yeni ipek yolu
KONYA TİCARET ODASI DERGİSİ
YIL: 30 • SAYI: 349 • MART 2017

KONYA'NIN 2017 YILI İHRACATINDA

HEDEF ÜLKELER

NİTELİKLİ ELEMAN İSTİHDAM DESTEĞİ

YENİ NESİL TİCARET: E-TİCARET VE KOBİLER

TARIM SEKTÖRÜ KONYA'DA BULUŞTU

UĞUR OKULLARI
KONYA KAMPÜSÜ
AÇILIYOR!

• Okul Öncesi • İlkokul • Ortaokul

EĞİTİMDE BAŞARININ
49. YILI

KAYIT ve BİLGİ İÇİN:
UĞUR OKULLARI
KONYA KAMPÜSÜ TANITIM OFİSİ
☎ 0532 068 84 42
☎ 0532 068 54 42

uğur okulları
444 4 845 | www.ugurokullari.k12.tr

TÜYAP Konya | Tüyap Konya Fuarcılık A.Ş. | www.tuyap.com.tr

KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ · KOMÜT · 1882 KONYA TİCARET ODASI

KONYA GAYRİMENKUL FUARI

Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım Finansman Fuarı

www.konyagayrimenkulfuari.com

11 - 14 Mayıs 2017

KONYA İNŞAAT,
KONYA KENT VE
KONYA MOBİLYA
Fuarları ile Aynı Tarihte

KOSGEB · KONYA SANAYİ ODASI · TMMOB MİMARLAR ODASI KONYA ŞUBESİ
Destekleyen Kuruluşlar
RIXOS KONYA Fuar Resmi Otel · Özel SELÇUKLU HASTANELERİ · raye reklam · DKC Wideshop · METROPOL · ufi Küresel Fuar Endüstrisi Birliği Üye Kuruluş · TFYD Üye Kuruluş TÜRKİYE FUAR YAPIMCILARI DERNEĞİ

TÜYAP KONYA FUARCILIK A.Ş.

Konya Ticaret Odası - Tüyap Konya Uluslararası Fuar Merkezi Fevzi Çakmak Mahallesi Aksaray Çevre Yolu Caddesi No: 8 / 1 Karatay/KONYA
Tel: 0332 346 29 30 (Pbx) Faks: 0332 346 29 47 (3 Hat) E-posta: tuyapkonya@tuyap.com.tr

KTO | TÜYAP KONYA | KONYA TİCARET ODASI – TÜYAP KONYA ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ | Aksaray Çevre Yolu Caddesi No: 8 / 1 Karatay - Konya | "Anadolu'nun Gücü"

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

BAŞLARKEN

Ülkemiz tarihinde ilk defa uzun vadeli bir projeksiyon belirleyerek 2023 – 2053 ve 2071 vizyonlarını ortaya koymuştur. Konya ekonomisine bakacak olursak; ticaretten, sanayiye, tarımdan, turizme kadar çok geniş bir yelpazede Türkiye'nin önde gelen şehirlerinden biri olan Konya'nın ekonomisi Türkiye ortalamasının üzerinde büyümeye devam etmektedir. İşsizlikte ülke ortalamasının altında rakamları yakalayarak büyük bir başarı sağlayan Konya güçlendirdiği ulaşım alt yapısıyla merkezi bir şehir olma yolunda ilerlemektedir. Hızlı tren, hava yolu ve karayolu bağlantılarıyla Türkiye'nin büyük illerine bağlanan Konya, büyük fırsatlar sunmaktadır.

Şehrimiz dünya ticaretinde daha aktif yer almak amacıyla son on beş yıllık dönemde gerçekleştirdiği ihracat atılımı ile dünya çapında bir başarı öyküsüne imza atmıştır. Türkiye son on beş yılda ihracatını 5 kat artırırken Konya 15 kat artırarak yüzde 1.500 oranına ihracat artış hızı yakalamıştır.

178 ülkeye ihracat yapan Konya, ihracatçı firma sayısı ile nitelikli ürün ihracatı ve ihracat çeşitliliği ile Türkiye'nin önde gelen küresel ticaret merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Çok büyük bir ihracat potansiyeline sahip olan Konya'nın 2017 ihracat rakamlarını değerlendirdiğimizde aylık bazda hızlı ihracat artışı sağladığımız görülmektedir. Konya, Ocak ayında 115 milyon dolar, Şubat ayında 122 milyon dolar, Mart ayında da 137 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir.

2017 yılının ilk 3 aylık ihracat artışımız % 13,16 olmuştur. Gerçekleşen artış 2017'de Konya'nın hem ülke ihracatındaki payımızı artıracağımızı hem de ilerleyen aylarda hedeflenilen 1,5 milyar dolar ihracat rakamlarını aşacağımızı göstermektedir. Konya yüzde 15 oranında ihracat artışı sağladığımız mart ayı itibariyle Türkiye'de en çok ihracat yapan 13. şehir olarak 1,02 pay almaktadır. Hedefimiz ise bu oranı orta vadede yüzde 3'e çıkarmaktır.

