, ABD, Türkiye Cumhuriyetleri Ortadoğu ve Uzakdoğu. Türk şekerli mamul sanayimizin diğer ülkelere göre ürün yelpazesinin genişliği ve yeni ürün geliştirme kapasitesinin yüksekliği, sektördeki esnek üretim olanağı, dağıtım kanallarının yaygınlığı ve Rusya, AB, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Ortadoğu pazarlarına yakınlığı rekabette en önemli üstünlüklerimiz arasında sayabiliriz.

Sektörün önünde fırsat olabilecek pazarlar var mı?

Artık günümüzde Batı merkezli dünya ekonomisinin çok aktörlü ve çok merkezliliğe sürüklenmesine benzer bir biçimde Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan'ın başını çektiği gelişmekte olan ülkeler dünya ticaretinin yapısını değiştirdi. Yine bu değişim içerisinde Asya'nın yükselişine şahit olduk, ekonomik entegrasyonlar daha da arttı. KOBİ'lerimizin kendi pazarlarını çeşitlendirmelerini ve geleneksel pazarlarımız dışında var olan fırsatları değerlendirmelerini tavsiye ediyorum. Bu çerçevede Afrika ülkeleri özellikle dikkat çekiyor.

Sektördeki firmalar küresel pazarda nasıl fark yaratabilir?

Firmalarımızın çalışmalarını markalaşma konusunda artırımları gerekir, diye düşünüyorum. Sanayicimiz girişken, esnek üretimle taleplerde anında cevap verebiliyor. Bu nedenle, kendi markasıyla yarışan daha çok Türk markaları oluşturmamız.

2023 hedefiniz nedir ?

Türkiye'nin 2023 ihracat hedeflerine ulaşmasında önemli bir yeri olan şekerli mamuller sektörünün ihracatını 2012 yılındaki 2,2 milyar dolar seviyesinden yaklaşık üç kat artışla 6 milyar dolara çıkartması gerektiğini öngörüyoruz.

ŞEKER TANITIM İLAN SAĞ

FINDIKTA REKOR İHRACAT

2012-2013 sezonunda 300 bin tonun üzerinde fındık ihracatı ile bir rekora imza atan sektörün ihracat büyüklüğü 1,8 milyar dolara ulaştı. Fındıkta 2023 hedefi ise 350 bin ton ve 2.3 milyar dolarlık ihracat.

Fındık üretimi için dünya-daki en uygun ekolojik koşullara sahip Türkiye, bugün dünya üretiminin yüzde 75'ini karşılıyor. Fındık üretimi için 2009 yılı bir dönüm noktası oldu; alan bazlı gelir desteği dönemiyle fındık fiyatı serbest piyasaya koşullarında oluşmaya başladı. Dekarda 150 lira olarak alan bazlı gelir desteği stratejisi 2009'dan 2012'ye kadar geçerliydi. 2013 tarihinden itibaren üç yıl daha uzatıldı. Üreticiye dekar başına 2013'te 150 lira destek verilirken, 2014'te 160, 2015'te 170 lira destek verilecek. Yaklaşık 700 milyon lira civarında gelirin fındık üreticisine kazanç olarak dönmesi bekleniyor. 2009 yılında 2013 yılı 300 bin ton fındık ihracat hedefi belirlenmişti; bu hedefe bugün ulaşıldı ve Türkiye geçen sezon 301 bin ton fındık ihraç etti.

Fındık ihracatının yüzde 75'i Avrupa ülkelerine yapılırken, ihracat pazarı olarak ülke sayısı 100'ün üzerine çıktı. Yaklaşık 66 bin tonla Almanya, 63 bin tonla İtalya ve 32 bin tonla Fransa ihracatta Türkiye'nin önde gelen pazarlarını oluşturuyor.

Fındık fiyatı arz miktarına göre değişiyor

Bir tarım ürünü olması bakımından ihraç fiyatlarında belirleyici unsurların en başında gelen fiyat, arz miktarına göre değişiyor ve yıllara göre büyük farklılıklar gösterebiliyor. Zira, 2012 yılı ilk 10 aylık dönemde 2011 ürünü rekoltesinin azlığına bağlı olarak 7,70 FOB / dolar seviyelerinde olan standart iç fındık fiyatları 2013 yılı ilk 10 aylık bölümünde 2012 ürünü rekoltesinin yüksek olması nedeniyle 5,95 FOB/dolar seviyesine geriledi. Ancak ihracatın miktar bazında yüzde 12 oranında artış göstererek 201 bin ton/iç seviyesinden 225 bin ton/iç seviyesine yükselmiş olması fiyattaki bu düşüşü bir nebze olsun telafi etti ve ihracattan elde edilen döviz girdisindeki kaybın yüzde 2,5 gibi minimum bir seviyede kalmasını sağladı.

2014'te neler bekleniyor ?

İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ufuk Özongun, 2014 yılında küresel ekonomideki toparlanma eğiliminin biraz daha güçleneceği öngörülerini doğrultusunda fındık



Fındık ihracatının yüzde 75'i Avrupa ülkelerine yapılırken, ihracat pazarı ülke sayısı 100'ü aştı. Yaklaşık 66 bin tonla Almanya, 63 bin tonla İtalya ve 32 bin tonla Fransa ihracatta Türkiye'nin önde gelen pazarlarını oluşturuyor.

ğın geleceğine dair şu tespitlerde bulunuyor: “Avrupa ülkeleri Fındık ve Mamulleri sektörümüz açısından en önemli ihraç pazarı konumunda. Birkaç yıldır belli ölçüde durgunluk yaşayan, negatif veya mütevazı büyüme oranları ve borç bunalımlarına sahne olan Avrupa ekonomisinin görece iyi bir yola girmesi ve tüketimin artması sektörümüz ihracatına da müspet yansıtacak”.

Yeni sezonda Türkiye fındık rekoltesinin geçen sezonun altında olmasına rağmen sektörün küresel pazarlarda yine açık ara bir numaralı ihracatçı olma özelliğini sürdüreceğini dile getiren Özongun, “Türkiye olarak dünya fındık üretimindeki liderliğimizi sürdürmenin ötesinde yerimizi kalıcı olarak pekiştirmek için sektörümüzün yapısal sorunlarının çözülmesi önem arz ediyor. Odağında sürdürülebilir, etkin, verimli ve rasyonel bir fındık sektörü oluşturulmasının olduğu

politikalara ağırlık verilmeli. Tanıtım faaliyetlerindeki etkinliğin yanı sıra sürdürülebilir bir arz güvenliği için gerekli tedbirler alınmalı. Bu konudaki çalışmalarımız ve gayretlerimiz tüm paydaşlarımızla birlikte kararlılıkla sürecek. Tüm hususlar çerçevesinde, sektör ihracatımız adına 2014 yılında değer bazında yine başarılı bir performansla 1,8 milyar dolar düzeyine ulaşılabilmesi makul görünüyor” diyor.

“Sorunların çözümü liderliği pekiştirir”

Fındık sektörü, sorunlarının çözümüyle küresel arenadaki lider konumunu pekiştireceğini düşünüyor. Bu çerçevede, devlet yardımları ve teşviklerin yanı sıra esas itibarıyla serbest piyasa ekonomisine dayanan fındık stratejisi ve 2023 yılı hedeflerini gerçekleştirmeye dönük sektörün yapısal sorunlarının kalıcı olarak bertaraf edilmesini sağlayacak vizyon sa-

hibi politikalar ve uygulamaların fındık sektörüne katkısının yadsınamaz olduğu ortada.

Ufuk Özongun, yaşlanan ve verimi giderek azalan fındık bahçelerinin gençleştirilmesinden, üretim standartları ve tarım teknolojisinin geliştirilmesine, arazi bölünmelerinin önlenerek verimli-etkin tarımsal işletmelere ulaşılmışından başta AB olmak üzere ihracat pazarlarımızdaki çeşitli sıkıntıların giderilmesine kadar pek çok alanda ciddi çalışmalarla ihtiyaç duyulduğunu ifade ederek; “Biz gerek İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği olarak gerek Fındık Tanıtım Grubu çatısı altında bu vizyonla hareket ediyor, çalışmalarımızı sürdürüyoruz” diyor.

FTG yeni pazarlarda

Yurtdışında fındık tüketiminin artırılmasını amacıyla; 1997 yılında ABD, 2000 yılında Japonya, 2001 yılında Çin Halk Cum-

huriyeti, 2005 yılında ise Hindistan piyasalarında Türk fındığının tanıtımı ve tüketiminin arttırılması için reklam ve tanıtım faaliyetlerine başlandı. Bu ülkelerde Fındık Tanıtım Grubu'nun (FTG) gerçekleştirdiği faaliyetler; fuarlara ve seminerlere katılım, fındığın sağlığa faydalarının ön plana çıkarıldığı televizyon ve radyo programları, ürünlerinde fındık kullanma potansiyeli bulunan firmalarla ortak promosyon faaliyetleri, ilgili ülke basın mensuplarıyla potansiyel fındık kullanıcısı imalatçı firmalardan oluşan heyetlerin Türk fındık sektörünün ulaştığı teknolojik üstünlüklerin yerinde görülmesi amacıyla Türkiye'yi ziyaret etmelerinin organize edilmesi, ürün farklılaştırılması amacıyla yarışmalar düzenleme, sektörel dergilerde reklam ve makale yayımlanması, tanıtıcı broşürler hazırlanması ve imalatçı firmalara reklam desteği sağlanması şeklinde gerçekleşiyor.

Çin'e özel ilgi

Özellikle FTG tarafından Çin Halk Cumhuriyeti'ne özel bir önem veriliyor. Buへlkeye 2000'li yılların başında 100 ton civarında olan fındık ihracatı, FTG'nin yürüttüğü reklam ve tanıtım faaliyetleri ile birlikte 2 bin ton seviyelerine yaklaştı. Çin, özellikle dünya çikolata sektörü açısından önümüzdeki yıllarda tüketimde önemli derecede artış beklenen ve buna paralel yatırım için kolların sıvandığı bir pazar olması bakımından umut bağlanan bir pazar. Diğer taraftan, Japonya ve ABD'de proje bazlı çalışmalara devam ediyor.

Ayrıca Rusya Federasyonu, Brezilya, Kanada ve Kuzey Afrika ülkelerini de hedef pazarlar olarak belirleyerek bu pazarlarda reklam ve tanıtım faaliyetleri planlanıyor. Grubun faaliyetleri www.ftg.org.tr adlı siteden ayrıntılı olarak takip edilebiliyor.



“2023'TE 2,3 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT”

Ufuk Özongun - İstanbul
Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

“Fındık ve Mamulleri sektörü olarak 2023 yılı için ayakları yere basan hedefler belirledik. Ancak hedeflerimiz ve öngörülerimiz statik değil dinamik nitelikte. Öyle ki, sektörün ve küresel ekonominin gidişatını gözlemleyerek bu hedefleri revize edebiliyoruz. Hâlihazırda fındık ve mamulleri sektörü olarak 2023 yılında 2,3 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirmeyi öngörüyoruz.”yüksek fiyatla satabilecekleri için de eskisinden daha kazançlı bir hasada ulaşıyorlar”

FTG, KÜRESEL PAZARLARA TÜRK FINDIĞINI TANITTIYOR

Fındık Tanıtım Grubu’nun (FTG) gerçekleştirdiği faaliyetler, iştirak ettiği fuarlar ve seminerlerde fındığın insan sağlığına olan faydaları, fındığın kullanım alanları ve diğer kuruyemişlere göre avantajları ön plana çıkarılıyor. Bu tanıtım çalışmaları fındık ihracatında Türkiye’nin rekoru yakalamasında etken oldu.

Fındık Tanıtım Grubu Başkanı Dursun Oğuz Gürsoy, Türkiye’de arz fazlası fındık sorununun günümüzde ortadan kalktığını belirterek, Türk fındığının küresel pazarlarda markalaşma yolunda önemli mesafeler kat ettiğini ifade ediyor. Gürsoy, sektörün gerekli yatırımları yapması halinde fındık üretiminin önümüzdeki 10 yılda 1 milyon ton seviyesine ulaşabileceğini dile getiriyor.

Türkiye’de arz fazlası fındık sorununda ne tür gelişmeler yaşandı ?

Bilindiği üzere, devlet 2009 yılına kadar Fiskobirlik ve bilahare TMO vasıtasıyla doğrudan fiyat açıklayarak destekleme alımlarında bulunuyordu. Ancak, 2009 yılından bu yana uygulamaya konulan ve bir devrim niteliğinde olan fiyatların tamamen arz talep kuralları çerçevesinde teşekkülüne imkan sağlayan

fındık stratejisinin uygulanması ile birlikte ülkemizde arz fazlası sorunu kalmadı. Öyle ki, fındıkta dünya üretim ve ticaretinin büyük bölümünü elinde bulunduran Türkiye, uygulanan bu politikanın bir sonucu olarak, 2012/2013 sezonunda tüm zamanların rekoruna imza atarak 301 bin ton iç fındık ihracatı gerçekleştirme başarısı gösterdi.

Fındık ihracatında markalaşma ne durumda ? Türkiye, küresel pazarlara markalı fındık ihraç ediyor mu ?

Yüzde 90’ı sanayiye satılan bir ürün olması nedeniyle perakende zincirlerine çok az fındık satılıyor. 2009 yılındaki strateji değişikliği ile birlikte özellikle Balkan ülkeleri, Rusya Federasyonu, komşu ülkelere ve Ortadoğu pazarına markalı ürün satışları başladı. Önümüzdeki 10 yıl içerisinde fındıkta markalaşmanın yoğun bir şekilde artış gösterece-

ği tahmin ediliyor. Zira firmaların markalaşmaya yaptıkları yatırımlar, her geçen yıl ciddi anlamda artış gösteriyor.

2014 sezonunda fındık mamullerinden beklentileriniz nelerdir ?

1 Eylül itibariyle başlayan 2013/2014 sezonunda yaklaşık 645 bin ton/kabuklu seviyesinde bir rekolte gerçekleşmesi bekleniyor. 301 bin ton/iç gibi rekor seviyede fındık ihracatının gerçekleştirildiği 2012/13 sezonu ihracatına göre, yeni sezonda nasıl bir ihracat gerçekleşeceği konusundaki ana belirleyici faktör yeni sezon rekoltesi olacak. İhracatın seyri tamamen önümüzdeki sezon rekoltesine göre şekillenecek.

Fındık ihracatında 2023 hedefleri nelerdir? Bu hedefleri yorumlar mısınız ?

Bugün ülkemizde ortalama 700 bin hektarda fındık üretimi yapılıyor ve dekar başına verim 80-100 kg seviyelerinde bulunuyor. Bu gerçekten hareketle iyi tarım uygulamaları, tarımsal mekanizasyon, yaşlı bahçelerin yenilenmesi, bilinçli gübre ve ilaç kullanımı, teraslama ve sulama imkanlarının geliştirilmesi, endüstriyel tarım işletmelerinin teşvik edilmesi ve optimum ölçekli arazi ve işletmeler için arazi bölünmesinin önlenmesi ve üretimin modernize edilmesi ile yıllık ortalama yüzde 4 civarında verim artışı sağlanarak önümüzdeki 10 yıl içerisinde 1 milyon ton üretim seviyesine ulaşılması mümkün görülüyor. Bu bağlamda, yeni stratejilere ve bu kapsamda Ar-Ge faaliyetlerine ihtiyaç var.

FTG İLAN



“2023 HEDEFLERİ İÇİN ÜRETİM ARTIRILMALI”

Dursun Oğuz Gürsoy - Fındık Tanıtım Grubu Başkanı

“Fındık ve mamulleri sektörünün 2023 ihracat hedefi 350 bin ton/kabuklu olarak belirlendi. Gelecek 10 yıl içerisinde iç tüketimin ise 150 bin ton/kabuklu seviyelerine ulaşması ihtimal dahilinde. Dolayısıyla ortalama 650-700 bin ton olan üretim miktarının mevcut dikim alanları genişletilmeden verim artışı ile önümüzdeki 10 yıl içinde ortalama 900 bin-1 milyon ton/kabuklu seviyelerine çıkarılması gerekiyor.”

Destek Deniz'den, bereket topraktan!

Hayvancılıktan meyveciliğe, örtü altı tarımından arazi ve sulama ekipmanlarına kadar tüm tarımsal ihtiyaçlarınızda DenizBank yanınızda.
Üreticimize hayat Deniz'de güzel!





ANADOLU'NUN TARIM ÜRÜNLERİ DÜNYA ZİRVESİNDE

Tarımsal yedi ürünün üretiminde dünya birincisi olan Türkiye, altı üründe de üretim sıralamasında ikinci konumda. Türkiye’de üretilen 1500’ün üzerinde tarımsal ürün, bölge ve dünya ülkelerinin ilk tercihi.

Türkiye, ürün çeşitliliği bakımından tarımda dünyanın en dikkat çekici ülkelerinden biri. Üretim çeşitliliğindeki bu güç, tarımsal ihracata da yansıyor. Türkiye’de üretilen 1500’ün üzerinde çeşitliliğe sahip tarımsal ürün dünyanın hemen hemen her pazarında kendine alıcı buluyor. Dünyada yetiştiriciliği yapılan 140 adet bağ - bahçe türünün 80’den fazlası Türkiye’de yetiştiriliyor.

Türkiye, sebze üretiminin yüzde 47’si meyvesi yenen sebzelere ait olup domates, biber, kavun, karpuz, patlıcan ve salatalık ekonomik anlamda bu grubu temsil eden en önemli sebzelerden oluşuyor. Hububattan sonra bitkisel tarım ürünleri ihracatı-

nın en önemli kalemini de yaş sebze ve meyveler oluştururken, bunu meyve ve sebze mamulleri takip ediyor.