Geçtiğimiz günlerde açıklanan işsizlik rakamlarına göre 2016'da Türkiye'de işsizlik 10.9'a çıkarken TR52'de (Konya-Karaman) 6.1'e düştü. 2017'de ekonominin ılımlı geçmesi ve Milli İstihdam Seferberliği'nden beklenilenin üzerinde katkı sağlanması ile Konya yeniden yüzde 5 işsizlik rakamlarına ulaşacaktır.

Konya buğday üretiminde, arpa üretiminde, pancar üretiminde Türkiye birincisidir. Konya'nın tarımsal hasılası Türkiye'nin yüzde 12'sini karşılamaktadır. Konya'nın tarımsal ihracatı 2002 yılında 19 milyon dolar iken 2017 yılında 500 milyon dolara ulaşmasını bekliyoruz. Konya sadece bölgenin değil dünyanın önemli tarım merkezlerinden birisi olacaktır.

Bugün Konya, Türkiye'de tarım makineleri açısından, ülkenin önemli merkezlerinden bir tanesidir. Özellikle ildeki tarım alanlarının genişliği, toprak işleme alet ve makinalarına olan ihtiyacı artırmıştır. Dolayısıyla tarım makinaları sektörü, Konya'da gelişmiş sanayi alanlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Konya sektörde ihtiyaç duyulan hammadde, yarı mamul ve mamullerin tedarik edilmesi açısından elverişli bir il olup üretim için yeterli alt yapıya sahiptir. Tarım Makinaları Sektöründe, Konya, traktörlerde kullanılan parçaların %90'ını ve tarım makinalarında kullanılan parçaların %100 ünü üretmektedir. Konya bu sektörde Türkiye pazarının %65'ine sahiptir. Türkiye tarım makinaları ve aletleri ihracatının %45'ini Konya gerçekleştirmektedir. Son 15 yılda tarım ve tarımsal mekanizasyon sektörünün Konya'da daha hızlı gelişmesinde Konya'da düzenlenen tarım fuarlarının da büyük katkısı olmuştur.

15. Konya Tarım Fuarımızı 21 - 25 Mart 2017 tarihleri arasında Konya Ticaret Odası Uluslararası Fuar Merkezi'nde gerçekleştirdik. Açılışını Başbakan Yardımcımız Tuğrul Türkeş'in yaptığı Konya Tarım Fuarımız, Türkiye'nin en büyük tarım fuarı olma özelliğini devam ettirmektedir. 21 Mart 2017 tarihinde açılan ve 25 Mart 2017 tarihine kadar 5 gün açık kalan fuarı 51 ülke ve Türkiye'nin 70 ilinden 304 bin 527 kişi ziyaret etti. Tamamı dolu 6 holümüze ilave olarak fuaye alanımızda açılan stantlarımızla 66.000 m² kapalı, 20.000 m² açık olmak üzere toplam 86.000 m² alanda yapılan fuarımıza 15 ülkeden 400 firma katıldı. Konya'nın en fazla ziyaretçi çeken etkinliği olan Tarım Fuarı'nın Konya ekonomisine katkısı 40 milyon TL'dir. Sadece Konya değil çevre illerde dahi oteller tam doluluğa ulaşmıştır. Fuar sayesinde katılımcı firmalar ile birlikte Konya'da hizmetler sektörüne de büyük bir canlılık gelmektedir. Tarım fuarında 2021 yılı hedefimiz 500 bin ziyaretçi rakamına ulaşarak Türkiye'deki en büyük ilk üç fuar arasına girmektir.

2021 yılından itibaren 6 holün tamamının dolacağı en az altı fuar yapılması amacıyla projelerimiz üzerinde de yoğun bir mesai harcıyoruz. Makine, gıda, döküm ve inşaat - gayrimenkul gibi ön plana çıkan fuarlarımızı da tarım fuarı gibi marka fuarlar haline getireceğiz. Tüm fuarlarımıza yurt içinden ve yurt dışından gelen ziyaretçiler ile yıl içinde Konya'da 1 milyon kişinin iş görüşmeleri, ticaret faaliyetleri gerçekleştirmesini hedefliyoruz.

Hedeflerimizi gerçekleştirdiğimizde hem sektörlerimizin ticaret hacmini artırmış olacağız hem de Konya ekonomisine çok büyük bir katkı sağlayacağız.

Selçuk ÖZTÜRK
KTO Yönetim Kurulu Başkanı
TOBB Yönetim Kurulu Üyesi

yeni ipek yolu
YIL: 30 • SAYI: 349 • MART 2017

İMTİYAZ SAHİBİ
Konya Ticaret Odası Adına Yönetim Kurulu Başkanı
Selçuk ÖZTÜRK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Özhan SAY

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Mustafa AKGÖL

GÖRSEL SANAT YÖNETMENİ
M.Fatih ÖZSOY

GRAFİK-TASARIM
ÇİZGİ MEDYA
Mehmet ÇAKIR
www.cizgimedya.net • cizgimedyakonya@gmail.com
Tel: 0507 443 81 07

BASKI-CİLT
Anadolu Ofset - Niyazi GÜVENÇ
Matbaacılar Sitesi Muhabir Caddesi
6. Blok No: 13 • Karatay/KONYA
Telefon: 0332 342 01 60 (pbx) • 0332 342 03 76
www.anadolumatbaa42.com
anadolumatbaa42@hotmail.com
Sertifika No: 34796

DAĞITIM
EKİN Kurye Dağıtım Ltd. Şti.
0332 236 36 12
ekinkurye@hotmail.com • www.ekindagitim.com

YAYIN TÜRÜ
Yerel, Süreli, Aylık
Ayda bir yayınlanır.
Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek sureti ile kullanılabilir. Dergimizde yayınlanan yazılardaki görüşler yazarlarına aittir. Dergimizde yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, yayınlansın veya yayınlanmasın iade edilmez.

Basım Tarihi: Nisan/2017

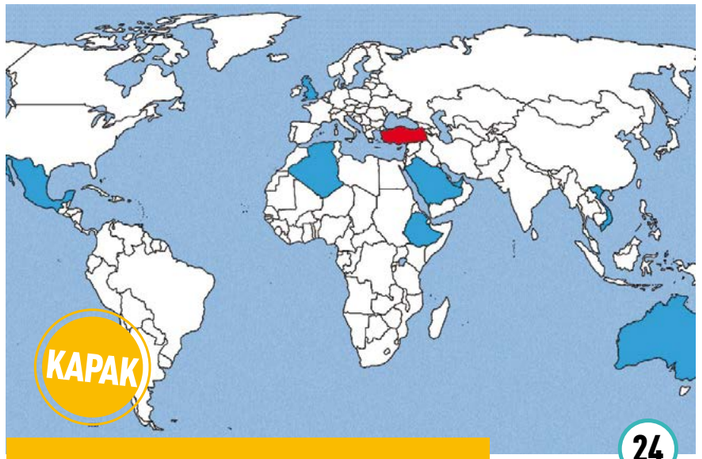
YAYIN KURULU
Fehmi ADAM
Murat KOYUNCU
Mustafa ÇALIŞ
Ahmet ŞANLI

İLETİŞİM ADRESİ
KONYA TİCARET ODASI
Vatan Caddesi No.1 Selçuklu-KONYA
www.kto.org.tr
Tel: 0332 221 52 52 • Faks: 0332 353 05 46

BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ
Tel: 0332 221 52 94-221 52 67

BİLİM KURULU
Prof. Dr. Bayram SADE
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN
Prof. Dr. Kerim ÇINAR
Prof. Dr. Haşim KARPUZ
Prof. Dr. Önder KUTLU
Prof. Dr. Abdülkadir BULUŞ
Prof. Dr. Caner ARABACI
Yrd. Doç. Dr. Hasan ÖZÖNDER
Yrd. Doç. Dr. Aziz AYVA

İÇİNDEKİLER



24

KONYA'NIN 2017 YILI İHRACATINDA **HEDEF ÜLKELER**

6

DÜNYA TARIM SEKTÖRÜ KONYA'DA BULUŞTU

13

"KORUMACILIĞI BİTİRELİM, TİCARETİN ÖNÜNÜ AÇALIM"

16

S.Ü'DE 'GELECEK VE GİRİŞİMCİLİK' PANELİ

23

TR52 (KONYA, KARAMAN) İŞSİZLİK ORANI %6,1

28

YENİ NESİL TİCARET: E-TİCARET VE KOBİLER

32

SINAİ MÜLKİYET HAKLARI VE KONYA

34

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SERBEST BÖLGE UYGULAMALARI

40

MAKİNE İMALAT SANAYİ SEKTÖRÜ

46

NİTELİKLİ ELEMAN İSTİHDAM DESTEĞİ

52

ÇANAKKALE ÜZERİNE DÜŞÜNCELER

ÜLKE PANORAMA ZİMBABVE 48

ŞİVLİLİK 56

TARIM FUARI'NDA KTO "TARIMSAL DESTEKLER PANELİ" 12

DÜNYA TARIM SEKTÖRÜ KONYA'DA BULUŞTU

Konya Ticaret Odası Uluslararası Fuar Merkezi'nde düzenlenen Konya Tarım Fuarı 2017'de de rekor ziyaretçiyi ağırladı. 15 ülkeden 400 firmanın katıldığı 15. Konya Tarım Fuarı'nı 51 ülke ve Türkiye'nin 70 ilinden 304 bin 527 kişi ziyaret etti. KTO Başkanı Selçuk Öztürk katılımcı firmaların organizasyondan memnuniyet duyduğunu ifade ederek beş günlük fuar süresi boyunca Konya ekonomisine 40 milyon TL'lik katma değer üretildiğini söyledi. Başkan Öztürk, Konya'daki tüm fuarlar ile ilgili 2021 yılında hedeflerini gerçekleştirdikleri takdirde; yıl içinde, yurt içinden ve dışından Konya'ya gelen 1 milyon kişinin iş görüşmeleri, ticaret faaliyetleri gerçekleştireceğini vurguladı.