Üretimde dünya birincilikleri

Türkiye fındık, kayısı, incir, kiraz, vişne, ayva ve haşhaş tohumu üretiminde dünya sıralamasında başı çekerken, toplam altı üründe ikinci, sekiz üründe ise üçüncü yer sırada yer alıyor. Türkiye aynı zamanda Çin ve Hindistan’ın ardından en fazla birinciliği olan ülke konusunda Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre, Türkiye birçok üründe dünya sıralamasında üst sıralarda yer alıyor. Fındık, kayısı, incir, kiraz, vişne, ayva ve haşhaş tohumu gibi 7 üründe dünya birincisi olan Türkiye, karpuz, kavun, çilek, pırasa, bal ve fiğden oluşan 6 üründe üretim sıralamasında ikinci, mercimek, elma, salatalık, yeşil biber, yeşil fasulye, kestane, Antep fıstığı



ve koyun sütünden oluşan 8 üründe ise üçüncü sırayı alıyor.

Tarımın gözbebeği, mutfağın lezzeti: Meyve ve sebze

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü’nün en güncel verileri olan 2011 yılı verilerine göre; 2011 yılında dünyada 56,7 milyon hektar alanda yaş sebze üretimi yapıldı. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam yaş sebze 1,1 milyar ton. Domates de yaklaşık 159 milyon tonluk üretimi ile dünyada en çok yetiştirilen yaş sebze ürünü. Domates ürününü sırasıyla karpuz (104 milyon ton), kuru soğan (85,3milyon ton), lahanası (68,8 milyon ton), salatalık ve kornişon (65,3 milyon ton) takip ediyor.

Dünyada toplam 4,7 milyon hektar alanda domates ekimi yapılıyor. Domates üretiminde dünyada önde gelen ülkeler sırasıyla; Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) (48,6milyon ton), Hindistan (16,8 milyon ton), ABD (12,6 milyon ton), Türkiye (11milyon ton), ve Mısır (8 milyon ton) iken, hektara göre verimin en yüksek olduğu ülke Hollanda. Çin, dünya üretiminin yaklaşık üçte birini tek başına gerçekleştiriyor. Türkiye’nin küresel domates üretiminden aldığı pay yüzde 6,9 seviyesinde.

Yaş meyvenin ihracat değeri yükseliyor

Dünyada toplam 57,1milyon hektarlık arazide yaş meyve üretimi yapılıyor. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam yaş meyve 638 milyon tona karşılık geliyor. Yaklaşık 106 milyon tonluk üretim miktarı ile muz, dünyada en çok yetiştirilen yaş meyve ürünü. Muz ürününü, sırasıyla elma (75,6 milyon ton), üzüm (69,7 milyon ton), portakal (69,6 milyon ton) ve plantain (38,9 milyon ton) ürünleri takip ediyor. Dünya yaş meyve ihracatı da 60 milyar doları aşıyor.

Türkiye 2 milyar dolar civarında yıllık yaş meyve ve sebze ihracatı gerçekleştiriyor. Yaş meyve ve sebzeler, Anadolu çiftçisinin, yurt içi beslenmeye olan katkısı yanında ihracat değerini de artırarak ilerliyor. TÜİK verilerine göre 2012 yılında Türkiye meyve üretim miktarı bir önceki yıla göre yüzde 4,8 oranında artarak yaklaşık 18 milyon ton olarak gerçekleşti.

İhracata baktığımızda ise; 1996 yılında 490 milyon dolar civarlarında seyreden yaş meyve ve sebze ürünleri ihracatı, günümüzde 2 milyar dolarlık ihracatı ile tarımsal ihracatın en önemli ürünlerini oluşturuyor.

Kuru meyve 3 milyar dolar hedefliyor

Türkiye kuru meyve ve mamullerinde 1,5 milyar dolarlık ihracat seviyesine sahip. Kuru meyve ihracatçıların hedefi 2023 yılına kadar yıllık ihracatı 3 milyar dolar seviyesine getirmek. Türkiye geneli kuru meyve ve mamullerinin ihracatta geniş bir pazar yelpazesi var. Almanya’dan Libya’ya, Avustralya’dan Rusya’ya kadar dünyanın dört bir yanındaki pek çok ülkeye bu ürünler ihraç ediliyor. Sektörün ihracatında hemen her coğrafyadan ülke bulunmakla birlikte Avrupa ülkeleri başı çekiyor.

İstanbul Kuru Meyveler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Er, sektörün net ihracat geliri sayesinde ülke ekonomisine ihtiyaç duyulan bir katkı yaptığını belirterek; “Geçen yıl sektördeki üç İhracatçıları Birliği olarak kurduğumuz Kuru Meyve Tanıtım Grubu ile hedef pazarlarımızdaki tanıtım faaliyetleri çok daha koordineli ve etkin yürütülebileceğiz” diyor.

Türkiye dünyayı “süslemeye” kararlı

Dünyada süs bitkileri sektörüne baktığımızda toplam 18 milyar dolarlık bir ticaret hacmi olduğunu, buna karşın Türkiye'nin sektördeki payının binde 2 gibi çok düşük bir seviyede bulunduğunu görüyoruz. Süs bitkileri ve mamulleri ihracatı 80 milyon dolar civarında gerçekleşiyor. OAİB Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Osman Bağdatlıoğlu, Türkiye'nin payının giderek artacağına olan inancını şu sözlerle dile getiriyor: “Bugün dünya üzerinde sektörümüzde önemli üreticilerden olan İtalya, İspanya gibi rakip ülkelerin yüksek üretim maliyetleri nedeniyle üretimi bıraktıklarını görüyoruz. Türkiye’de ise üretim ve ihracat tam tersi bir olumlu artış gösteriyor. Bu da bizim açımızdan önemli bir gelişme. Türkiye’de yeni çeşitlerin, üretimi ve ihracatı artış göstere-



cek. Yeni pazarlara da bu şekilde açılacağız”. Bağdatlıoğlu, 2014 yılında ihracatın yüzde 25 artış göstermesini ve 100 milyon dolara ulaşmasını hedeflediklerinin altını çizerek, 2023 hedeflerinin de 500 milyon dolar olduğunu kaydediyor.

Su ürünleri ile fark yaratılıyor

Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörüne günümüz itibarıyla kısaca göz attığımızda; sektörün ihracat rakamı 2012 yılında yüzde 17’lik artış ile 1 milyar 665 milyon dolara ulaşmış olduğunu görüyoruz. Uluslararası pazarda Türkiye’nin rakibi konumunda olan ülkelerin gıpta ile baktığı bu ihracat performansı firmaların yenilikçi, özverili ve fark yaratan çalışmaları ile gerçekleşiyor. Sektörel yetkililer su ürünlerinde 2014 yılında da ihracatta artışlar yaşanacağını belirtiyor.

İhracat artışlarının yaşanması için sektör paydaşlarının çabaları ve Ekonomi Bakanlığı’nın desteğiyle hayata geçen Su Ürünleri Tanıtım Grubu, sektörün yurtdışı tanıtım imkânlarının artırılması ve pazar çeşitliliğinin sağlanması gayretini sürdürüyor. İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Tuncay Sagun, ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesinin, sürdürülebilir ihracat artışının sağlanmasının sektörün temel konularından birini teşkil ettiğini belirterek “Klasik ihracat pazarlarımız haline gelmiş olan Avrupa, Japonya ve Ortadoğu ülkeleri ihracat pazarlarımıza Afrika pazarını ekleme gayretiyle Afrika ülkelerine yönelik çalışmalarımızı sürdürüyoruz” diyor.

Sagun, 2023 yılı için 2,5 milyar dolar ihracat hedefleyen sektörün gücünün daha fazla olduğunu kaydederek; Türkiye su ürünleri sektörünün sahip olduğu ihracat hedeflerini 2023 yılına gelmeden çok daha önceden gerçekleştirebileceğini ifade ediyor.



HEDEFLERİ YAKALAYABİLECEK GÜCÜMÜZ VAR

Mehmet Er - İstanbul Kuru Meyveler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

“Hem oransal hem de rakamsal olarak dünya kuru meyve ve mamulleri ihracatındaki payımızı artırmayı hedefliyoruz. Türkiye geneli kuru meyve ve mamulleri sektörü olarak, yürütülecek faaliyetler ve yapılan çalışmalar sonunda, 2023 yılı hedefimiz 3 milyar dolar büyüklüğünde bir ihracat hacmine ulaşmak olarak belirlendi. İhracat odaklı bir sektör olarak bu hedefe ulaşacak, hatta aşabilecek vizyon ve güce sahibiz.”



BİNDE 2’LİK PAYI YÜZDE 2’YE ÇIKARMAK İSTİYORUZ

Osman BAĞDATLIOĞLU - OAİB Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı

“Süs bitkileri sektörünün 2023 yılı hedefini 500 milyon dolar ihracat ve 300 bin kişilik istihdam olarak belirledik. Hedefimizi gerçekleştirdiğimizde dünya ticaretinden aldığımız payı binde 2’den yüzde ikiye yükseltmiş olacağız. Bu da ülkemizin sektörde etkili ülkeler arasına girmesini sağlayacak. Bu hedefi yakalayabilmek için ihracat artışlarının sürdürülebilir olması bize umut veriyor.”



SU ÜRÜNLERİNDEN 2023 HEDEFLERİNE BÜYÜK KATKI

Ahmet Tuncay SAGUN - İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı

“Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü olarak ülkemizin stratejik hedefi olan 2023’e azami katkı sağlamak başlıca gayemiz. 2023 ihracat hedefi olan 2 milyar 500 milyon dolar seviyesini yakalayıp ülkemizin daha zengin, güçlü, demokrasisi güçlenmiş, dünya ekonomisi ve politikasında etkin rol oynayan bir Türkiye haline gelmesine katkıda bulunmak sektörümüzün birinci önceliği.”

Under our Umbrella

" ALL YOUR FLEXIBLE PACKAGING AND LABEL FILMS UNDER OUR UMBRELLA "



• BARRIER FILMS • NATURE PACK • THERMAL FILMS •
• BOPP FILMS • BOPET FILMS • CAST FILMS •

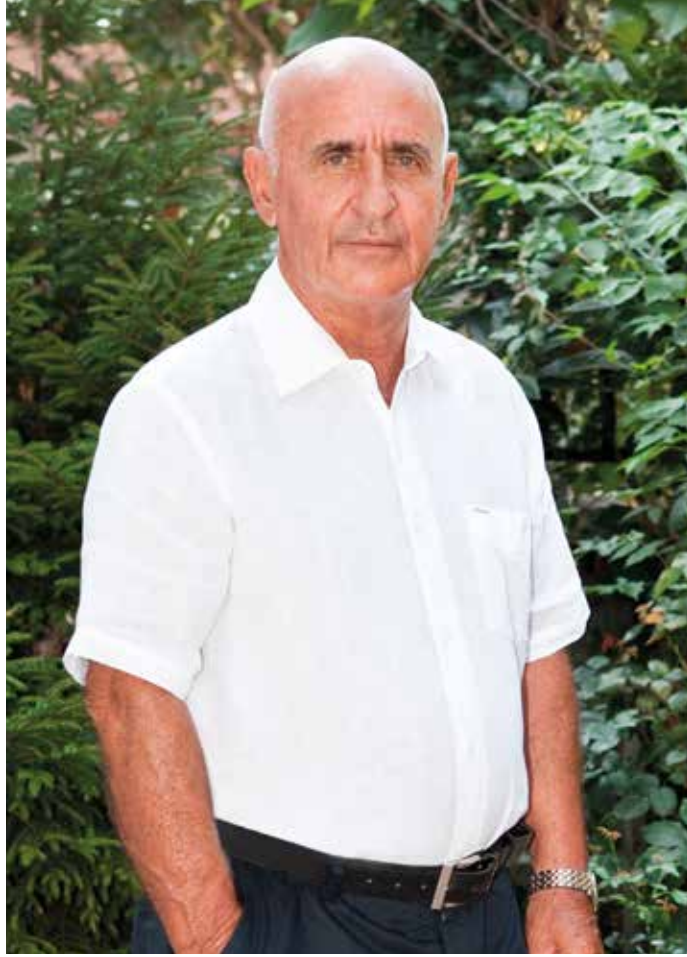


SUPER FILM AMBALAJ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Hacı Sani Konukoğlu Bulv. No:12,
Organize Sanayi Bölgesi
Başpınar / GAZİANTEP
Tel: (+90 342) 211 60 00 Fax: (+90 342) 337 28 70
sales@superfilm.com export@superfilm.com



SUPER FILM OF AMERICA, INC.
14525 SW Millikan Way #77891
Beaverton, Oregon 97005-2343 USA
Tel : +1 888 235-11 31
Fax: +1 (877) 874-7522
fbasel@superfilm.com

SUPER FILM EUROPE S.A.
37 Esplanade de la Moselle,
Gebaude C
L-6637 Wasserbillig LUXEMBOURG
Tel: +352 (261) 19 922 Fax: +352 (261) 19 921
sfeurope@superfilm.com



TARIMIN SU BABASI

Türkiye tarımında modern sulamanın en önemli isimlerinden biri Jain Sulama Sistemleri Genel Müdürü Abdurrahman Güngör... Tüm iş hayatı boyunca tarım ve sulama altyapısının geliştirmesi için uğraşan Güngör, bu konuda yeterli seviyeye ulaşamamaktan dolayı hala mutsuz... Oysa Türkiye'nin modern sulamayla tarım ve hayvancılık gelirini katlayabileceğini düşünüyor.

Çocukluğumuzdan beri Türkiye'nin bir tarım ülkesi olduğunu duyarak büyüdük. "Tarım ülkesi olan Türkiye, kendi kendine yetebilen birkaç ülkeden biri" diyordu ilkokuldaki öğretmenlerimiz. Aradan yıllar geçti. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'de tarımda kullanılacak su bulunmaz oldu. İç Anadolu Bölgesi'ndeki tarlalar verimsizleşti. Ekonomik nedenlerle artan köyden kente göç dalgası, tarımdan geçinen nüfusun hızla azalmasına neden oldu. Bugün gelinen noktada Türkiye tarımı üründe yaşadığı verimsizliği ekonomik gelirlerinde de yaşadı.

Fotoğraf umutsuz gibi görünse de Türkiye'yi damla sulamayla tanıştıran Abdurrahman Güngör'e göre durum hiç de umutsuz değil. Dünyanın en büyük ikinci tarım şirketi olan Jain Sulama Sistemleri'nin Genel Müdürü Güngör, Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında modern tarımın hayati önem taşıdığına dikkat çekiyor. Türkiye'nin düşünüldüğü gibi su zengini bir ülke olmadığına dikkat çeken Güngör, var olan suyu doğru kullanarak sorunun aşılabileceğini söylüyor.

Damla sulamayı Türkiye'ye ilk getiren isimsiniz. Süreci anlatır mısınız?

Hoegst ile 1987 yılında Türkiye'ye bir faydamız olsun, pastayı da büyütelim diye düşünerek ilk defa damla sulamayı getirdik. O zamana kadar Türkiye su zengini bir ülke gibi algılanıyordu. Halbu-

ki durum hiç de böyle değildi. Dünyada yıllık 10 bin metreküpün üzerinde su tüketen ülkeler su zengini sayılır. Türkiye fakirlik sınırı 1000 ilâ 1500 metreküp suyu ancak tüketiyordu. Bizim iklim kuşağımızda yağmurlar kışın yağıyor. Örneğin Trakya Bölgesi'ni kışın seller basar, insanlar sel sularında ölür ama yazın içecek su bulamazsınız. Bu sorunlarla yüzleşmek için 1987 yılında Burdur'da bir fabrika kurduk. İlk defa Türkiye'de damla sulamayı başlattık ve çiftçilere eğitim vermeye başladık.

Damla sulama Türkiye tarımını nasıl etkiledi?

Damla sulama dünyadaki mevcut teknolojiler arasında suyu doğru kullanan yegane teknoloji.



Ülkelerin kalkınmasının tabii kaynakların doğru kullanılmasıyla orantılı olduğunu hepimiz söylüyoruz. Tarım sektörü istihdam ve gıda yönünden de önemli. Ayrıca çevre ülkelerde de iklim açısından gıda açığının yüksek olabileceği bir coğrafyadayız. Yani tarım ihracat açısından da önemli bir sektör. Tarımı suyla çalışan bir fabrika gibi düşünün.

Buğdayda yağmurlama yapılması verim ne kadar çıkar?

5.3 milyon sulanan arazinin yüzde 75'i salma, yüzde 17 yağmurlama, yüzde 8'i damlama sulanıyor. Salma sulama ile sulanan tarım arazilerinin yüzde 75'i, ki yaklaşık 4 milyon hektara denk geliyor, damlama sulama ile sulansa 12 milyon hektarlık bir alandan alınan verim alınabilecek. Yani 8 milyon hektar ekstra elde ediliyor. Bugünkü şartlarda hesaplanacak olursa tarım gelirleri 40-50 milyar dolara çıkar. Sadece doğru sulama yapılırsa elde edilecek rakamlar bunlar. Mısırdaki da durum aynı suladığımızda dekar- da 1800 – 2000 kilo mısır elde ediyoruz. Şu anda Türkiye'nin ortalama mısır üretimi 500 - 600 kilo. Otun olmadığı yerde et olmaz. Hayvan yeminin yüzde 60 –

70'i mısırdır. Yeterli mısır üretmezseniz hayvancılığın gelişmesi mümkün değil. Silajda Türkiye ortalaması 3,5 – 4 ton, biz sulamayla 10 tona çıktık.

Yeni politikalar belirleniyor mu?

Geçtiğimiz yıl 3,5 milyar dolarlık yağ ithal ettik. Bunları burada karşılar, ihracata yönelik üretim de yaparsanız ihracattaki geliriniz anormal derecede artar. Kaliteli buğday ithal ediyoruz. Bunu un olarak ihraç ettiğimiz zaman tarımın GSMH'ye katkısı yüzde 15'lere çıkar. Susuz alanlarda her 10 hektara 1 kişi istihdam düşüyor. Sulandığı an, en az 2 – 3 kişi oluyor. 8 milyon hektarı sularsanız 2 kişiden 1 milyon 600 bin istihdam eder.

Son günlerde yeni ürünler belirleniyor, teşvikler artırılıyor. Bu hareketlilik içinde neler yapılması gerekiyor?