Konya Tarım, Tarımsal Mekanizasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı'nın açılışı Başbakan Yardımcısı Tuğrul Türkeş'in katılımıyla gerçekleştirildi. Fuarın açılış konuşmasını yapan Konya Ticaret Odası başkanı Selçuk Öztürk şu ifadelere yer verdi:

"Orta Asya'dan, Balkanlara kadar uzanan geniş bir coğrafyada; bolluğun, bereketin ve bahar mevsiminin gelişinin müjdecisi olan Nevruz Günü, 21 Mart'ta binlerce yıldır büyük bir coşkuyla kutlanmaktadır. Nevruz bugün de gönül coğrafyamızdaki kardeş ülkelerle birlikte kutlanmaya devam etmektedir. Konya Tarım Fuarımızın başlangıcının da baharla birlikte tabiatta başlayan yenilenmeyi ve tazelenmeyi temsil eden Nevruz Günü'nde olması, açılışımıza ayrı bir anlam kazandırdı. Bu vesile ile Nevruzun tüm tarım sektörümüzün temsilcilerine, şehrimize ve ülkemize bolluk ve bereket getirmesini temenni ediyorum. Nevruz Bayramı aynı zamanda birliği, beraberliği ve kardeşliği de temsil etmektedir. 2013 yılından itibaren Türkiye Cumhuriyeti'nin bekasına kasteden iç ve dış kaynaklı olaylara hep beraber şahit olduk. Millet olarak

binlerce yıllık kardeşlik değerlerimize sahip çıkarak tüm oyunların üstesinden gelmeyi başardık. Toprağın uyanışı olan bu Nevruz gününün Milletimizin yeniden büyük ve güçlü Türkiye için uyanışına vesile olmasını diliyorum. Hemen her konuda çifte standartına, ikiyüzlü siyasetine alıştığımız Batılı devletlerin; bir yandan kredi derecelendirme kuruluşlarının not indirimleri ile bir yandan da kur-faiz ikilemi ile ekonomimize zarar vermeye çalıştıklarının farkındayız. Her şeye rağmen; Anadolu ekonomisi olarak, Konya olarak dik duruşumuzdan taviz vermeden, çalıştık, ürettik ülke ekonomimize katkı sağlamaya devam ettik. Bugün gerçekleştirdiğimiz bu fuar açılışının da Türkiye ekonomisine kastedenlere en güzel cevap olduğunu düşünüyoruz. Dünyanın dört bir yanından katılımcı ve ziyaretçiyle gerçekleştirdiğimiz açılışla tüm dünyaya net bir mesaj veriyoruz. Ne ülkemiz üzerine oynanan oyunlar ne de terör bizleri yıldıramaz, korkutamaz. Her zamanki gibi tüm millet olarak kenetlenerek ekonomimizi birlikte yükseltmeye devam edeceğiz. Bu vesile ile Fuarımızın 15 yılda gelişimi ile ilgili bazı rakamları paylaşmak istiyorum. 2003 yılında ilk düzenlenen tarım fuarı sadece 1 holde 4.681 m² toplam stant alanında 193 firmanın katılımıyla gerçekleştirilmiş, ilk fuarımızı 13.658 kişi ziyaret etmişti. Bugün tamamı dolu 6 holümüze ilave olarak fuaye alanımızda açılan stantlarımızla 66.000 m² kapalı, 20.000 m² açık olmak üzere toplam 86.000 m² alanda yapılan 15. Tarım Fuarı'mıza 60 ülkeden 350 bini aşkın ziyaretçi bekliyoruz. Bu rakamlar, Konya'nın en fazla ziyaretçi çeken etkinliği olan Tarım Fuarı'nın fuarımızın ne denli büyük bir fuar olduğunu göstermektedir. Fuarımız şehrimiz ve ülkemizin en önemli sektörlerinden olan tarım ve tarım mekanizasyonu sektörümüzün daha da büyümesini dünyaya açılmasını sağlamaktadır. Türkiye'nin 15 yıllık ekonomik kazanımları ile Anadolu şehirleri ülke ekonomisi içinde dengeli büyüme için katkısını artırmaya başlamıştır. İşte bu şehirlerin başında da Konya gelmektedir. Türkiye ortalaması üzerinde bir büyüme başarısı gösteren Konya ile ilgili bazı bilgiler vermek isti-

yorum. Konya bugün 178 ülkeye ihracat yapan bir şehirdir. İhracatımızı 14 yılda yüzde 1.500 oranında artırdık. Bu dönemde ihracatta Türkiye ortalaması 5 kat artarken Konya 15 kat artırarak dünya çapında bir başarı öyküsü yazmıştır. Her türlü olumsuzluğa rağmen 2017'nin ilk iki ayında ihracatını yüzde 13 oranında artıran Konya Türkiye ekonomisini sırtlamaya devam edeceğini de göstermiştir. Türkiye'nin en önemli tarım merkezi olan Konya'nın sanayileşme hamlesinin temelini, tarıma dayalı sanayi oluşturmuştur. Tarım makineleri sektöründe son derece önemli bir tecrübeye sahip olan şehrimiz, Türkiye pazarının %65'ine hâkimdir. Ayrıca, Türkiye tarım makinaları ve aletleri ihracatının %45'ini Konya gerçekleştirmektedir. Konya, 2.6 milyon hektarlık tarım alanı ile ülkenin toplam tarım alanının %11.2'si gibi çok önemli bir oranını oluşturmaktadır. Türkiye'nin toplam tarımsal üretiminin %10'u Konya tarafından karşılanmaktadır. Konya, devletimizin sağladığı desteklerle ve artan sulama imkânları ile tarımsal üretimini hızla artırmaktadır. 12 milyar lira tarımsal hasılasıyla Türkiye'nin en büyük tarım merkezlerinden biri olan şehrimiz bu özelliği ile gelecekte dünyanın sayılı tarım şehirleri arasında yer alacaktır. Tarımda, sanayide, ticarette ülke ekonomisini sırtlayan, hızla dünyaya açılan Konya iş dünyası olarak, daha fazla çalışarak, daha fazla üreterek ulaşacağımız güç ile Türkiye ekonomisinin direği olmaya kararlıyız."

Konya Büyükşehir Belediye Başkanı Tahir Akyürek, Konya Milletvekili Ziya Altunyaldız ve Konya Valisi Yakup Canbolat'ın protokol konuşmalarının ardından Başbakan Yardımcısı Tuğrul Türkeş de kürsüye gelerek konuşma yaptı. Konuşmaların ardından açılışı yapılan fuarda Başbakan Yardımcısı Türkeş ve beraberindekiler standları gezerek katılımcılardan bilgi aldı. Konya Ticaret Odası Uluslararası Fuar Merkezi'nde açılışı yapılan Konya Tarım, Tarımsal Mekanizasyon ve Tarla Teknolojileri Fuarı 21-25 Mart tarihlerinde ziyarete açık kaldı.

KONYA EKONOMİSİNE 40 MİLYON GİRDİ SAĞLANDI

Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk Konya Ticaret Odası Uluslararası Fuar Merkezi'nde düzenlenen Konya Tarım Fuarı'nda stant açan firmaları ziyaret etti. Beraberinde Yönetim Kurulu'ndan Başkan Yardımcısı Hasan Hüseyin Karapınar ile Ramazan Erkuş, Metin Sağlam ve Mehmet Emin Gürbüz ile stantlarını tek tek gezen Başkan Öztürk firma sahiplerinden bilgi aldı.

Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, Konya Tarım Fuarı'nın bu sene de yoğun bir katılımla devam ettiğini belirterek "Türkiye'nin en büyük, Avrupa ve Asya'nın üçüncü en büyük tarım fuarını Konya'da, Uluslararası Fuar Merkezi'mizde düzenlemekten büyük mutluluk duyuyoruz. Tamamı dolu 6 holümüze ilave olarak fuaye alanımızda açılan stantlarımızla 66.000 m² kapalı, 20.000 m² açık olmak üzere toplam 86.000 m² alanda yapılan fuarımıza 15 ülkeden 400 firma katıldı. Fuarımızı 51 ülkeden 304 bin kişi ziyaret etti. Yurt içinden ve yurt dışından fuarımıza katılan firma temsilcilerimize

ve fuarımızı ziyaret eden misafirlerimize gösterdikleri ilgi nedeniyle teşekkür ediyorum. Yoğun katılımla gerçekleşen fuarın ticaretleri açısından son derece olumlu geçtiğini söyleyen katılımcılardan böyle bir görüş almak bizleri daha da mutlu etmiştir" dedi.