9 milyar lira tarıma destek olarak veriliyor. Büyük kısmı ürün desteği. Bu bir ürünü teşvik etmek için verilir. Desteğin önemli bir faktörü ben bu konuda bunu artı gelire dönüştürebilir miyim yönünde olmalıdır. 9 milyar teşvik veriliyor evet ama 10 yıldır buğdaya teşvik veriliyor 230 kilonun

DÜNYADAKİ SUYA BAKIŞ

- Dünya üzerinde kentlerde yaşayanların yüzde 27'sinin evinde su yok.
- Bir insanın günlük olarak tükettiği su miktarı 2 – 4 litre arasındadır. Ancak yediği besinlerin üretimi için kullanılan su miktarı günlük 2 bin – 4 bin litre arasında.
- Dünyada 1,5 milyar hektarlık ekilen arazilerin sadece yüzde 18'i (277 milyon hektar) sulu tarım arazisinden oluşuyor.
- Dünyadaki 13 milyar hektar arazinin sadece yüzde 12'si tarım arazisi.
- Türkiye'de 2000 – 2013 yılları arasında tarım arazileri 28 milyon hektardan 24 milyon hektara düştü.
- Türkiye'de her yıl 5 milyon hektar tarım arazisi su toplaması için nadasa bırakılıyor.

üzerine çıkılmıyor. Burada bir yanlışlık var. 9 milyar doları ürünü sınırlayan faktörlere harcarsanız hiç teşvik vermenize gerek kalmaz.

Modern tarım sistemleri çok pahalı sistemler mi? Neden buna yatırım yapılmıyor?

Bu bir bilinç düzeyi ve ekonomik bir hadise. Ekonominin temelinde çiftçi, normal olarak sulamaya mayıs ya da haziran ayında başlar. Bu aylara kadar çiftçiler tohum, gübre, mazot gibi ihtiyaçlarını karşılar. Ama bu yatırımı yapacak parası kalmıyor. Bu yatırım kendisini 1 ilâ 2 yılda amorti ediyor ama çiftçinin buna takatı yok. hektar alanı sulamak için 10 bin dolara ihtiyaç duyuluyor. Halbuki bugün modern sulama sistemleriyle yalnızca 2 bin dolara 1 hektar alanı sulamak mümkün. 3 milyon hektar alanın sulanması için 30 milyar dolar gibi bir para istenmiş. Bugün aynı alanı modern yöntemlerle biz 8 milyon hektarı 15 milyar dolara suluyoruz. Ürün artınca hiç teşvik verilmese bile çiftçi kendini döndürür. Bu alanlar sulandığında 50 milyar dolar fazladan gelir elde edebilirsiniz. Dolayısıyla GSMH'ye 100 milyar dolarlık bir katkısı olacak.



"SIVI ALTIN" REKOR İHRACATA HASRET KALACAK

2012-13 sezonunda toplam 432 milyon dolar ihracat ile kendi rekorunu kıran zeytincilik sektörü, 2013/14 sezonunda rekolte düşüklüğünden dolayı 200-250 milyon dolar ihracat hedefliyor.

Tarihçi Homeros'un 'sıvı altın' diye adlandırdığı zeytinyağı, Türkiye ihracatında geçen sezon yüzleri güldürmüştü. Türkiye, 31 Ekim 2013'te sona eren 2012-13 sezonunda 91 bin ton zeytinyağı ihracatı karşılığında 288 milyon 700 bin dolarlık döviz girdisi elde etti. Sofralık zeytin ihracatı ise 76 bin 377 ton karşılığı 127 milyon 89 bin dolar olarak gerçekleşti. Bu rakamla, ihracatta miktar ve parasal anlamda rekora imza atılmış oldu. Fakat bu sezon, rekolte düşüklüğü nedeniyle beklentiler geçen sezona göre düşük.

Yüzde 50 gerileme bekleniyor

2012-13 sezonunda ihracat rekorları kıran zeytin ve zeytinyağı sektörü; İzmir Ticaret Bor-

sası koordinatörlüğünde, Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, İzmir Ticaret Odası, Akhisar Ticaret Borsası, Aydın Ticaret Borsası, Marmarabirlik, Bornova Zeytincilik Araştırma İstasyonu Müdürlüğü ve Zeytin-dostu Derneği'nin katılımıyla gerçekleştirilen rekolte çalışmasında 2013-14 sezonunda Türkiye'nin 140 bin ton zeytinyağı, 391 bin ton sofralık zeytin beklediği sonucu ortaya çıktı. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'nin yaptığı rekolte çalışmasında ise 130 bin ton zeytinyağı, 410 bin ton sofralık zeytin olacağı tahmini yürütüldü.

İhracat düşecek

Türkiye kişi başı zeytinyağı tüketimi yılda 1.5 kg. seviyesinde. Türkiye'nin yıllık zeytinyağı tüketiminin 115 bin ton seviyesinde olduğunu kabul edersek,

iyimser tahmininin 140 bin ton olduğunu dikkate alırsak yeni sezondaki rekolte yaklaşıp 25 bin ton zeytinyağı kalıyor.

Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği başkanı Ali Nedim Güreli: "Bu stoktan da bir miktar ihracat yapılabileceğini düşündüğümüzde Türkiye'nin 2013-14 sezonunda ihraç edebileceği maksimum zeytinyağı 35 bin ton civarında kalacağı tahmin ediliyor. Bu da zeytinyağı ihracatının yüzde 60 civarında düşeceği sonucunu doğuruyor" diyor.

Türkiye'nin sofralık zeytin rekoltesi 2012-13 sezonuna göre yüzde 15 civarında düşüş gösteriyor. Güreli, bu düşüşün Türkiye'de zeytin fiyatlarının yüzde 15 yükselmesini beraberinde getirdiğini belirterek: "Sofralık zeytin ihracatçıları önümüzdeki sezon ihracatlarının yüzde 10-15 arası gerilemesinden endişe ediyor. 2012-13 sezonunu 76 bin 377 ton ihracat ile kapatan sektör, 2013-14 sezonunun 60-65 bin tonda kalmasını bekliyor. Sofralık zeytin ihracatının 100-110 milyon dolar aralığında gerçekleşeceği tahmin ediliyor" bilgilerini paylaşıyor.



REKOLTEDE DOLAYI ZEYTİNYAĞI İHRACATI AZALACAK

Ali Nedim Güreli - Ege Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı

"Bu sezon İspanya 1 milyon 100 bin ton, İtalya 350 bin ton ve Yunanistan 300 bin ton zeytinyağı rekoltesi bekliyor. Zeytinyağı fiyatlarının çok cüzi bir düşüş göstereceğini ya da geçen yılki seviyede kalmasını bekliyoruz. Bu şartlarda geçen sezon 290 milyon dolar olan Türkiye'nin zeytinyağı ihracat rakamının yeni sezonda 140-150 milyon dolar olmasını bekliyoruz."

TARIM BANKACILIĞI

Tarımsal hasılanın 62,5 milyar doları bulunduğu Türkiye'de üretici şirketlerin ve çiftçilerin finansman ihtiyaçları da artıyor. Sektörü yakın mercek altına alan bankalar, "Tarım Bankacılığı" hizmet ve ürünleriyle büyümeye katkıda bulunuyor.





BANKALAR TARIM BANKACILIĞINA ÖZEL ÖNEM VERİYOR

Tarımsal faaliyetlere yönelik hizmetleri kapsayan tarım bankacılığında son yıllarda özel bankaların ilgisi ile birlikte rekabet ortamı bir hayli hareketli. Çiftçiler

Çiftçilerin artan finansman ihtiyacı, bankacılık sektöründe yeni bir rekabet alanı yarattı. Teknoloji ve Ar-Ge 2023 yılı hedefleri kapsamında tarımsal büyüklük açısından dünyanın ilk 5 ülkesi arasına girmeyi hedefleyen Türkiye, son dönemde tarımsal kalkınmaya dönük projeleriyle dikkat çekiyor. Kamu sektörünün çiftçilere dönük teşviklerinin yanı sıra, özellikle bankacılık sektörünün tarımsal yatırımlara yönelik ürün ve hizmetlerini artırmaları söz konusu. Modern çağa kadar tarımda ana belirleyici iklim iken, bugün artık teknoloji ve Ar-Ge yatırımları tarımsal üretim ve hayvancılıkta çiftçinin fark yaratmasına olanak veriyor.

Hizmet sunmada yarışıyorlar

Tarımsal hasılanın 62,5 milyar doları bulunduğu Türkiye’de bankalar bu sektörü yakından takip ediyor. Yüzde 3,5 tarımsal büyümeye sahip Tür tarım sektöründe son yıllarda finansman ihtiyaçları da büyüyor. Bankalar tarım bankacılığı adı altında tarımsal faaliyetleri destekleyerek sektöre yakın ilgilerini her geçen gün artırıyor. Bankalar, genelde KOBİ ölçekli olan tarım işletmelerinin, hazırladıkları özel paketler, kredi kartları ve kurdıkları tarımsal ürünler birimleriyle finansal talebini karşılamayı hedefliyor. İstihdamdan aldığı yüzde 25 payla, geniş bir kesimin gelir sektörü olan tarım, son yıllarda büyük şirketlerin de yatırım alanlarında.

Tarım kredileri 35 milyar TL’yi aştı

Kullandırılan tarım kredileri 35 milyar TL’yi aşıyor. Özel bankaların bu aldığı payda yüzde 30’lar seviyesinde. Gelecek yıllarda tarım kredilerindeki büyümenin toplam kredi hacmindeki



büyümenin üzerindeki eğilimini koruması beklenirken, özel bankaların payının daha da artacağı sektör temsilcileri tarafından ifade ediliyor. Birçok banka tarımsal ürünler birimi kurarken, özel kredi filizleri, ödeme planları, paketler, kredi kartları ve bilgilendirici programlarla daha fazla üreticiye ulaşmaya çalışıyor.

Gerçekten de tarım kredilerinde son yıllarda ciddi bir artış olduğu gözleniyor. 2007’de bu sektöre yönelik kullandırılan kredi miktarı 11 milyar TL civarındayken 2013 itibarıyla nakdi ve gayrinakdi toplam 35 milyar TL’yi aştı. Önceleri sadece kamu bankaları tarım kredileri tesis ederlerken, birçok özel banka sektöre yönelik yapılanmaya gitti. Böylece toplam tarımsal krediler içerisinde özel bankaların payı ilk kez yüzde 30’un üzerine çıktı.

Tarımla özdeşleşen banka: Ziraat Bankası

Ziraat Bankası, 2012 yıl sonu itibarıyla yaklaşık 254 bin müşteriye 6,7 milyar TL, 2013 yılı Kasım sonu itibarıyla ise 304 bin müşteriye 9,7 milyar TL kredi kullandırıldı. Kasım sonu itibarıyla sektöre yönelik kredi portföyünün büyüklüğü 18.6 milyar TL’ye ulaştı. Bankanın, özellikle bitkisel ve hayvansal üretim alanlarında kapsamlı yatırımlara yönelik kredi taleplerinde ciddi artışlar görülüyor. Bu tür yatırım ve işletme kredilerinde uygun vade ve çok uygun faiz uygulamaları ile tercih ediliyor. Ziraat Bankası, Başakkart ve Destek Kart gibi hizmetleri ile de çiftçilere destek oluyor.

Yapı Kredi’nin ‘Tarımsal Üretim Kredisi’ tercih ediliyor

Yapı Kredi, çiftçiye her türlü finansman ve danışmanlık hizmetleriyle destek olma hedefi paralelinde hareket ediyor. En

Yıllardır kamu hakimiyetinin olduğu tarım bankacılığına, son yıllarda özel bankalar da ilgi duymaya başladı. Bu rekabet ortamında bankalar tarımsal faaliyet alanında en uygun finansman seçeneklerini hizmet olarak sunarken, kazanan çiftçiler oluyor.

çok tercih edilen ürünleri arasında Tarımsal Üretim Kredisi yer alıyor. Bu krediyle ekim-dikim, gübreleme, sulama, hasat toplama dönemindeki tüm finansal gereksinimlerin karşılanması destekleniyor. Vade sonunda anapara + faiz ödemeli veya taksitli olarak ödeme imkânı sağlayan Tarımsal Üretim Kredisi, üst limitsiz olarak kullanılabilir.

Bankanın ‘Verimli kart’ uygulaması da 2011’de çiftçilere yönelik hazırlanan ve sunulan, tarım kredisi kullanan çiftçilerin faydalandığı hizmetlerinden birisi.

Finansbank, tarım bankacılığında ilk 3’ü hedefliyor

Finansbank, tarım bankacılığı sektöründe, 5 yıl içinde pazar payında ilk 3 bankadan biri olmayı hedefliyor. Bankanın 2013 yılında, uzun vadeli yatırım kredilerinde çiftçilere sağladığı 120 ay vade ve düşük faiz oranları en çok talep gören ürünü haline geldi.

Bankanın, bu yıl öncelikli büyüme alanlarından biri de ‘Sözleşmeli Üretim Kredileri’ olacak. ‘Sözleşmeli Üretim Kredileri’nde faiz avantajı sunarak bu alanda odağını daha da genişletecek. Bankanın 2013 yılında öngördüğü, tarım sigortalı kapsamındaki ödemesi de yaklaşık 500 milyon lira.

Denizbank en çok kredi kullandıran özel banka

Denizbank özel bankalar arasında tarım sektörüne en fazla kredi kullandıran banka konumunda. Müşteri sayısı 700 bine, Türkiye genelinde çiftçilere kullandırdığı kredilerin büyüklüğü ise 3 milyar TL’ye ulaştı. Bankanın tarım kredileri toplam nakdi kredileri içerisindeki payı her geçen gün artıyor. Denizbank, özel bankalar arasında tarım kredileri alanındaki liderliğini korumayı ve tarımın finansmanından daha büyük pay almayı hedefliyor.



Ziraat Bankası Tarımsal Pazarlama Grup Başkanı Metin Sezici

"ENDÜSTRİYEL TARIMIN GELİŞİMİNİ DESTEKLİYORUZ"

Tarımsal hizmetlerde açık ara önde olan Ziraat Bankası, 2023 tarım hedeflerinde de sektörün en önemli finans tedarikçilerinden biri. Ziraat Bankası Tarımsal Pazarlama Grup Başkanı Metin Sezici, "Tarımsal finansman kaynaklarını çeşitlendirerek katma değeri yüksek ürünlerin toplam üretim içerisindeki payını artırmayı hedefliyoruz" diyor.

Ziraat Bankası Tarımsal Pazarlama Grup Başkanı Metin Sezici, Ziraat Bankası'nın tarım hizmetlerinde bitkisel ve hayvansal üretim alanlarında kapsamlı yatırımlara yönelik kredi taleplerinde artışların sürdüğünü belirterek; "2014 yılında tarımın finansmanında tarımsal değer zincirinin tüm halkalarını bir arada değerlendirerek endüstriyel tarımın gelişimine katkıda bulunmayı hedefliyoruz" diyor.

Tarım bankacılığı çatısı altında sunduğunuz ürün ve hizmetlerden bahseder misiniz ?

Bankamız, tarım sektörünün her türlü

BEŞ FARKLI TARIM KREDİSİ TEK KARTTA

Başakkart ve Destek Kart çiftçilere ne tür avantajlar sağlıyor?

Sektöre özel Bankkartımız olan Başakkart'ta, müşterilerimiz lehine tahsis edilen beş farklı tarım kredisi (arıcılık, bitkisel üretim, balıkçılık, vb.) tek bir kartla ilişkilendirilebiliyor. Bu şekilde müşterilerimiz kredi limitlerinin yüzde 75'ini 7 gün 24 saat ATM'lerimizden nakit çekerek veya yüzde 100'ünü sayısı 12 bin 513'e ulaşan Başakkart üye işyerinden mazot, gübre, tohum, zirai ilaç, vb. tarımsal girdileri almak için kullanabiliyor. Kredilerin tarımsal girdi alımına yönelik olarak üye işyerlerimizden kullanılması durumunda, beş aya varan dönemler için faiz alınmıyor, faizsiz dönemin sonunda geri ödenmeyen tutarlar indirimli faiz oranları üzerinden kredilendiriliyor. Destek Kart ile müşterilerimiz, bankamızdaki vadesiz hesaplarına aktarılan destekleme tutarlarını, 7 gün 24 saat bankamız ve diğer tüm banka ATM'lerinden nakit çekerek ya da POS cihazları aracılığı ile alışverişte kullanabiliyor.

finansman ihtiyacını sektöre özel çözümler, vade ve fiyatlama koşulları ile kredilere konu edebiliyor. Kredilendirmelerde temel prensip; tarımsal faaliyetin katma değer yaratması, ülke ekonomisine katkı sağlaması, üretici-tüketici değer ve ürün akış zincirinde finansal optimizasyonun sağlanması. Tarım sektöründeki müşterilerimizin üretimlerinin finansmanı amacıyla işletme sermayesi ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik kısa vadeli işletme kredisi ve tarımsal işletme kurulması, edindirilmesi, mevcut işletmelerin kapasite artırımını ve modernizasyonu ile sabit sermaye niteliğindeki canlı materyallerin temini ve makine/alet/ekipman alımına yönelik orta ve uzun vadeli yatırım kredisi sunuyoruz. Müşterilerimizin tarım dışı üretim finansman ihtiyaçları ise çiftçi destek kredisi kapsamındaki ürünlerimizle karşılanıyor. Ayrıca Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş. Kamu Kurum Kuruluşları, Tarımsal Kooperatif ve Birliklerin ürün bedeli ve diğer ödemeleri ile T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı koordinasyonunda gerçekleştirilen destekleme ödemelerine aracılık hizmeti veriyoruz.

Bankanız ne kadar tarım kredisi kullanıyor?

Ülkemizin ve global piyasaların durumuna göre kredi taleplerinin yoğunluğu dönemler itibarıyla değişmekle birlikte, tarımın finansmanı başvurularında bankamız her zaman ilk tercih edilen finans kuruluşu. 2012 sonu itibarıyla yaklaşık 254

bin müşteriye 6,7 milyar TL, 2013 yılı Kasım sonu itibarıyla ise 304 bin müşteriye 9,7 milyar TL kredi kullanıldı. Kasım sonu itibarıyla sektörel kredi portföyümüzün büyüklüğü 18.6 milyar TL'ye ulaştı.

En çok talep gören hizmetleriniz hangileri?