2017 Konya Tarım Fuarı'nda ziyaretçi sayısında bir önceki yıla göre artış olduğunu ifade eden Başkan Öztürk, "Konya'nın en fazla ziyaretçi çeken etkinliği olan Tarım Fuarı'nın Konya ekonomisine katkısı 40 milyon TL'dir. Sadece Konya değil çevre illerde dahi oteller tam doluluğa ulaşmıştır. Fuar sayesinde katılımcı firmalar ile birlikte Konya'da hizmetler sektörüne de büyük bir canlılık gelmektedir. Tarım fuarında 2021 yılı hedefimiz 500 bin ziyaretçi rakamına ulaşarak Türkiye'deki en büyük ilk üç fuar arasına girmektir. Ayrıca; 2021 yılından itibaren 6 holün tamamının dolacağı en az altı fuar yapılması amacıyla projelerimiz üzerinde de yoğun bir mesai harcıyoruz. Makine, gıda, döküm ve inşaat - gayrımenkul gibi ön plana çıkan fuarlarımızı da tarım fuarı gibi marka fuarlar haline getireceğiz. Tüm fuarlarımıza yurt içinden ve yurt dışından gelen ziyaretçiler ile yıl içinde Konya'da 1 milyon kişinin iş görüşmeleri, ticaret faaliyetleri gerçekleştirmesini hedefliyoruz. Hedeflerimizi gerçekleştirdiğimizde hem sektörlerimizin ticaret hacmini artırmış olacağız hem de Konya ekonomisine çok büyük bir katkı sağlayacağız" dedi.

TARIM FUARI'NDA KTO "TARIMSAL DESTEKLER PANELİ"

Konya Ticaret Odası, Konya İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, TKDK Konya İl Koordinatörlüğü ve TÜYAP Fuarcılık A.Ş. işbirliği ile "Tarımsal Destekler Paneli" düzenledi.

Tarım ve tarıma dayalı sanayi üzerine yürürlükte olan tüm hibe ve desteklerin anlatıldığı panelin açılışını KTO Yönetim Kurulu Üyesi Metin Sağlam yaptı.
Sağlam, tarım sektörünün ülkemiz ve tüm dünya için büyük önem taşıyan bir sektör olduğunu belirterek; "Bu yıl bereketli ovamız çok güzel yağış aldı. Bu yağışlar devam ederse bu yıl bereketli bir yıl olacak ve inşallah tarımsal üretimde rekor üretimlere ulaşacağız." dedi.
Ülkemizde ürünün tarlaya ekiminden, hasadına ve hatta ihracatına varıncaya kadar bir destekleme zinciri olduğunu, belki az desteklenen, yeterince desteklenmeyen ürünler olduğunu, devletin çiftçileri mağdur etmeden, zora sokmadan kıt kaynaklarını kullanarak desteklemeye gayret ettiğini belirten Sağlam; "Ülkemizin kıt kaynaklarını en iyi şekilde değerlendirerek heba etmeden birinci elden

üretime yönlendirmek ve bu kaynakları verimli kullanmak çok büyük önem arz ediyor. Bu konuda kaynağı kullandıran kurum ve kuruluşlar ile kullanan üreticilerimize büyük görevler düşmektedir. Bu anlamda biz Konya Ticaret Odası olarak TARIMSAL DESTEKLER-2017 konulu bir kitapçık hazırladık. Bu kitapçıkta hemen hemen 2017 yılında verilecek olan bütün destekler yer alıyor. Yeni İpek Yolu Dergimizle birlikte 10 bin adet ve fuarda da dağıtılan bu kitapçık üreticilerimize ve tarımsal ticaret yapan firmalarımıza büyük katkılar sağlayacaktır diye düşünüyoruz." şeklinde konuştu.
Konyalı işadamlarını istihdam seferberliğine davet eden Sağlam, "Sayın Cumhurbaşkanımız işsizliğin azaltılması noktasında ve bu mücadele kapsamında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Ekonomi Şurası'nda istihdam seferberliği başlatmıştı. Aslında gerçekleştirmiş olduğumuz Konya Tarım Fuarı'nın Türkiye ekonomisine kastedenlere en güzel cevap olduğunu düşünüyoruz. Ve Konya iş dünyası olarak istihdamı artırmaya yönelik bu seferberliği desteklemeye sizleri de davet ediyoruz." dedi.
Daha sonra panele geçildi panelde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Konya İl Müdürlüğü'nden Adem Dere Hayvansal Destekler konusunda, Abdullah Aslan Bitkisel Destekler konusunda Kerim Muzaç'ta Kırsal Kalkınma Destekleri konusunda sunum yaptılar.
Panelde ayrıca Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nden Fatih Şeker Tarım İhracat İade Desteği, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu'ndan Hasan Çoban TKDK Destekleri konusunda katılımcıları bilgilendirdiler.

HİSARCIKLIOĞLU'NDAN ECO ÜLKELERİNE 'TİCARET' ÇAĞRISI:

"KORUMACILIĞI BİTİRELİM, TİCARETİN ÖNÜNÜ AÇALIM"

Türkiye, Afganistan, Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan'ın üye olduğu ECO-CCI toplantısında konuşan TOBB Başkanı ve ECO – CCI Yönetim Kurulu Üyesi M. Rifat Hisarcıklıoğlu, Bölge'nin işbirliğini artırmak zorunda olduğunu vurguladı. Hisarcıklıoğlu, ECO ülkeleri arasındaki korumacılığın ve vizelerin kaldırılmasını, ECOTA'nın ve tahkimin hayata geçirilmesini, ulaşım yollarının güvenli ve hızlı hale getirilmesini istedi.

TOBB Başkanı ve Ekonomik İşbirliği Teşkilatı Ticaret ve Sanayi Odası (ECO-CCI) Yönetim Kurulu Üyesi M. Rifat Hisarcıklıoğlu, ECO ülkelerine işbirliğini artırma, korumacılığı ve vizeleri kaldırma, ECOTA anlaşması ve tahkimi ise hayata geçirme çağrısında bulundu.
Ulaşım yollarının şeffaf, güvenli ve hızlı hale getirilmesi gerektiğini söyledi.
Türkiye, Afganistan, Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan'ın üye olduğu, ECO –CCI'nin 22. Yürütme Kurulu toplantısı Pakistan'ın başkenti İslamabad'ta gerçekleştirildi. TOBB Başkanı ve ECO – CCI Yönetim Kurulu Üyesi M. Rifat Hisarcıklıoğlu'nun da katıldığı toplantıda; Pakistan Ticaret Bakanı Khurram Dastgir Khan, ECO Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı ve Pakistan Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Zubair Tufail, İran Ticaret Sanayiler Madenler ve Tarım Odası Başkanı Gholamhossein Shafei, ECO Genel Sekreteri Halil İbrahim Akça, TOBB Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Öztürk, Marmaris Ticaret Odası Başkanı Mehmet Baysal, Çorum Ticaret Borsası Başkanı Ali Bektaş ve TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkan Yardmcısı Ruhsar Pekcan da yer aldı.

Hisarcıklıoğlu burada yaptığı konuşmada ECO bölgesinde işbirliğini arttırmanın artık sadece bir kalkınma aracı değil, zorunluluk haline geldiğini belirtti. Hisarcıklıoğlu, "Zira küresel sistem çok farklı bir dönemden geçiyor. Küresel ekonomi ve siyasetin kodları tamamen değişiyor. Dünyayı etkileyen ekonomik-siyasi gelişmelerin neredeyse tamamı da ECO coğrafyasının etrafında şekilleniyor. Bu bizim için hem bir risk, hem de bir fırsat. Süreci iyi okuyup, iyi hazırlanmalıyız" ifadesini kullandı.
TOBB Başkanı ve ECO – CCI Yönetim Kurulu Üyesi Hisarcıklıoğlu, dünya petrol rezervlerinin yüzde15'inin, doğalgaz rezervlerinin yüzde 24'ünün ECO bölgesinde bulunduğuna, Asya ile Avrupa arasındaki bütün enerji koridorlarının, bütün ticaret koridorlarının da bu coğrafyadan geçtiğine dikkat çekti. Bölgenin çok büyük avantajları bulunduğunu söyleyen Hisarcıklıoğlu, bunlardan yararlanarak ticareti artırmak gerektiğini anlattı.

ECOTA, vizeler, tahkim ve ulaşım

Önlerinde 4 önemli konu bulunduğuna işaret eden Hisarcıklıoğlu, ilk önemli konunun ECOTA anlaşması olduğunu duyurdu. ECOTA'nın hayata geçirilmesini isteyen Hisarcıklıoğlu, korumacı politikaların zenginliği arttırmadığı gibi tam tersine azaltacağını ifade etti.
İkinci önemli konu olarak vize meselesini gösteren Hisarcıklıoğlu, "Ekonominin 3 adım kuralını unutmamamız lazım. Önce ziyaret, sonra ticaret, sonra da yatırım. İnsanlar girip çıkarken zorlandıkları ülkelerle değil, en rahat ulaşabildikleri ülkelerle ticaret yapar. Vize konusundaki sıkıntıların giderilmesini istiyoruz" dedi. Üçüncü önemli konunun tahkim olduğunu ifade eden Hisarcıklıoğlu, "Tahkim meselesi ticaret ve yatırımların artması için çok önemli. Çünkü yatırımcı ve tüccar her şeyden önce öngörülebilirlik ister" diye konuştu. Ulaşım sorunlarına da değinen TOBB Başkanı ve ECO-CCI Yönetim Kurulu Üyesi M. Rifat Hisarcıklıoğlu, bu konuya ilişkin olaraksa "Ticaret yollarımızı şeffaf, güvenli ve hızlı hale getirirsek hem kendi aramızdaki ticaret artacak, hem de Asya-Avrupa arasındaki ticaretin merkezi haline geleceğiz" değerlendirmesinde bulundu.
Hisarcıklıoğlu gümrük geçişlerinin hızlı, şeffaf ve standart olmasının önemine işaret ederken TOBB'un bu konudaki tecrüberini hatırlattı ve bu tecrübeden bütün ECO ülkelerinin faydalanmasını istediklerini bildirdi.