Özellikle bitkisel ve hayvansal üretim alanlarında kapsamlı yatırımlara yönelik kredi taleplerinde ciddi artışlar söz konusu. Bu tür yatırım ve işletme kredilerinde uygun vade ve çok uygun faiz uygulamalarımız tercih edilme nedenlerimizin başında geliyor. Yine son yıllarda Bakanlar Kurulu kararları kapsamında kullanılan faiz indirimli kredi ürünlerine de yoğun talep alıyoruz ve bu kapsamda da ciddi boyutta krediler kullanıyoruz.

2014'te tarım sektörüne yönelik destek - yatırımlarınızda yeni uygulamalar olacak mı?

2014 yılında hem her ölçekte müşteri memnuniyetini artırmak hem de tarımın finansmanında tarımsal değer zincirinin tüm halkalarını bir arada değerlendirerek endüstriyel tarımın gelişimine katkıda bulunmak hedefleniyor. Son yıllarda kapasite artırımına ve ölçek ekonomisine yönelik hamlelere rağmen arzu edilen düzeye ulaştırılamayan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ile sanayi kuruluşları arasında organik bağ oluşturarak üretimde standardizasyon, maliyetlerde düşüş, verimlilik artışı ve sürdürülebilirlik sağlayacak finansman modelleri üzerinde çalışılıyor.



Yapı Kredi Leasing Genel Müdürü
Özgür Maraş

YAPI KREDİ LEASING KOBİ'LERİ BÜYÜTÜYOR

Son beş yıldır sektörde liderliğini sürdüren ve 2013'ü yüzde 15 büyümeyle kapatan Yapı Kredi Leasing'in Genel Müdürü Özgür Maraş, "KOBİ müşterilerine özel hizmet vermek üzere yeniden yapılandık" diyor.

Yapı Kredi Leasing'in müşterilerinin yüzde 80'i KOBİ'lerden oluşuyor. KOBİ müşterilerine özel hizmet vermek üzere tekrar yapılandıklarını anlatan Yapı Kredi Leasing Genel Müdürü Özgür Maraş, önümüzdeki dönemde özellikle yeni yasanın sağladığı bürokratik avantajlar ile KOBİ'lerde daha yaygın işlemler yapmayı planladıklarını belirtiyor.

Yapı Kredi Leasing'in genel yapısı ve hizmetlerinden biraz bahseder misiniz?

Yapı Kredi Leasing olarak 1984 yılında çıkan Leasing Yasası'nın ardından kurulan ilk şirketlerden biriyiz. 1987 yılında 1.1 milyon dolarlık sermaye gücüyle finansal kiralama sektörüne adım attık. Kuruluşumuzdan bu güne klasik leasing ürünlerinin yanı sıra hemen her sektörden müşterilerin ihtiyacına yönelik özel çözümlerle hizmet veriyoruz. Müşterilerimizin çalıştığı sektörleri daha iyi tanıyarak, sektörlerin dinamiklerini daha iyi takip ederek, beklenti ve ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebiliyoruz. Yapı Kredi Leasing olarak iş makinesi, gayrimenkul, sağlık ekipmanları leasing'i, operasyonel leasing, sat ve geri kiralama hizmetlerine ek olarak çeşitli leasing paketleri de sunuyoruz. 2013 yılı ile birlikte son beş yıldır üst üste sektör lideri olarak sürdürülebilir bir başarıya imza atıyoruz. Ayrıca ülkemizde leasing'in tanıtımı, büyümesi ve yenilikler ile takip edilen şirket olma görevini de başarıyla sürdürüyoruz.

Kısa ve orta vadeli hedefleriniz, yatırım faaliyetleriniz ve projeleriniz neler?

Önümüzdeki dönemde farklı alanlarda da portföyümüzü yaygınlaştırmayı hedefliyoruz. Yeni yasa ve sonrasında yapılan düzenlemelerle gelen yeni ürün ve fırsatları hızlı bir şekilde uygula-

maya aldık. Farklı imkanları değerlendirerek, değişen ekonomik ortamda reel sektörün içinde büyümemizi sürdüreceğiz. Müşteri tabanımızı son iki yıllık sürede ciddi anlamda büyüttük. KOBİ müşterilerimizin payı ise yüzde 80'e ulaştı. Hedefimiz müşteri anlamında yıllık ortalama yüzde 20-25 büyümek.

Firmanız açısından 2013 yılı için bir değerlendirme ve 2014 için beklentilerinizi paylaşır mısınız?

Yapı Kredi Leasing olarak 2013 yılında da sektör liderliğimizi sürdürüyoruz. Yılın ilk yarısında yüzde 16'lık bir büyüme sağladık ve ikinci yarıda da bu trendi devam ettiriyoruz. 2013'ü 1 milyar dolarlık işlem hacmi ve yaklaşık 2 bin kontrat ile sonuçlandırmayı hedefliyoruz. Kârlılık olarak ise geçtiğimiz yıllardaki faiz marjlarını koruduk. Bu konuda pazar payı yüksek firmalar arasında da liderliğimizi sürdürüyoruz. 2014 yılında yeni KDV yasa, farklı ürünlerimiz, mevcut tecrübemiz ve lider kimliğimiz ile sektörü büyüten bir kurum olarak müşterilere hizmet ve finansman sağlamayı sürdüreceğiz.

Sektör nasıl bir yıl geçirdi ve bu yıl neler öngörüyorsunuz ?

Leasing sektörü bu yıl 27'lik bir büyüme yakaladı. Pazarın 6.2 milyar dolarlık işlem hacmine ulaşacağını tahmin ediyoruz. Sektörde 2013 sonuna kadar 18-20 bin adet işlem gerçekleştirileceğini söyleyebiliriz. 1 Aralık 2013 tarihli tebliğ ile leasing aracılığıyla yapılan yatırımların çok büyük bir kesiminde KDV'nin yüzde 1'e indirilecek olması sonucunda leasing'i tercih eden firma sayısının daha da artacağını düşünüyoruz. Özellikle inşaat, tekstil, metal ve saç işleme sektörlerinde, adet ve hacim olarak ciddi yatırımlarda leasing'in mutlak öncelikli düşünülecek finansman yöntemi olacaktır görüşündeyiz. Ayrıca sat ve geri kiralama ürününün yeni portföylerle çalışma imkanı yaratması önemli hacim katkısı sağlayacak. Son olarak operasyonel kiralama imkanının artık sektörde akıllı bir şekilde kullanılmasıyla önemli fırsatların yaratılacağını düşünüyoruz.

Ulaştığınız işletme sayısı nedir? Rekabette farklılaşma adına yürüttüğünüz çalışmalar nelerdir?



WEB SİTESİ ÜZERİNDEN NAKİT AKIŞI

Online Leasing hizmetiniz neleri kapsıyor?

Müşterilerimizin sesini dinleyerek takip işlemlerini kolaylaştırmak adına sektörde bir ilk olarak "Online Leasing" ürününü geliştirdik. Bu uygulama sayesinde müşterilerimiz özel şifreleriyle www.ykleasing.com.tr üzerinden hesaplarına ulaşabiliyor, yaptıkları sözleşmenin durumunu anlık olarak takip edebiliyor. Ayrıca aktif olan sözleşmelerine ait son bir yıllık fatura, cari bakiye bilgilerine, hareketlerine ve ödeme planlarına ulaşabiliyor. Müşterilerimiz web sitemiz üzerinden nakit akış ve muhasebe sistemlerini de güncel takip etme imkanı buluyor.

Her yıl 800 ile 1000 adet arası yeni müşteriye işlem yapıyoruz. Yeni ürünlerin de devreye girmesiyle müşterilerimize finansman sağlayacak yeni yöntemler yaratacağız. Sat ve geri kiralama ürünü ile sektör bazımızın farklılaşmasını bekliyoruz. Sene sonu hedefimiz yaklaşık yüzde 15'lik bir artış. Bu amaç doğrultusunda, müşteri adedindeki artışa paralel olarak 2013 yılının ilk çeyreğinde de lider konumumuzu geçtiğimiz sene olduğu gibi sürdürdük. Bugün geldiğimiz noktada 1 milyar TL'lik özsermaye ile yıllık yaklaşık 1 milyar dolarlık yeni iş hacmi hedefimize ulaşacağımızı tahmin ediyoruz.

Sektörel olarak hangi alanlarda iddialısınız? Farklı sektör kollarına özel çözümleriniz var mı? KOBİ'lere yönelik faaliyetlerinizden bahseder misiniz?

2010 yılında KOBİ müşterilerine özel

hizmet vermek üzere tekrar yapılandık. KOBİ'lere özel kredi tahsis ekipleri kurduk. Operasyon tarafındaki teknolojik yatırımlar, 2011 yılında tamamlandı ve işlemleri daha hızlı gerçekleştirmeye başladık. En önemli avantajımız, müşterilerimizin çalıştığı sektörleri daha iyi tanıyarak sektörlerinin dinamiklerini daha iyi takip edebiliyor, beklenti ve ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebiliyor olmak. Satış tarafında KOBİ'lere bölgelerden destek vermek adına kadrolarımızı genişlettik ve bazı noktalarımıza yeni şubeler açtık. Şu an toplamda, sekizi Anadolu'da olmak üzere 13 şubemiz ile hizmet veriyoruz. Müşterilere daha yakın hizmet veren bu yapılanmamız, doğru kararlar almamızda ve yatırımcılara ulaşmamızda çok önemli bir farklılığımız. Bugüne kadar oluşturduğumuz müşteri portföyümüz de bize ciddi anlamda güç katıyor.

Finansbank KOBİ ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı
Metin Karabiber



"BEŞ YILDA İLK ÜÇ BANKADAN BİRİ OLACAĞIZ"

Finansbank, yedi bölgede konumlandığı uzman saha ekibiyle çiftçilere tarımsal danışmanlık hizmeti veriyor. Finansbank KOBİ ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Metin Karabiber, "Beş yıl içinde pazarda ilk üç bankadan biri olmak hedefiyle uzun bir yola çıkıyoruz" diyor.

Üretici ve çiftçilere başta olmak üzere tarımsal faaliyetleri içeren her kesime tarım bankacılığı hizmeti veren Finansbank, KOBİ ve Tarım Bankacılığı çatısı altında pek çok ürün ve hizmet sunuyor. Finansbank KOBİ ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Metin Karabiber, "2014 yılında büyüme alanlarımızdan biri 'Sözleşmeli Üretim Kredileri' ve faiz avantajı sunacağımız üretim alanlarından bir diğeri de 'Organik Tarım ve İyi Tarım' uygulamaları olacak" diyor...

Tarım bankacılığındaki hizmetleriniz neleri kapsıyor?

Tarım ve hayvancılık sektörü içerisindeki bitkisel üretim, hayvancılık, su ürünleri, tavukçuluk,

seracılık alanlarına tüm faaliyet kollarına özel 29 farklı kredi ürünümüz ve sektör dinamiklerine uygun tüm bankacılık ürünlerimizle hizmet sunuyoruz. Sektörde faaliyet gösteren üreticilerin mevsimsel şartlarını dikkate alarak kredi ödemelerini müşterilerinin gelir elde etme dönemine uygun olarak düzenleyerek tarımsal işletmelerin, modern tekniklerle üretim yapan, ölçek ekonomisine uygun, yerel ve uluslararası pazarlara entegre olmasını sağlayacak yapıya ulaşmalarına destek veriyoruz. Finansbank Tarım Bankacılığı bakış açısı ile tek odak noktamız üreticilerimiz, çiftçilerimiz değil. Sektör üreticisi, gübre satıcısı, ilaç satıcısı, fide üreticisi, akaryakıt satıcısı gibi üretime girdi sağlayan noktaları ve tarımsal ürünü hammadde olarak işleyen veya işlemeksizin direkt üreticiye satan tarıma dayalı sanayi ve tarımsal ürün ihracatını yapan her ticaret erbabı ile bir bütün. Yani tarımsal bir değer zinciri var ve bu zincirin her halkası bizim hizmet alanımız.

Bankanız ne kadar tarım kredisi kullanıyor? Bu oran hakkında 2014'de ve ilerisinde gelişmeler olacak mı?

2013 yıl sonu itibariyle müşteri sayımızı iki kat artırarak sektör pazar payımızı yüzde 2 seviyesine getireceğiz. Ancak hedeflerimiz sadece 2013 yılı ile sınırlı değil; beş yıl içinde pazar payında ilk üç bankadan biri olmak hedefiyle uzun bir yola çıkıyoruz. Bunu sağlayacak gelecek dönem stratejilerimiz ve buna bağlı organizasyonel ve sistemsel altyapımızı hazırladık. Sektörle birlikte büyümeye kararlıyız. 2014 yılından itibaren hizmet hızı ve kalitemizi ön plana çıkararak sektörün ilk tercih edilen bankası olma iddiamızla sektöre hareket getireceğiz. Sektörün en önemli sorunlarının başında, ihtiyaç duyulan sermayeye zamanında ve en uygun

şartlarda ulaşmak geliyor. Bu ihtiyaç sadece finansman sağlayarak çözülmez, önemli olan çok değerli bir iş yapan üreticilerimizin hak ettikleri değerde, kaliteli hizmete ulaşmalarını sağlamak.

Hizmetlerinizden en çok talep görenler hangileri oldu?

2013 yılında uzun vadeli yatırım kredilerinde çiftçimize sağladığımız 120 ay vade ve düşük faiz oranları en çok talep gören ürünümüz haline geldi. Kredilerin sağlıklı bir şekilde sisteme dönmesi için doğru ödeme planı oluşturmak tüm unsurlardan daha önemli, bu konuda sorunsuz bir süreçle çiftçilerimizin üretim özelliklerine uygun çok esnek planlar sunuyoruz.

Bu yılki yatırımlarınızda hangi hizmetler daha da genişleyecek?

Bu yıl öncelikli büyüme alanlarından biri 'Sözleşmeli Üretim Kredileri'. Tarımsal işletmelerin önemli sorunlarından biri pazar entegrasyonu. Buna yönelik hazırladığımız Sözleşmeli Üretim Kredileri'nde faiz avantajı sunarak bu alanda odağımızı artırıyoruz. Faiz avantajı sunacağımız üretim alanlarından biri de 'Organik Tarım ve İyi Tarım' uygulamaları olacak. Bunlar uluslararası pazar uyumu açısından önem vermemiz gereken alanlar. Bu nedenle üretimini sertifikalı hale getiren işletmeleri öncelikle destekliyoruz. Sektörde karşılaşılan olası risklere karşı güvence oluşturan ve primlerinin yüzde 50'si devlet tarafından karşılanan TAR-SİM Sigortası konusunda da çiftçinin yanındayız. Çiftçilerimize Ferdi Kaza Sigortası ve Traktör Kasko Sigortası gibi ürünleri de sunuyoruz. Finansbank'ın web sayfasında Tarım Bankacılığı uygulamaları için hazırladığı özel alandan, çiftçiler tarım danışmanlarına ulaşabiliyor ve özel destek alma olanağı elde ediyor.

İŞLETMELERİN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRACAĞIZ

Bankanızın tarım 2023 vizyonunu bizimle paylaşır mısınız?

2023 tarım vizyonumuz; temelde ölçek ekonomisi problemi, verimsiz iş gücü kullanımı, pazar entegrasyon sorununu çözmüş, uluslararası alanda rekabet edebilir tarımsal işletmeler oluşturmak üzere kurulu. Finansbank olarak sektöre hizmet amacımız doğrultusunda Türkiye'nin 2023 vizyonu paralellik gösteriyor. Tüm stratejilerimiz bu gelişim ve değişime olan inancımız temeli üzerine kurulu. Tarım Bankacılığı bizim için dönemsel bir faaliyet alanı değil; gelecekte hepimiz için çok daha önemli hale gelecek bu sektörün gelişimine tüm kaynaklarımız ve hizmet noktalarımızla destek vermeyi sürdüreceğiz.

Finansbank Tarım Bankacılığı'nı kullanan üreticiler ne tür avantajlar elde ediyor?

Bizim için şubelerimizin kapısından giren her çiftimiz, üreticimiz değerlidir ve en üst seviyede hizmeti hak eder. Bu bakış açısı ile oluşturduğumuz hizmet katmanlarını üreticilerimizle buluşturuyoruz. Tarım ve hayvancılık sektörüne verdiğimiz desteğin asıl amacı, işletmelerimizin uluslararası normlara uygun üretim tesisi haline gelerek rekabet güçlerini artırmaları. Bu kapsamda Projeli Yatırım Kredileri önem verdiğimiz alanlardan biri haline geliyor. Bu sayede işletmelerin ölçek ekonomisine uygun hale gelmesine ve daha verimli çalışan tarımsal işletmeler haline dönüştürülmesini de destek oluyoruz. Uzun vadeli yatırım kredilerinin uygun faiz oranlarıyla sağlanması ve ödemesiz dönem içermesi, yatırım yapacak çiftçinin finansman döngüsünü oluşturmada büyük avantaj sağlıyor. Yatırım çarkının dönmeye başladığında ödemelerin başlıyor olması bu ürüne olan talebi artırıyor

"2013 yıl sonunda müşteri sayımızı iki kat artırarak sektör pazar payımız yüzde 2 seviyesine gelecek. Hedeflerimiz sadece 2013 yılı ile sınırlı değil. Organik Tarım ve İyi Tarım uygulamaları, büyüme alanlarımızdan biri olacak."



Denizbank Tarım Bankacılığı
Pazarlama ve Projeler Grup Müdürü
Dr. Levent Öztürk

"TARIMA EN YÜKSEK KREDİYİ KULLANDIRIYORUZ"

Denizbank, ziraat mühendislerinden oluşan ekibiyle her yörede tarım bankacılığı hizmeti sunuyor. Denizbank Tarım Bankacılığı Pazarlama ve Projeler Grup Müdürü Dr. Levent Öztürk, "Son yedi yılda özel bankalar arasında en yüksek tarım kredisi kullandıran banka konumundayız" diyor.

Denizbank, tarımsal üretim faaliyetinin bütününe, işletme sermayesi ve yatırım kredisi temin ederek tarımsal alandaki bankacılık faaliyetlerini her geçen gün daha da ileri taşıyor. Denizbank Tarım Bankacılığı Pazarlama ve Projeler Grup Müdürü Dr. Levent Öztürk, "Bitkisel üretimden hayvansal üretime kadar tüm tarımsal faaliyetin finansmanı için ayrı ürün ve hizmetlerimiz var" diyor.

Tarım sektörüne yönelik sunduğunuz hizmetleri anlatır mısınız?

Üreticilere ve tarımsal işletmelere, ihtiyaçlarına özel hazırlanmış işletme ve yatırım kredileri sunarak konusunda uzman per-

sonelimizle tarım bankacılığı hizmeti veriyor, sektörün gelişmesine katkı sağlıyor, bir başka deyişle işletmeye yatırım yapılmasını sağlıyoruz. Tesis modernizasyonu, ekipman alımı ve projeli yatırımların finansmanı alanında yaptığımız uygulamalarla Türkiye'de tarım sektörünün en temel sorunu olan ortalama işletme büyüklüklerinin artmasına önemli ölçüde katkıda bulunuyoruz.

Bankanızın, çiftçilere yönelik bu uygulamalarından öne çıkan ve rağbet gören hizmetleri hangileri?

Sektörün ihtiyaçlarına özel tasarladığımız 'Üretici Kart' ile üreticilerimize yaklaşık 12 bin anlaşmalı üye işyerinde tarımsal girdi alımlarında avantajlar sağlıyoruz. Petrol Ofisi ile sürdürdüğümüz kampanya çerçevesinde üreticilerimiz, anlaşmalı Petrol Ofisi bayilerinden Üretici Kartları ile beş ay vadeli ve faizsiz akaryakıt alabiliyorlar. Benzeri kampanyalarımız yem, tarım ilacı, tohum, fide satışı yapan bayilerde de uygulanıyor. Üreticiler Üretici Kart'a kolay ve hızlı bir şekilde formalitesiz olarak başvurabiliyorlar. Şubelerimizden, anlaşmalı üye işyerlerindeki POS makinelerimizden, ATM'lerimizden, web sayfamızdan ya da sadece bir SMS atarak cep telefonlarından Üretici Kart başvurusunda bulunabiliyorlar. Bu sene Türkiye'nin en büyük tarım kartı Üretici Kart'ı kullanan müşterilerimiz arasında yapılan çekiliş sonucunda 15 müşterimiz

Ekonomik destek yanında Denizbank Tarım Akademi bünyesinde de çiftçiye destek oluyorsunuz. Bu çalışmalardan bahseder misiniz?

Üreticilerimizin daha bilinçli üretim yapabilmeleri için bankacılık sektöründe yine bir ilke imza atarak, bankamız bünyesinde oluşturduğumuz Denizbank Tarım Akademi ile üreticilere ve tarımsal

işletmelere tarımsal içerikli eğitimler veriyoruz. Denizbank Tarım Akademi'de verilecek eğitimlerle üreticilerin ve tarımsal işletmelerin üretimlerini daha bilinçli yapmalarına katkı sağlıyoruz. Ayrıca bu eğitim paketinden yararlanan yatırımcılar, gelişmekte olan büyük bir pazarın oyuncusu olma, yenilikleri ilk ve en güvenilir yerden temin etme avantajına sahip oluyor. Tarımsal işletmeler ise işletme becerilerini geliştirmenin yanı sıra yönetim şekilleri için de yol gösterici olan bu eğitim modüllerinden faydalanabiliyorlar.

Denizbank'ı tarım bankacılığındaki rekabette hangi yönleri avantajlı kılıyor ?

Bankamızın, tarım sektöründeki potansiyeli ve gelişimleri görüp bu sektöre yatırım yapması, sektördeki finans hareketlerine farklı ve yeni bir bakış açısı getiriyor. Tarım sektörüne daha önceki yıllarda kamu bankaları tarafından finansman sağlanırken, tarım bankacılığına başladığımız 2003 yılından itibaren sektöre kullanılan krediler önemli ölçüde arttı ve diğer özel bankalar da tarıma kredi kullanırmaya başladı. Ülkemiz ekonomisi için bu kadar önemli olan tarımı keşfeden ilk özel banka olarak bu alandaki faaliyetlerimiz, diğer bankalara da çalışmalarını tarımda yoğunlaştırmak üzere ilham veriyor; dolayısıyla tarımın finans sektörünün gündemine girmesinde öncü konumda bulunuyoruz. Buna paralel olarak üreticiler ve tarımsal işletmeler finansal hizmet müşterisi konumuna ilk olarak bankamız tarafından taşındı, kredilendirme işlemlerinde üreticilerimizi sahip oldukları işletme dinamikleriyle değerlendiriyoruz. Tarım kredilerimizdeki en temel farklılığımız, üreticilerimize ihtiyaç duydukları finansmanı sağlarken tarımsal faaliyetlerine ve gelir elde etme pe-yriyotlarına göre ödeme takvimini belirleyebilmemiz.

"EN FAZLA TARIM KREDİSİ KULLANDIRAN ÖZEL BANKAYIZ"

Tarım sektörüne yönelik sunduğunuz kredilerle ilgili bilgi verir misiniz?

Bankamız son yedi yıldır özel bankalar arasında tarım sektörüne en fazla kredi kullandıran banka konumunda. Müşteri sayımız 700 bine , Türkiye genelinde çiftçilere kullandığımız kredilerin büyüklüğü ise 3 milyar TL'ye ulaştı. Bankamızda tarım kredilerimizin toplam nakdi kredilerimiz içerisindeki payı her geçen gün artıyor. Denizbank, tarım kredileri alanındaki liderliğini korumayı ve tarımın finansmanından daha büyük pay almayı hedefliyor."

Denizbank, önümüzdeki 10 yılda tarım sektörünün hedeflerine ne tür katkılar sağlayacak?

Tarım sektörünün finans ihtiyacı her geçen gün artıyor. Bankamız, tarıma sağladığı finansal desteği, aynı zamanda sosyal sorumluluk olarak görüyor. Tarımın, bir ülkenin kendi kendini idamesi açısından stratejik sektörlerden biri olduğunun bilinciyle, çiftçilerin iş ve yaşam kalitelerinde fark yaratmak üzere yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Küresel iklim değişikliği gibi kritik bir konunun gündemimizi meşgul ettiği günümüzde, çiftçimize, üreticimize verdiğimiz hizmetin sürdürülebilir yarınlara verdiğimiz hizmetle eşdeğer olduğuna inanıyoruz. Tüm bu çalışmalarımızda amacımız; ülkemizde tarımsal verimliliğin artmasına, uluslararası rekabet gücümüzün yükselmesine katkı sağlamak. Ülkemizin 2023 yılına dönük 150 milyar dolar tarımsal üretim, 40 milyar dolar tarım ihracatı gibi hedefler için çalıştığı bir dönemde, finansman ve verimlilik araçlarımızla bu hedefe katkı sağlamayı, tarım dostu bir banka olarak sorumluluğumuz olarak görüyoruz.

Türkiye 2023 yılına dönük 150 milyar dolar tarımsal üretim, 40 milyar dolar tarım ihracatı hedefleri için çalışıyor. Finansman ve verimlilik araçlarımızla bu hedeflere katkı sağlamayı, tarım dostu bir banka olarak sorumluluğumuz olarak görüyoruz."



TARIMDA MAKİNELEŞME: YEŞİL DEVRİM

Verimli ekim ve üretim için modern teknikler vazgeçilmez hale geldi. Avrupa ve Türkiye’de Marshall yardımlarıyla gelişen tarımda makineleşme, başta traktör olmak üzere birçok tarımsal makine yelpazesini içeren bir pazar.

Yirminci yüzyıldaki sanayileşme akımı, tarıma da yansıdı ve tarım faaliyetlerinde insanın rolünü azaltan makineler kullanılmaya başlandı. Tarımda makineleşme süreciyle birlikte, modern tarımsal uygulamalar artarken sektör, sanayinin üretim araç gereçlerinin pazarı haline geldi. 1950 ve 1984

yılları arası tarımda bütün dünyada gelişen Green Revolution (Yeşil Devrim) olarak adlandırılan makineleşmeden dolayı dünya tahıl verimi yüzde 250 arttı.

Öyle ki tarım makinelerinin üretimi, ABD sanayisinin İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşturduğu büyük sanayileşme sürecinde daha da gelişti.

Marshall Planı’yla yaygınlaştı

ABD bu süreçte dünya politikasına yön verirken, tarımda makineleşme süreci uyguladığı stratejilerde dahi yer aldı. Örneğin 1950–51 döneminde Marshall Planı’na dahil ülkelerde traktör üretiminin, 1946–47 dönemine oranla beş kat, diğer tarım teçhizatı üretiminin de üç kat artırılması planlandı. Bir diğer ifadeyle bu dönemde tarımsal alanda, ABD’nin dış yardım politikalarının da yardımıyla özellikle Batı Avrupa ülkelerinde önemli bir mekanizasyon süreci yaşandı. Kimyasal ürünler, makineler ve teknolojik olanakların kullanımı büyük ölçüde artış gösterdi.

1960’lara gelindiğinde tarım ve gıda alanında faaliyet gösteren Avrupa sermayesi, ABD sermayesiyle rekabet edecek güce ulaştı. Bu rekabete paralel olarak bu tarihten itibaren, hem ABD’de hem de Batı Avrupa ülkelerinde tarım-



sal üretim ile ilgili Ar-Ge çalışmalarında önemli bir artış yaşandı. Öte yandan bu dönemde ortaya çıkan ve “yeşil devrim” olarak adlandırılan gelişmeler sonucunda dünyanın birçok bölgesinde tarımsal üretimde önemli artışlar yaşanmaya başladı. Günümüzde ise tarımsal faaliyetlerde makine kullanımı, üretim ve pazara hizmet götürmenin bir gerekliliği olarak karşımızda duruyor.

Türkiye, tarımsal makede 10’uncu

Dünyada geneli tarımsal alanda kullanılan, 1 trilyon 274,9 milyar dolarlık makine ekipmanı bulunuyor. Türkiye tarımda 33,2 milyar dolarlık makine ekipman stokuyla dünyada 10’uncu sırada. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü verilerine göre, 129 milyar 94 milyon dolarlık tarımsal sermaye stokuyla dünyada ABD, Çin, Hindistan, Japonya, Brezilya ve Rusya’nın ardından yüzde 2,41

payla yedinci sırada bulunan Türkiye’nin, tarımsal sermaye stokunun yüzde 25,7’sini makine ekipmanı oluşturuyor.

ABD’nin 268,1 milyar dolarla birinci olduğu tarımda makine ekipman stokunda, Japonya’nın 213,2 milyar dolarla ikinci, Çin’in 97,9 milyar dolarla üçüncü, Hindistan’ın 65,3 milyar dolarla dördüncü sırayı alıyor. Polonya 54,4 milyar dolarlık tarımda makine ekipman stokuyla beşinci, Almanya 53,5 milyar dolarla altıncı, İtalya 44,3 milyar dolarla yedinci, Fransa 41,3 milyar dolarla sekizinci, Kanada 36,1 milyar dolarla dokuzuncu sırada bulunuyor.

Türkiye 33,2 milyar dolarla 10’uncu, Rusya 29,8 milyar dolarla 11’inci, İspanya 28,8 milyar dolarla 12’nci, Brezilya 28,4 milyar dolarla 13’üncü, İngiltere 22,7 milyar dolarla 14’üncü sırayı alıyor. Dünyadaki tarımsal makine ekipman stokunun yüzde 21,03’ü ABD’de, yüzde 16,72’si Japon-

TÜRKİYE TARIMINDA MAKİNELEŞME

- 85 türde 10 milyona yakın alet ve makine kullanılıyor.
- 33,2 milyar dolarlık makine ekipman stokuyla dünyada 10’uncu sırada.
- Dünyadaki tarımsal makine ekipman stokundan yüzde 2,6 pay alıyor.
- 1 milyon 200 binden fazla traktör kullanılıyor.
- Traktörlerin yaş ortalaması 23 iken Avrupa’da bu sayı 10.
- Satılan traktörlerin yüzde 90’ından fazlası banka kredisi ile alınıyor.
- Karasaban sayısı 50 bin, döven sayısı da 16 bine düştü, hala kullanılıyor.

ya’da, yüzde 7,68’i Çin’de, yüzde 5,12’si Hindistan’da bulunuyor. Türkiye, dünyadaki tarımsal makine ekipman stokundan yüzde 2,6 pay alıyor.

Makineleşmeye ayak uyduramayanlar

Çok büyük gelişmiş tarım ekipmanlarına sahip işletmelerin yanında traktörü olmayan ve hala eski araçları kullanan çok sayıda üretici, Türk tarımında önemli bir çoğunluğu oluşturuyor. Türkiye’de karasaban sayısı 50 bin, döven sayısı da 16 bin kullanıma sahip. Bunun nedeni, üreticilerin alım gücündeki dalgalanma ve düşüşler. Bugün üretim girdilerinin yaklaşık yüzde 35’i mekanizasyon girdisi olarak gösteriliyor.

Türkiye, traktörde kalitenin adresi

Türkiye tarımında 85 türde 10 milyona yakın alet ve makine kullanılıyor. Üreticinin 1 milyon 200 binden fazla traktörü var. Traktörden sonra römork, traktör pulluğu, dişli tırmık gibi alet ve makineler geliyor. Traktörün yanı sıra TÜİK verilerine göre tarımda 293 bin damla sulama tesisi, 236 bin yağmurlama tesisi, 254 bin adet süt sağma makinesi, 249 bin yayık, 200 bin krema makinesi de bulunuyor. Tarımda kullanılan makinelerin sayısının artması, tarım makineleri üretim, bakım ve onarım sektörlerinin de gelişmesini sağlıyor.

Çiftçiler traktör alımında banka kredilerini çok etkin kullanılıyor. Satılan traktörlerin yüzde 90’ı banka kredisiyle alınıyor. Daha önceleri traktör modelleri çok sık değişmezken günümüzde neredeyse her yıl yeni traktör modelleri görücüye çıkıyor. Çiftçiler ve tarımsal işletmeler traktör alımında banka kredilerini kullanıyor. Türkiye’de geniş toprakların işlenmesinde kullanılan ekipmanlarda leasing yöntemi de giderek yaygınlaşıyor.



TRAKTÖRE GÜÇ VEREN MARKA: TÜRKTRAKTÖR

60 yıllık geçmişiyle TürkTraktör, yurtiçi ve yurtdışında kendine güçlü bir yer edindi. Türkiye'nin en büyük traktör üreticisi olan TürkTraktör'ün Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Matthieu Sejourné, "Tasarımını kendi mühendislerimizin yaptığı New Holland ve Case IH markalarıyla toprağı işlemeye devam ediyoruz" diyor.

TürkTraktör Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Matthieu Sejourné, şirketin 80 milyon dolarlık yatırımla gerçekleştirilen yeni fabrikasıyla üretimde daha güçlü bir konuma erişeceğini kaydediyor. Sejourné; "Büyüme odaklı yatırımlarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Ankara'daki mevcut fabrikamızın yanı sıra, 2014 yılında faaliyete geçmesini planladığımız Erenler fabrikamız ile yurtdışı pazardaki artan taleplere daha da iyi yanıt vermenin yanı sıra yerel talebin ihtiyacını da daha etkin karşılıyor olacağız" diyor.

TürkTraktör'ün marka ve değer olarak bugün geldiği noktadan bahseder misiniz?

Türkiye'de otomotiv sektörü-



"Türk çiftçisinin yanındayız"

TürkTraktör'ün gelecek projeksiyonlarından söz eder misiniz?

Bugün 130'dan fazla ülkeye Türkiye'de ürettiğimiz traktörlerin ihracatını gerçekleştiriyoruz. En başından beri hedefimiz Türkiye tarımına ve Türk çiftçisine fayda sağlamak, Türkiye'nin sahip olduğu tarımsal potansiyelin en iyi şekilde kullanılmasına katkıda bulunmak ve herkes açısından verimliliği en yukarıya taşımak oldu. Bu amaçtan hareketle en gelişmiş ve yenilikçi ürünleri çiftçilere sunmaya ve bir yandan da Türkiye'nin adını yurtdışı pazarda en iyi şekilde temsil etmeye devam edeceğiz."

nün ilk üreticisi TürkTraktör olarak 1954 yılından beri Türk çiftçisinin hizmetindeyiz. Amacımız; Türkiye tarımını desteklemek ve çiftçilere en iyi teknolojiyi sunarak yüksek tarım standartlarını yakalamak. Ortaklarımız Koç Holding A.Ş. ile dünyanın en büyük traktör ve zirai ekipman üreticilerinden CNH Grubunun desteğiyle, sektördeki birçok ilkin ve altında imzamız bulunuyor. Elde ettiğimiz sonuçlar da; bu iki ortaklığın başarısını vurguluyor: 2007'den bu yana lider olduğumuz Türkiye traktör pazarında 2013 yılı dokuz aylık dönemde 2012'nin aynı dönemine kıyasla yüzde 4 artışla, toplamda 1,6 milyar TL ciro elde ettik ve toplamda 28 bin 344 adet traktör satışı gerçekleştirdik. Ankara'da bulunan fabrikamızda 2 bin 600'den fazla kişi çalışıyor. Köklü geçmişimizin yanı sıra başarımızın arkasında sektörün en gelişmiş ve yaygın satış ve servis ağına sahip olmamız ve çiftçilerin yanında durmamız yatıyor. Güncel olarak 130 bayi ve 500'ün üzerinde satış noktamız bulunuyor.

Ürünleriniz hakkında bilgi verir misiniz? En çok hangi modeliniz rağbet görüyor ve yeni model tasarımlarınız var mı?

Tasarımını TürkTraktör mühendislerinin yaptığı New Holland ve Case IH markalarımızla; altı ana seride 48 HP-110 HP aralığında geniş opsiyon seçeneklerine sahip traktörler üretiyoruz. TürkTraktör; Case IH ve New Holland marka traktör ve ziraat ekipmanlarının üretiminin yanı sıra, New Holland TDD ile Case IH JX seri traktörlerin dünyadaki tek tasarım merkezi, Utility Light seri traktörlerin dünyadaki tek üretim merkezi ve 66 serisi transmisyonlar için dünyadaki tek mühendislik ve üretim merkezi. Hem Türkiye pazarında hem de ihracatta gurur kaynağı olan TDD serisinde yaptığımız değişikliklerle ön plana çıkıyoruz. TDD 90, 100 ve 110 modellerinde sunduğumuz ve çiftçilerin gereksinimleri sonucunda ortaya çıkan orta hidrolik kol uygulaması ile ekipman takıp çıkartmak veya ayarlamak artık çok daha kolay gerçekleşiyor.

Hedefleriniz doğrultusunda ne tür yatırımları devreye aldınız ve ne tür yatırımlar yapacaksınız?

Bugün geldiğimiz noktada TürkTraktör olarak Türkiye'nin en büyük traktör üreticisi konumunda bulunuyoruz. Büyüme odaklı yatırımlarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Ankara'daki mevcut fabrikamızın yanı sıra Mart ayında Erenler fabrikamızın da temellerini attık. İkinci tesisimiz, 80 milyon dolarlık bir yatırımı temsil ediyor. 2014 yılında faaliyete geçmesini planladığımız Erenler fabrikamızla yurtdışı pazardaki artan taleplere daha da iyi yanıt vermenin yanı sıra yerel talebin ihtiyacını da daha etkin karşılıyor olacağız. Bunun yanı sıra bu yatırımın Sakarya'nın bölgesel ekonomisine katkıda bulunacağına inanıyorum. Ayrıca, Ankara'daki fabrikamızın modernizasyonu için yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

Sektörünüze yönelik uygulanan teşvikler hakkında neler düşünüyorsunuz? Bu konuda beklentileriniz var mı?

Türkiye traktör parkının neredeyse yarısını temsil eden 700 binden fazla traktör 25 yaşın üstünde. Türkiye'de şu anda ağırlıklı olarak bir ve ikinci nesil traktörler dahası, herhangi bir sınıflandırmaya dahil olmayan traktörler kullanılıyor. Şu anki hurda teşviki bugünden itibaren başlatılırsa; üçüncü nesil traktörleri kapsayacak. Oysa az önce de belirttiğim gibi dünya en son teknoloji ürünü olan dördüncü nesil (Tier 4) traktöre geçiyor. Avrupa ve ABD, 2014'ten itibaren dördüncü nesil traktörleri zorunlu hale getirecek. Türkiye'de 2016'da uygulanması planlanan teşvikin en yeni nesil traktörlerin alımı için kullanılması, Türkiye'ye dünya pazarında büyük bir avantaj sağlayacak. Söz konusu miktarda traktörün değişmesi anlamına gelen bu sürecin çok iyi planlanması gerekiyor. Türkiye'de doğrudan çevreyi en az kirleten, enerji tasarruflu, dördüncü nesil traktörlerin ülke çapında kullanılması teşvik edilebilir. Bu traktörlerin fiyatı daha yüksek olabilir ama bu fark zamanla azalacak. Bu adım şimdi atılmazsa, Türkiye'nin dünya ile arasındaki teknoloji farkı artacak. Oysa Türkiye global pazarda lider olabilir ve dünyanın en büyük traktör ihracatçılarından biri olabilir.



Tarımsal sektörlerin son 5 yılda göstermiş olduğu %40 oranındaki artışı ve sektörel bazda ihracat gelişimini gösteren tabloda yer aldığı gibi 2012 yılında tarımın toplam ihracatımızdaki payı % 10'dur.

TARIMDA 2023 VİZYONU

Cumhuriyetimizin 100.yılında, dünyada tarımsal ekonomik büyüklükte ilk 5 ülke arasında, tarımsal gayrisafi yurtiçi hasılası 150 Milyar dolara ulaşmış, sürdürülebilir büyümesini devam ettiren, tarımsal ihracatı 40 milyar doları aşmış, tarımsal Ar-Ge alanında bölgesinde ve dünyada söz sahibi bir Türkiye hedeflenmektedir.

Tarım Sektörü, Fındık, Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar, Kuru Meyve, Meyve Sebze, Su Ürünleri, Süs Bitkileri, Yaş Meyve Sebze, Tütün ve Zeytin-Zeytinyağı olmak üzere geniş sektör grupları ile 2023 İhracat Stratejisi çerçevesinde çalışmalarını hızla sürdürmektedir. Sektörde artan yatırımlar, yüksek teknolojinin üretim sistemlerine entegrasyonu, Ar-Ge çalışmaları ve Tanı-

tım Grupları eliyle yürütülen etkili tanıtım çalışmaları sayesinde sektör ihracatı hedeflenen rakamların oldukça üzerinde seyretmektedir.

Tarımsal sektörlerin son 5 yılda göstermiş olduğu %40 oranındaki artışı ve sektörel bazda ihracat gelişimini gösteren tabloda yer aldığı gibi 2012 yılında tarımın toplam ihracatımızdaki payı % 10'dur.

2013 yılı Ocak-Kasım döneminde tarım sektörü ihracatı bir önceki yılın aynı döne-

mine kıyasla % 10 oranında artış göstererek 15 milyar doları aşmıştır. Bu dönemde sektör ihracatının toplam içerisindeki payı ise % 11 olarak gerçekleşmiş ve % 136 oranında artış ile en çok artış gösteren zeytin ve zeytinyağı sektörü olmuştur.

Sektördeki Ar-Ge Faaliyetleri

TÜİK ve Çevre ve Orman Bakanlığı verilerine göre ülkemizin son 20 yıldaki kişi

araştırma merkezleri) nezdinde çeşitli Ar-Ge faaliyetleri yürütülmektedir.

Ayrıca, Ankara, Diyarbakır, Antalya, Konya, Samsun ve İzmir'de Tarımsal Araştırma Enstitüleri faaliyet göstermektedir. Bu Araştırma Enstitülerinde yıllık 70 milyon TL bütçeli, 12 Ana Proje altında, yaklaşık 1200 alt proje yürütülmekte ve her yıl yaklaşık 250 proje sonuçlandırılmaktadır.

Bakanlığın ve sektörün ihtiyaç duyduğu konularda Özel Sektör, STK ve Üniversitelere yönelik destek programı başlatılmıştır. Bu programdan 2007-2012 yılları arasında 452 proje önerisi alınmış, bu projelerden 115'i desteklenerek, toplam 12,4 milyon TL destekleme ödemesi yapılmıştır.

TARIM SEKTÖRÜ 2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİ

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü 2023 İhracat Stratejisi

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin 2023 yılında 500 Milyar Dolar ihracat hedefiyle başlattığı girişimin ilk adımı olarak "Balanced Scorecard" metodolojisinden yararlanılarak makro ve sektörel düzlemde çalışmalar yürütülmüştür. Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 15 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 124 Başarı Kriteri ve 56 Eylem Maddesi belirlenmiştir.

Stratejide sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması için 5'er yıllık dönemlerle belirlenen stratejik hedefler takip edilmektedir. Sayısal verilerin oluşturulmasında, Birleşmiş Milletler uluslararası ticaret veri sisteminden yararlanılmış, sayısal veriler ve öngörüler için SITC-3 ve Harmonize Sistem-1992 sınıflandırmaları kullanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te % 1,2 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te % 1,8'e ulaşması ve ihracatın 13,7 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir.

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektörü, geniş alt sektör grupları ile (hububat, bakliyat, baharat, bitkisel yağlar, değirmencilik ürünleri, kakao-lu mamuller, pastacılık ürünleri, şeker ve

şeker mamulleri, diğer gıda müstahzarları) sürekli gelişim göstermekte ve hedeflerin gerçekleştirilmesi bakımından oldukça başarılı bir dönem geçirmektedir.

Sektör ihracatı 2012 yılını hedeflediği miktarın üzerinde bir artış göstererek 5,9 milyon dolara ulaşmıştır. 2013 yılı Ocak-Kasım döneminde ise sektör ihracatımız, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre % 10,3 artarak 5,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde başta Irak, Suriye, Suudi Arabistan, İsrail, Libya, BAE, Almanya olmak üzere toplam 214 farklı ülkeye ihracat gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 2013 Kasım ayı sektör ihracatımız, 2012 yılına kıyasla % 16,2 oranında artış göstererek 675 milyon dolara ulaşmıştır. Sektörde gerçekleştirilen bu önemli atılımda, devlet teşviklerinin artması, markalaşmanın öneminin farkına varılması, tasarım odaklı büyümenin hedeflenmesi vb. nedenler etkili olmuştur.

TİM Strateji Ofisi

HUBUBAT/BAKLİYAT/YAĞLI TOHUMLAR SEKTÖRÜ – 2023 İHRACAT STRATEJİ HARİTASI

IS-1

Sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla

IS-2

Alt-sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla

IS-3

İhracat kapasitesini geliştir

PD-1

Hedef pazarlarda rekabetçi gücü artırarak pazar payını artır

PD-2

Hedef pazarlarda bilinirliği artır

ÜRETİM

KB-1

Pazar odaklı iyi tarım uygulamalı üretimi yaygınlaştır

KB-2

Üretim kapasitesini ve verimliliği artır, üretim ve kalitede süreklilik sağla

KB-3

Uluslararası fiyat ve koşullarda hammadde temini sağla

KB-4

Sektörde kayıtdışı oranını azaltarak, kalite, gıda güvenliğini ve güvencesini artır

PAZARLAMA VE SATIŞ

KB-5

Hedef pazarları ve rakipleri iyi anla, "Türk Markası" tanıtım ve imajını oluştur

KB-6

Satış ağını etkinleştir ve hedef pazarlarda zincir market ağına girerek nihai tüketiciye ulaş

ÜRÜN GELİŞTİRME

KB-7

Tüketici beklentilerine uygun ürünler geliştir, ambalaj tasarımı ile farklılaş

KB-8

Yeni teknolojilerin takibi ve verimlilik artışı sağlamaya yönelik Ar-Ge çalışmalarını artır (Organik Ürünler)

LOJİSTİK

KB-9

Ulaşım altyapısını iyileştir, dağıtım şirketleri ile işbirlikleri geliştirerek kombine taşımacılık üstleri oluştur

KB-10

Sertifikasyon güvencesi sağla, satış sonrası hizmetleri geliştir

HİZMETLER

MEVZUAT

KB-11

Mevzuatı ve yatırım teşvik sistemini sektörün rekabetçi gücünü gözetenek, AB ve DTÖ kuralları çerçevesinde yapılandır

KB-12

Uygun koşullarda finansman desteği sağla

KB-13

İNSAN KAYNAKLARI

Kalifiye, liderlik yetkinliğine sahip ve teknik altyapısı güçlü elemanların ve bilinçli üreticilerin yetiştirilmesini sağla

KB-14

BİLGİ ALTYAPISI

Üretimin her aşamasında izlenebilirliği sağla, iyi tarım uygulamaları üretim ve üretici veritabanını oluştur

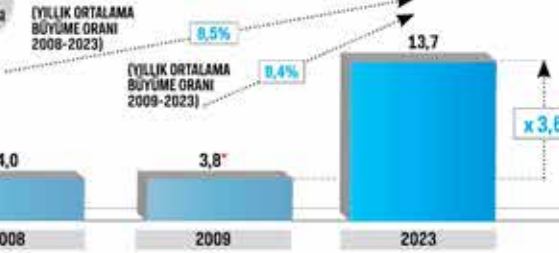
KB-15

KURUMLAR ARASI İŞBİRLİĞİ

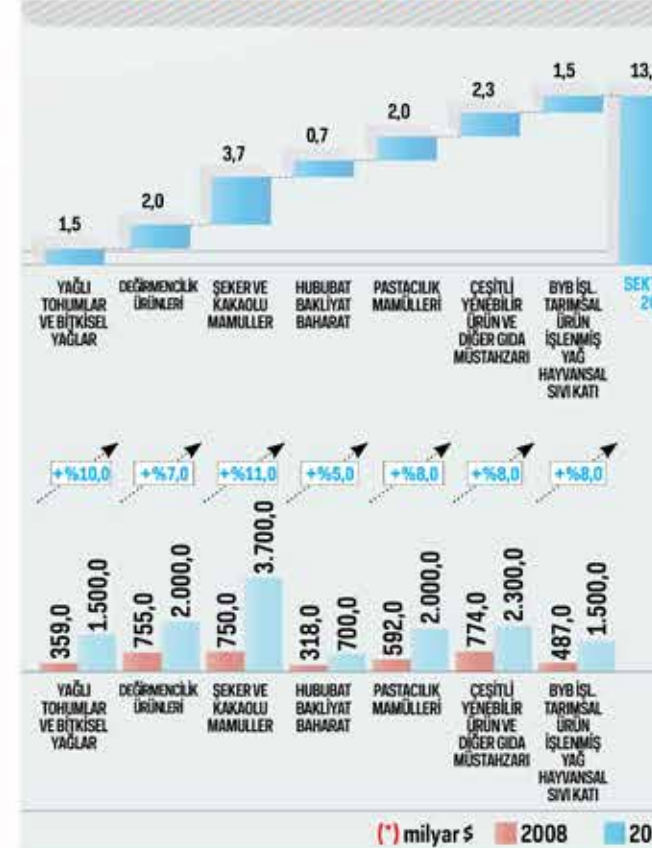
Sektörü temsil eden organizasyonlar, üretici şirketler, üniversiteler ve kamu kuruluşları arasında etkin koordinasyon sağla

SEKTÖR İHRACAT GELİR HEDEFİ

(*) SITC/BAZLI TÜRK AÇIKLAMASI



ALT SEKTÖRLER İHRACAT GELİR HEDEFLERİ (*)



(*) milyar \$ 2008 2023

HEDEF PAZARLAR

Şekerli ve Kakaolu Mamuller, Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar: Irak, Rusya Fed., Cezayir, Fas, Libya, İran, Endonezya, İngiltere, Almanya, Romanya, ABD, S. Arabistan, BAE, İsrail, Meksika, Ukrayna, Kazakistan, Güney Kore, G. Afrika, Polonya	Hububat, Bakliyat: Mısır, Irak, Sri Lanka, Suudi Arabistan, İran, Ürdün, Sudan, Suriye, Kuveyt, İngiltere, Almanya, ABD, Fransa, Vietnam, Belçika, İsrail, Eritre, Hollanda, BAE	Makarna Hindistan, Nijerya, Çin, Japonya, Endonezya, Malezya, Kore, Tayland, Tayvan, Angola, Kamerun, Gana, Uganda, Irak, İran, Suriye, Libya, Nijerya, Vietnam, Brezilya, Rusya, Cezayir, Fas, İngiltere, Almanya, Romanya, Kazakistan, Ukrayna, ABD, BAE, Suudi Arabistan, İsrail, Meksika, Polonya
---	--	---

SEKTÖR İHRACAT GELİR HEDEFİ



DEĞİŞİM GÜNDEMİ

- İçeride İşleme Rejiminde sabit randımanlı buğday unu ihracatı yerine değişken randımanlı buğday unu ihracatı prensibi kabul edilmeli
- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak – Ürün kalite standartları, ülkelere uygun gıda sertifikasyonları
- Türk markası kuvvetlendirilmesi ("Türk Çikolatası", "Türk Şekerlemesi", "Türk Sakızı", "Türk Buğday Unu", "Türk Makarnası", "Türk Lokumu" vb.)

BÜYÜME DİNAMİKLERİ GEREKLİLİKLERİ

Üretim

- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Durum buğdayı üretimi
- Sektörün ortalama verimlilik oranı
- Geliştirilen tohum çeşidi sayısı
- Sertifikalı tohum üretimi – tohum ıslahı
- Hammadde dışarıya bağımlılık oranı – yağlı tohum ve ham yağlar
- Hammadde maliyeti – şeker, buğday, süttozu
- HACCP, TS EN ISO 9001, ISO 9002, ISO 14000 belgeli tesis sayısı

Pazarlama – Satış

- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen hedef pazar, hedef ürün bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları
- Tescilli tarafımıza ait olan markalı ürünler

Ürün Geliştirme

- Teknoloji yatırımları ve araştırma çalışmaları

Lojistik

- Kombine taşımacılık üstleri
- Gelişmekte olan ülkelere oluşturulan depolar
- Ortaklık yapılan dağıtım şirketleri
- Tedarik süresi

Hizmetler

- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı

- Hizmet kalitesi (– memnuniyet anketi servis konumu)
- Ürün garanti sigorta sistemi uygulanması

Temel Yetkinlikler

- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat Okulu mezunlarının istihdamı
- Ziraat Fakültesi ve Tarım Meslek Liselerinin sayısı
- Araştırma Enstitüsü sayısı
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi (uyum)
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonu sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

Mevzuat

- Tarım alanlarının korunması
- Optimum ölçekli arazi ve işletmeler için Türkiye'deki miras hukukunun düzenlenmesi
- Ülkemiz hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar ürünlerine Avrupa Birliği tarafından uygulanan vergi veya gümrük vergisi oranı
- Durum buğdayı havzası geliştirilmesi
- Konya Ovası'nın sulama probleminin çözülerek durum buğdayı üretim havzası olarak kullanımına yönelik verilecek teşvik
- BM gıda yardımı ihalelerine makarnanın girmesinin sağlanması
- Un ürün grubunda Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında yapılan ithalatlarda uygulanan spektler (% – protein oranı minimum % 11, hasarlı tane oranı maksimum %2)

- Gerekli düzenleme:** Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından, DİB kapsamında yapılan ithalatta, ihracatta talep edilen spektler dahilinde buğday ithaline izin verilmesi sağlanmalı.
- Anti-damping ve telafi edici vergi uygulamalarının kaldırılması yönündeki girişimler
- Buğday unu ihracatçıları için uluslararası piyasa yasalardan temin ettikleri buğday ithalatındaki dönemsel kısıtlamaların

TEMEL GÖSTERGELER

2008	Hububat/Bakliyat/Yağlı Tohumlar Sektörü	2023
4,0	İhracat Geliri (milyar \$)	13,7
%0,75	Dünya Pazar Payı (%)	%1,80
2000-2008 %14,9	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023 %8,5

ORGANİK TARIM VİZYONU GENİŞLİYOR

Organik tarım; üretimde kimyasal girdi kullanmadan sertifikalı tarımsal üretim biçimi olarak 20. yüzyılda hayatımıza girdi. Ve uzun yıllar tarım sektörüne yön verecek yeni bir pazar. Türkiye bu fırsattan yararlanmak için çiftçisini bilinçlendirerek destekleri artırıyor.

Organik tarımın amacı toprak ve su kaynakları ile havayı kirletmeden, çevre, bitki, hayvan ve insan sağlığını korumak. Çevre bilincinin arttığı günümüzde, ozon tabakasındaki incelmeye ve dünya geleceğinin daha iyi korunmasına yönelik çalışmalar kendini tarım sektöründe daha fazla gösteriyor. Bu kapsamda tarım politikalarının sürdürülebilirlik kavramına dayalı olması ve sürdürülebilir bir yol olan organik tarıma yönlendirilmesi gerektiği yönünde dünya-

da artan bir trend var.

Organik tarım ile doğadaki denge korunarak gelecek nesillere kirletilmemiş, toprak ve su kaynakları teslim etmek, kimyevi ilaç ve gübrelerin kullanımı önleyerek insan sağlığını korumak amaçlanıyor. Özellikle gelişmiş ülkelerdeki bireylerin tükettikleri ürünlerin niteliği konusunda gösterdiği özenin artması ve buna bağlı olarak daha fazla bedel ödeyerek daha doğal ürünler talep etmeye başlaması, üreticilerin de bu gelişmeye uygun davranmaları sonucunu doğurdu. Sürdürülebilir kalkınma hedefiyle uyumlu olan bu gelişme birçok ülkede devlet tarafından organik tarımın teşvik edilmesine neden oldu.

80 milyar dolarlık pazar

Dünyada organik tarım 37,04 milyon hektar alanda uygulanıyor. Bu alanın dağılımına bakıldığında yüzde 33 Okyanusya'da, yüzde 27'si Avrupa, yüzde 23'ü Latin Amerika, yüzde 7'si Asya, yüzde 7'si Kuzey Amerika ve yüzde 3'ü Afrika'da yer alıyor. AB ülkeleri içerisinde en çok organik tarımsal üretim yapılan ülkeler sırasıyla 1,5 milyon hektar alan ile İspanya iken, İspanya'yı İtalya ve Almanya izliyor. Hızla büyüyen organik tarım pazarının bugünkü ulaştığı değerin 80 milyar dolar civarında olduğu tahmin ediliyor. Bu değerin yüzde 45'ini ABD gerçekleştirirken bunu Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Kanada izliyor. Dünyada kişi başına en çok organik ürün tüketen ülkeleri arasında İsviçre, Danimarka, Lüksemburg, İsveç, Almanya, ABD, Kanada ve Fransa yer alıyor.

Avrupa organik tarımı seviyor

Avrupa Birliği'nde organik üretime geçiş sürecinde birim alan başına belirli bir destek sağlandığı için organik üretim hızla yayıldı. Bunun en güzel örneği, ekili alanların yüzde 20'sinde organik üretim yapılan Avusturya. Ancak Avrupa'nın içinde bulunduğu ekonomik kriz, organik tarım sürecini de etkiliyor. Desteğin azaltılması veya kaldırılması, özellikle Portekiz, Fransa ve İspanya'da organik tarım işletmelerinin sayısının azalmasına neden oldu.

Avrupa ülkelerinde ekolojik tarımın bu denli hızlı gelişmesinde 2078/92 tarih ve sayılı ortak tarım çerçevesinde alınan kararlar etkili oldu. Ekolojik üretim 1988 yılında AB ve EFTA (European Free Trade As-

sociation) ülkelerinde 85 bin 337 tarım işletmesi ile 2 milyon hektara ulaştı. Bunun yanında Türkiye'de organik tarım arazilerinin toplam tarım arazilere oranı sadece yüzde 0.14, organik üretim yapan çiftçi sayımız ise toplama oranla yüzde 0.09. Bu oranlar İngiltere, Finlandiya, İtalya, ABD ve Avustralya gibi ülkelere yüzde 7'lere varabiliyor. Avrupa'da organik ürünlerin cirosu yıllık 14 milyar euro civarında.

Türkiye için fırsat

Türkiye iklim, toprak, su kaynakları, ürün çeşitliliği ve işgücü bakımından organik tarım için son derece elverişli. Biyolojik çeşitlilik, hastalıklara dayanıklı türler, birçok alanda bozulmamış ekolojik denge, uygun ekolojik ortam, sentetik girdi kullanımının düşüklüğü vb. önemli üstünlüklere sahip. Sekiz ürün ile başlayan organik tarım faaliyetleri son yıllarda 300 ürünü geçti. 2011 yılında 42 bin 460 üretici 614 bin 618 hektar alanda 1 milyon 659 bin 543 ton organik ürün elde etti. Üretim alanı olarak ele alındığında 23 bin 597 hektar alan ile en büyük organik üretim alanı Şanlıurfa'da bulunuyor. İzmir 23 bin 356 hektar, Mersin 14 bin 519 hektar organik üretim alanıyla Şanlıurfa'dan sonra en büyük alana sahip diğer şehirler. İllerdeki organik işletme sayılarına bakıldığında 1156 üreticiyle İzmir ilk sırada yer alıyor. Sonrasında ise 897 üreticiyle Aydın ve 869 üreticiyle Manisa geliyor.

Organik tarımın Türkiye'deki adresi: İzmir

İzmir, organik tarımın beşiği konumunda. İlk organik üretim çekirdeksiz kuru üzüm ile 1980'li yılların ortalarında İzmir'de başladı. İzmir'de en fazla yetiştirilen organik ürünler arasında zeytin, mısır, domates, üzüm ve incir yer alıyor. İzmir'de organik üretim yapılan tarım alanlarının Türkiye'deki payı 2007'de yüzde 20'lerde iken bu oran 2,3'e düştü. Üretim alanındaki düşüşün esas sebebinin doğadan toplanan alan miktarındaki düşüş olduğu belirtiliyor. Üretim miktarı açısından ise İzmir'in payı yüzde 4,5'den yüzde 2,7'ye düştü. Ancak İzmir, Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahip.

300 milyon dolarlık ihracat

Türkiye, ürettiği organik ürünlerinin önemli bir bölümünü ihraç ediyor. Fındık



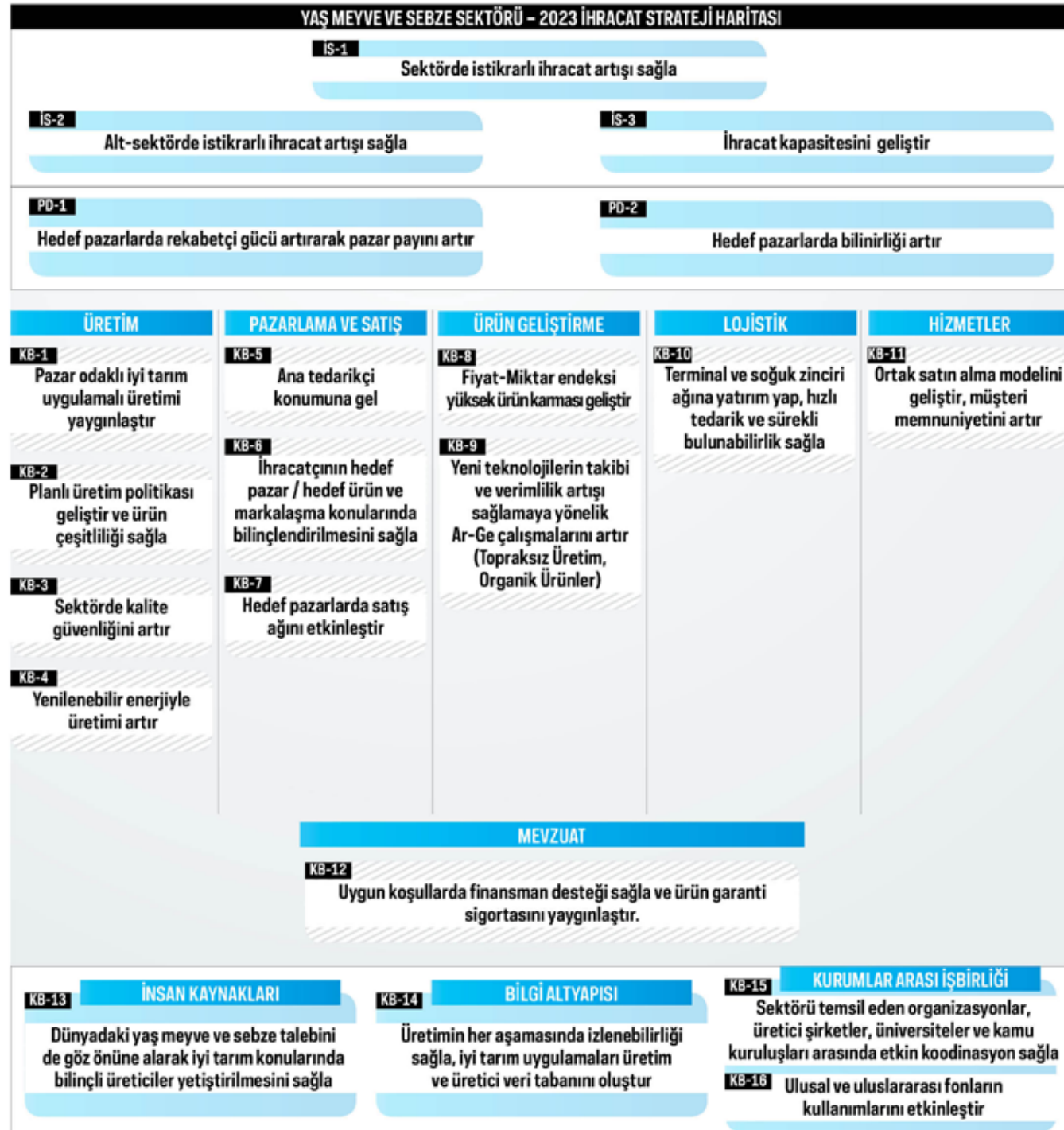
ve fındık ürünleri, kuru üzüm, kayısı ve ürünleri, incir ve incir ürünleri, mercimek ve çeşitleri ile pamuk ve tekstil ürünleri, başlıca ihraç edilen ürünler arasında yer alıyor. Bugün 13 ülkeye ihracat yapan sektörün en önemli pazarını Avrupa Birliği ülkeleri oluşturuyor. ABD, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak ve Rusya Federasyonu diğer önemli ihraç pazarları olarak sıralanıyor. Farklı ürün grupları ve ihracatın kayıt altına alınmamasından ötürü organik ürün ihracatında ise sağlıklı bir rakamdan bahsetmek çok zor.

Dekar başına 70 lira destek

Organik tarımı özendirme amacıyla sağlanan devlet desteği de her geçen yıl artıyor. Çiftçi Kayıt Sisteminde 2013 üretim sezonu ile OTBİS İcmali-1 ve OTBİS İcmali-2'de de kayıtlı olan çiftçilere, meyve ve sebze üretim alanları için Geçiş süreci-2, Geçiş süreci-3 ve organik statüde yer alan ürünlere dekar başına 70 lira, tarla bitkileri üretim alanları için de dekar başına 10 lira destekleme ödemesi yapılacak.

Ödemeden faydalanmak isteyen çiftçiler, 13 Ocak 2014 tarihinden itibaren 28 Mart 2014 günü mesai saati bitimine kadar başvuru dilekçesi ve uygunluk belgesi ile Çiftçi Kayıt Sisteminde kayıtlı oldukları il veya ilçe müdürlüklerine başvuracak. Uygunluk belgesini başvuru sırasında getiremeyen çiftçilerin başvurusu alınacak. Ancak, bu durumda olan çiftçilerin belgeyi 28 Mart 2014 tarihine kadar teslim etmeleri zorunlu olacak.





TEMEL GÖSTERGELER		
2008	Yaş Meyve ve Sebze Sektörü	2023
1,7	İhracat Geliri (milyar \$)	9,8
%1,77	Dünya Pazar Payı (%)	%8,2
2000-2008 %20,3	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023 %12,4

YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜ 2023 İHRACAT STRATEJİSİ

Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 16 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 99 Başarı Kriteri ve 57 Eylem Maddesi belirlenmiştir. Stratejide sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması için 5'er yıllık dönemlerle belirlenen stratejik hedefler takip edilmektedir. Sayısal verilerin oluşturulmasında, Birleşmiş Milletler uluslararası ticaret veri sisteminden yararlanılmış, sayısal veriler ve öngörüler için SITC-3 ve Harmonize Sistem-1992 sınıflandırmaları kullanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te %3,4 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %8,2'ye ulaşması ve ihracatın 10 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir.

Sektörün İhracat Performans Değerlendirmesi

Yaş meyve, yaş sebze, narenciye ve çay alt sektörlerinden oluşan Yaş Meyve ve Sebze Sektörü, ithal girdisi olmayan ve büyük oranda istihdam yaratması bakımından ülkemiz açısından oldukça önemli bir sektördür.

2013 yılı Ocak-Kasım yaklaşık 2 milyar dolar olan sektör ihracatının 2023 hedefi olan 10 milyar dolar olan ihracata ulaş-

bilmesi için sektörün her yıl ortalama %13 oranında artış gerçekleşmesi gerekmektedir. Sektörün ihracatını artırmak amacıyla sektör için önemli olan fuarlara milli düzeyde düzenli olarak katılım gösterilmekte ve hedef pazarlara yönelik ticaret ve alım heyetleri düzenlenmektedir.

Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü 2023 İhracat Stratejisi

Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 15 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 99 Başarı Kriteri ve 51 Eylem Maddesi belirlenmiştir.

Stratejide elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te %1,37 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %25'e ulaşması ve ihracatın 3 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir.

2013 Ocak - Kasım dönemi sektör ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre %4,5 oranında artış sağlayarak 1,3 milyar dolar olarak gerçekleştirmiştir. Söz konusu dönemde başta Almanya ve İngiltere olmak üzere ağırlıklı olarak AB üyesi ülkelere ihracat yapılmıştır.

Kuru ve kabuklu meyveler, çerezler ve kavrulmuş meyvelerden oluşan kuru meyve ve mamulleri sektörünün 2023 ihracat

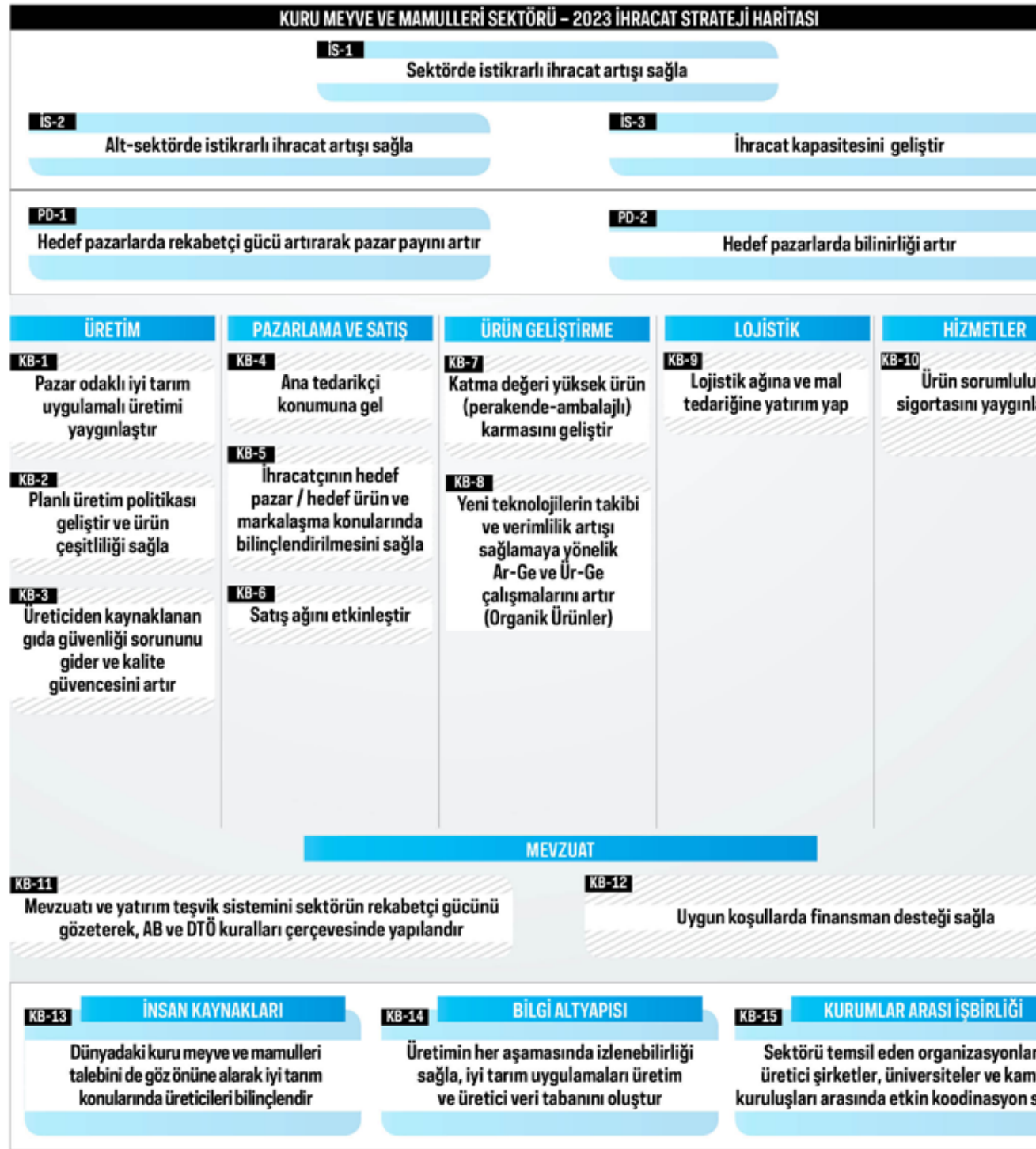
hedefi de 4 milyar dolardır. 2023 hedefine ulaşmak için sektörün yakalaması gereken ortalama büyüme hızı %10 iken, son 5 yıllık dönemde sektörün ortalama büyüme hızı %8,7'dir.

Meyve Sebze Mamulleri 2023 İhracat Stratejisi

Meyve Sebze Mamulleri Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 15 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 96 Başarı Kriteri ve 57 Eylem Maddesi belirlenmiştir. Stratejide elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te %1,35 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %2,1'e ulaşması ve ihracatın 4 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir. 2013 Ocak - Kasım dönemi meyve sebze mamulleri sektör ihracatı ise geçen yılın aynı dönemine göre %4,4 oranında artış sağlayarak 1,2 milyar dolar olarak gerçekleştirmiştir.

Yaş meyve sebze sektöründen temin edilen girdilerin sanayide işlenerek ve bu suretle katma değeri artırılarak mamule dönüştürülen meyve sebze sektör ihracatının 2023 ihracat hedefi 4 milyar dolardır. Hedefe ulaşmak için yıllık ortalama büyüme hızının %11 olması gerekmektedir.

TİM Strateji Ofisi



TEMEL GÖSTERGELER		
2008	Kuru Meyve Mamulleri Sektörü	2023
1,3	İhracat Geliri (milyar \$)	3,0
%13,0	Dünya Pazar Payı (%)	%25,0
2000-2008 %16,1	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023 %5,7



FINDIK SEKTÖRÜ 2023 İHRACAT STRATEJİSİ

Fındık Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 13 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 72 Başarı Kriteri ve 55 Eylem Maddesi belirlenmiştir.

Stratejide elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te % 83 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %90'a ulaşması ve ihracatın 2,5 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir. Sektörün 2013 yılı Ocak - Kasım arası performansına bakıldığında 1,607 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiği görülmekte ve bu da 1,9 milyar dolar olan 2013 yıl sonu sektörel ihracat hedefinin tutturulacağı yönündeki beklentileri kuvvetlendirmektedir. Yine aynı dönem ihracat verilerine bakıldığında en çok ihracatın Almanya başta olmak üzere Avrupa ülkelerine yapıldığı görülmektedir.

İhracat hedeflerinin gerçekleştirilmesinde devletin 2009 yılından bu yana uyguladığı (fiyatların serbest piyasa kurallarına göre belirlendiği ve fiyat oluşumuna herhangi bir müdahalenin söz konusu olmadığı) yeni fındık stratejisinden taviz verilmemiş olmasının büyük etkisi vardır.

Fındık ve Mamulleri Sektörünün 2023 ihracat hedefinin 350.000 ton/kabuklu olduğu ve gelecek 10 yıl içerisinde iç tüketimin 150 bin ton/kabuklu seviyelerine ulaşma ihtimali göz önüne alındığında, ortalama 650-700 bin ton olan üretim miktarının mevcut dikim alanları genişletilmeden verim artışı ile önümüzdeki 10 yıl içinde ortalama 900 bin -1 milyon ton/kabuklu seviyelerine çıkarılması gerekmektedir. Bugün ülkemizde ortalama 700 bin hektarda fındık üretimi yapılmakta ve dekar başına verim 80-100 kg seviyelerinde bulunmaktadır. Bu

gerçekten hareketle iyi tarım uygulamaları, tarımsal mekanizasyon, yaşlı bahçelerin yenilenmesi, bilinçli gübre ve ilaç kullanımı, terasla ve sulama imkanlarının geliştirilmesi, endüstriyel tarım işletmelerinin teşvik edilmesi ve optimum ölçekli arazi ve işletmeler için arazi bölünmesinin önlenmesi ve üretimin modernize edilmesi ile yıllık ortalama % 4 civarında verim artışı sağlanarak önümüzdeki 10 yıl içerisinde 1 milyon ton üretim seviyesine ulaşılması mümkün görülmektedir.

Bu bağlamda, 2023 fındık sektörü ihracat hedeflerine miktar ve değer anlamında ulaşılabilmesi amacıyla üretim altyapısında yeni stratejilere ve bu kapsamda Ar-Ge faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

TİM Strateji Ofisi

FINDIK VE MAMULLERİ SEKTÖRÜ- 2023 İHRACAT STRATEJİ HARİTASI

IS-1

Sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla

IS-2

Alt-sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla

IS-3

İhracat kapasitesini geliştir

PD-1

Hedef pazarlarda rekabetçi gücü artırarak pazar payını artır

PD-2

Hedef pazarlarda bilinirliği artır

ÜRETİM

KB-1

Toplam üretim kapasitesini pazar odaklı iyi tarım uygulamalarına yönlendir

KB-2

Üretimde teknoloji kullanımı ile verimliliği artır

KB-3

Kalite garantisi ve uluslararası sertifikasyon sağla

KB-4

Stok yönetimi ve ürün kalitesini korumak için Lisanslı Depoculuk faaliyetlerini geliştir

PAZARLAMA VE SATIŞ

KB-5

“Fındık Diyarı Türkiye” Tanıtım faaliyetlerini artır, ülkelere göre farklılaştır ve çeşitlendir

KB-6

Mamul satışını artır, Satışta aracı değil direkt sanayi odaklı satışlara ağırlık ver

KB-7

Hedef pazarlarda satış ağını etkileştir

ÜRÜN GELİŞTİRME

KB-8

Ar-Ge merkezleri oluşturup müşterilere yeni katma değeri yüksek ürünler sun

LOJİSTİK

KB-9

Lojistik ağına yatırım yap, hızlı tedarik ve sürekli bulunabilirlik sağla

HİZMETLER

KB-10

Satış sonrası hizmetleri geliştir, müşteri memnuniyetini artır

MEVZUAT

KB-11

Uygun koşullarda finansman desteği sağla

KB-12

İNSAN KAYNAKLARI

Dünyadaki fındık talebini göz önüne alarak, sektörde nitelikli işgücünü artır

KB-13

BİLGİ ALTYAPISI

Üretimin her aşamasında izlenebilirliği sağla, iyi tarım uygulamaları üretim ve üretici veri tabanını oluştur

KB-14

KURUMLAR ARASI İŞBİRLİĞİ

Sektörü temsil eden organizasyonlar, üretici şirketler, üniversiteler ve kamu kuruluşları arasında etkin koordinasyon sağla

TEMEL GÖSTERGELER

2008	Fındık ve Mamulleri Sektörü	2023
1,3	İhracat Geliri (milyar \$)	2,0
%81,0	Dünya Pazar Payı (%)	%80,0
2000-2008 %11,9	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023 %2,9

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜ 2023 İHRACAT STRATEJİSİ

Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü Strateji Haritası ve Performans Programı'nda 14 Stratejik Hedef ve bu hedeflere ilişkin 75 Başarı Kriteri ve 36 Eylem Maddesi belirlenmiştir. Stratejide elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te %3,5 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %12'ye ulaşması ve ihracatın 3,8 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir. Bunun için gereken ortalama büyüme hızı %26'dır.

Zeytin ağacı varlığını 90 milyondan 180 milyona çıkaran ülkemizin dört-beş yıllık süreçte zeytin ve zeytinyağı üretiminde dünya ikincisi olması beklenmektedir. Ülkemizin 2023 yılında 450 bin ton zeytinyağı ihracatı gerçekleştirmesi öngörülmektedir.

2006/2007 ihraç sezonundan bu yana zeytinyağı ihracatında yaşanan olağandışı düşüşlerden sonra ilk kez 2011/2012 yılı ihraç sezonunda artmaya başlayan zeytinyağı ihracatı içerisinde bulunduğumuz 2012/2013 sezonunda en büyük üretici konumunda olan İspanya'da yaşanan düşük rekoltenin de etkisiyle önemli oranda artış göstermektedir.

Zeytin-zeytinyağı sektörü oransal olarak ihracatını en çok arttıran sektördür. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi 2013'ün Ocak - Kasım arasında gerçekleştirilen ihracatta bir önceki yıla göre %136'lık bir artış yaşanmıştır.

Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller, Süs Bitkileri ve Tütün Sektörlerinin 2023 İhracat Stratejisi

Su ürünleri, kanatlı etleri, yumurta, süt ürünleri ve bal alt sektörlerinden oluşan Su Ürünleri sektör strateji haritasında elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2023'te ihracatın 5 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir.

2011 yılında 1,42 milyar \$ olan sektör ihracatı, 2012'de 1,66 milyar \$'a ulaşmış ve 2013 yılında ise ilk 9 aylık dönemde 1.438 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Sektörde liderlik konumunu kanatlı etleri sürdürmekte olup, bunu su ürünleri, yumurta ve süt ürünleri sektörü izlemektedir. En fazla ihracat artışı, kanatlı etleri ve yumurtada görülmüştür.

Canlı Bitkiler, Kesme Çiçekler, Yosun-

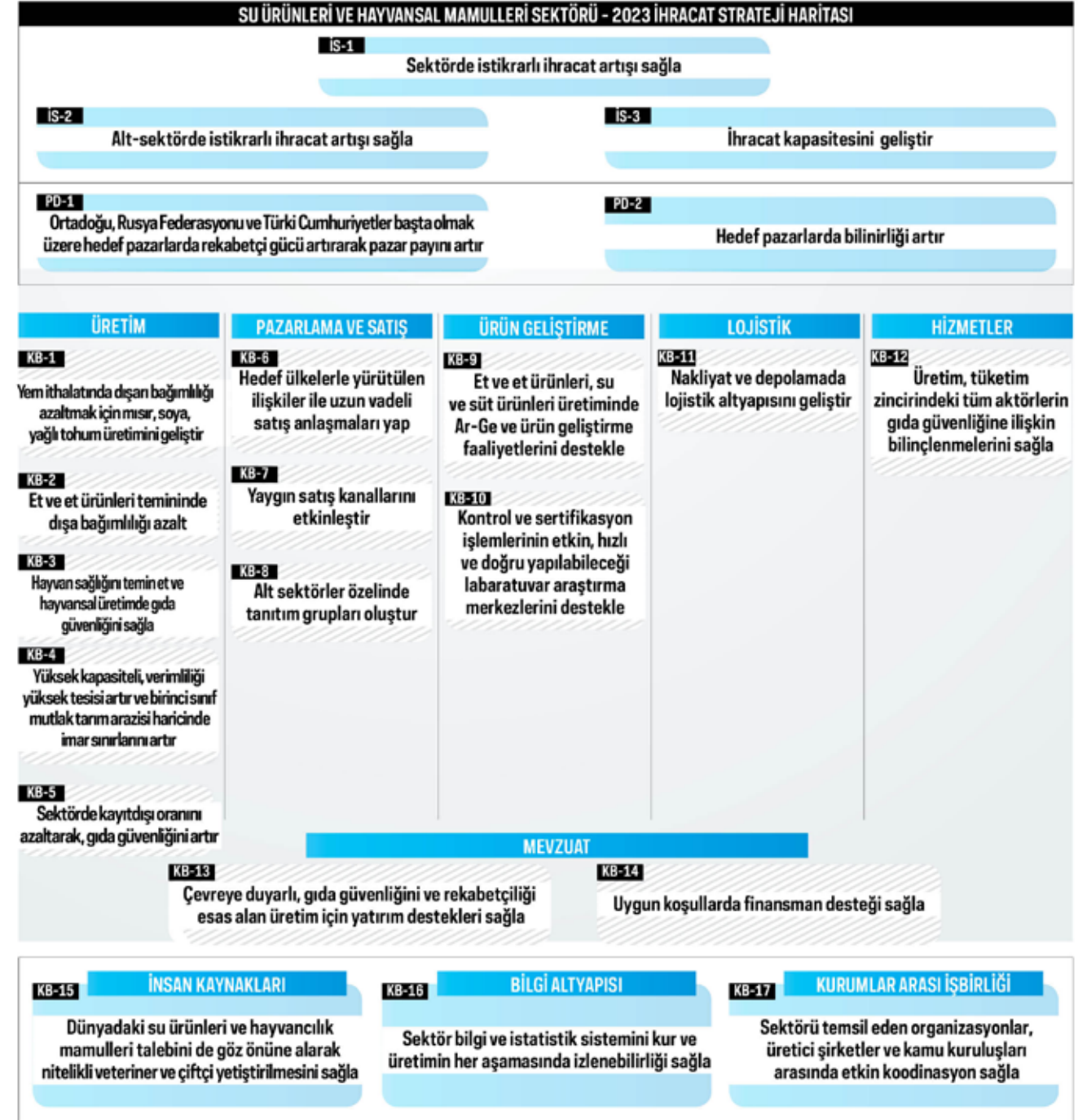
lar ve Ağaç Dalları, Çiçek Soğanları alt sektörlerinden oluşan Süs Bitkileri sektör strateji haritasında elde edilen veriler ışığında yapılan hesaplamalar ve tahminler ile 2013'te %0,4 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %2,1'e ulaşması ve ihracatın 500 milyon dolar seviyesine gelmesi hedeflenmektedir. Bunun için gereken ortalama yıllık büyüme oranı yaklaşık %19 düzeyindedir.

Tütün mamulleri ve yaprak tütün ve tütün döküntüleri alt sektörlerinden oluşan tütün sektörünün ise 2013'te %2,2 olan küresel sektör ihracatı pazar payının 2023'te %2'ye ulaşması ve ihracatın 1,2 milyar dolar seviyesine gelmesi hedeflenmekte olup bunun için gereken büyüme hızı %20 düzeyindedir.

TİM Strateji Ofisi



TEMEL GÖSTERGELER		
2008	Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü	2023
0,15	İhracat Geliri (milyar \$)	3,8
%2,1	Dünya Pazar Payı (%)	%32,0



TEMEL GÖSTERGELER		
2008	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri Sektörü	2023
0,8	İhracat Geliri (milyar \$)	2,4
%0,27	Dünya Pazar Payı (%)	%0,7
2000-2008 %25,7	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023 %7,6



TİMAKADEMİ 2014'TE 10 İLDE İHRACATÇI İLE BULUŞACAK

oluşturabilirsiniz? 2023 hedefinizi gerçekleştiren, ihracatınızı destekleyen Yeni Devlet Yardımları ve Teşvikleri nelerdir? başlıklarında temel eğitimler verdi.

2013 yılının son organizasyonu 'Bitkisel Ürünler' seminerinde açılış konuşmasını İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zekeriya Mete yaptı. HSBC Bank Türkiye Ticari Bankacılık Grup Başkanı Burak Zeylan ve Vodafone Türkiye Kurumsal Pazarlama Kıdemli Müdürü Nedim Baytorun, TİM Genel Sekreteri Sayın Mustafa Mente, Execution - Partners Kurucu Ortağı Dr. Baransel Atçı ve Ekonomi Bakanlığı Marmara Bölgesi Müdür Yardımcısı DR. Yasemin Gürün, seminerde sunum yapan isimler oldu.

TİMAKADEMİ, 17 Aralık 2013 tarihinde gerçekleştirdiği, 'Bitkisel Ürünler' semineri ile 2013 yılı seminerler takvimini tamamladı. 2014 yılında seminerler turuna toplam 10 ilde devam edecek olan TİMAKADEMİ'nin seminerlerine ev sahipliği yapacak iller ise şöyle: Ankara, Bursa, İzmir, Kayseri, Gaziantep, İzmit, Mersin, Denizli, Konya ve Adana.

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından kurulan TİMAKADEMİ, 2013 yılında, 26 ihracat sektörünü kapsayan 10 organizasyon gerçekleştirdi. "Türkiye'nin 2023 yılı için belirlediği 500 milyar dolar ihracat hedefi"ni firma uygulamalarını yaygınlaştırmak için seferberlik başlatan TİM, seminerler boyunca; Şirketinizin 2023 stratejik vizyonunu ve değişim gündemini nasıl



GIDA İSRAFI ARTIYOR

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre, ABD ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde üretilen gıdanın yaklaşık yüzde 40'ı, AB'de ise yüzde 30'unun israf edildiği tahmin ediliyor. Dünya genelinde değeri 1 trilyon dolar olan 1,3 milyar ton gıdanın israf edildiği de açıklanan verilerden biri. Bu miktarın, 4 milyar ton olan dünya gıda üretiminin üçte birini oluşturduğu ifade ediliyor. Yapılan araştırmalara göre, Türkiye'de günlük 6 milyon adet ekmeğin israf edildiği belirtiliyor.

AB'DEN BİYİYAKITA SINIRLAMA

Avrupa Komisyonu, AB biyoyakıt politikalarının küresel gıda fiyatlarındaki artışa sebep olduğu iddialarını reddetti, ancak enerjide tarımsal ürünlerden elde edilen biyoyakıt kullanımının payını sınırlandıracağını açıkladı. Avrupa Komisyonu'nun iklimden sorumlu üyesi Connie Hedegaard ve enerjiden sorumlu üyesi Günther Oettinger, yaptıkları ortak açıklamada "Gıda bazlı biyoyakıtlar için ısrar ettiğimizi düşünmek yanlış olur. Gelecek önerimizde tam tersini yapıyoruz: Şimdiki tüketim oranıyla sınırlıyoruz, yani 2020'ye dek yüzde 5' dedi.



100 yıl önce toprağa düşen bir tohumla birlikte büyüyen bir hikaye, bugün Türkiye'nin lider traktör markalarından biri oldu. Türkiye Cumhuriyeti'nin tarımsal mekanizasyonuna geçiş döneminin en önemli kuruluşlarından biri olan Başak Traktör, 100 yıllık birikimi ile yoluna tüm hızıyla devam ederken, toprağınıza bereket katmaya ve çiftçisine, köylüsüne kazandırmaya devam ediyor.



BAŞAK TRAKTÖR
TARIM ZİRAAT VE İŞ MAKİNALARI SANAYİ ve TİC. A.Ş.
Hanlı Sakarya Mah. SATSO Sk. No: 33 54580 Arifiye, Sakarya, TÜRKİYE
Tel: +90 264 276 90 75 Pbx Fax: +90 264 275 17 00
e-mail: info@basaktraktor.com www.basaktraktor.com



BAŞAKTRAKTÖR

Başakkart işletmenize destek, üretimimize bereket olsun!



Siz de hemen Başakkart'a başvurun, mazottan gübreye, yedek parçadan bakım onarıma tüm giderlerinizde 5 aya varan faizsiz dönem ayrıcalığından faydalanın.



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatbank.com.tr



/ziraatbankasi