KTO'DA KAREKODLU ÇEK UYGULAMASI VE

ÇEK KANUNU'NDA YAPILAN SON DEĞİŞİKLİKLER SEMİNERİ

Çok sayıda iş adamının katıldığı seminerin açış konuşmasını KTO Yönetim Kurulu Üyesi Ali Deresoy yaptı. Deresoy, "Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve Türkiye Bankalar Birliği işbirliğinde hayata geçirilen Karekodlu Çek uygulamasının 1 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe girdiğini belirtti. Bu tarihlerden itibaren bankalar tarafından çek hesabı sahiplerine karekodsuz çek yaprağı verilmediğini hatırlatan Deresoy, "Çek piyasada en çok kullanılan ödeme araçlarından bir tanesi ve bu aracın etkin ve güvenilir olması gerekmektedir. Karekod sisteminde çeki keşide eden kişinin tüm ödeme geçmişinin ortaya çıkması sağlanmaktadır. Bu yolla piyasada çeke duyulan güvenin arttırılması ve karşılıksız çekin engellenmesi amaçlanmakta olup dolayısıyla karekodlu çek uygulaması ile piyasaya bir şeffaflık getirilmeye çalışılmış, karşılıksız çek sayısının azaltılması ve çek sahtekârlıklarının önüne geçilmesi hedeflenmiştir" dedi.

Karekodlu çek uygulamasının iş dünyasına çok büyük faydalarının olacağını ifade eden KTO Yönetim Kurulu Üyesi Ali Deresoy, "Karekodlu çek uygulaması Çek Kanunundaki değişiklikleri de içeren 6728 sayılı yatırım ortamının iyileştirilmesi için bazı kanunlarda değişiklik yapılmasına dair kanun kapsamında 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren zorunlu hale getirilmiştir. Bu tarihlerden itibaren bankalar tarafından çek hesabı sahiplerine karekodsuz çek yaprağı verilmemektedir. Çek piyasada en çok kullanılan ödeme araçlarından bir tanesi ve bu aracın etkin ve güvenilir olması gerekmektedir. Karekod sisteminde çeki keşide eden kişinin tüm ödeme geçmişinin ortaya çıkması sağlanmaktadır. Bu yolla piyasada çeke duyulan güvenin arttırılması ve karşılıksız çekin engellenmesi amaçlanmakta olup dolayısıyla karekodlu çek uygulaması ile piyasaya bir şeffaflık getirilmeye çalışılmış, karşılıksız çek sayısının azaltılması ve çek sahtekârlıklarının önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Ancak yapılan bu değişikliklerden kamuoyunun, mükelleflerin ve üyelerimizin yeterince haberdar olmadığını görmekteyiz. Bu çerçevede hem çek kanunundaki değişiklikleri hem de karekodlu çek uygulamasını irdelemek amacıyla seminerimizi düzenledik. Konya'da 2017 yılında karşılıksız çek oranı yüzde 2,7 iken Türkiye'de karşılıksız çek oranı yüzde 3'tür. Bu rakamlarla Konya diğer alanlarda olduğu gibi ekonomide de kendine güveni göstermiştir. Ancak karekodlu çek sorgulamasında hizmet bedellerinde farklılıkların ortadan kaldırılması bunun yaygınlaşmasına artıracaktır." dedi.

Krekodlu Çek uygulamasının getirileri konusunda konuşan Kredi Kayıt Bürosu Genel Müdürü Kasım Akdeniz, de " Çek tüm dünyada bir ödeme aracı olarak kullanılırken Türkiye'de bir kredi aracı olarak vadeli bir şekilde de kullanılmaktadır. Kare Kodlu Çek Sistemi, çeki elinde bulunduran kişinin çek yaprağı üzerinde yer alan kare kodu, Karekod barkod okuyucu ya da akıllı cihazlar ile okutarak keşidecinin özet çek raporunu alabildiği Findeks platformundan sunulacak bir Kredi Kayıt Bürosu hizmetidir. Kare kod okuyucu kullanarak keşidecinin TCKN / VKN bilgisi, MICR kodu (çekin banka kodu, şube kodu, çek sıra numarası ve hesap numarası) opsiyonel olarak çekin seri numarası gibi bilgilere ulaşılabilmektedir. Ancak Çek Endeksi almak için Findeks platformuna giriş yapılması ve rapor alımı için sadece bu uygulama içine eklenen kare kod okuyucunun kullanılması gerekmektedir. Bankaların, Findeks platformu üzerinden kare kodlu çeklerinin sorgulanabilmesi için müşterilerinden alacakları muvafakat sayesinde ikinci bir onay adımı olmaksızın keşidecinin özet çek raporu alınabilmektedir. Çeki son alan kullanıcı, almış olduğu çekin keşidecisinin çek kullanımı ile ilgili bilgilere çok zaman harcamadan, tek bir sorgulamayla ulaşabilmektedir. Karekodlu çek uygulaması 3 temel yenilik getirdi. Birincisi Ocak 2017'den itibaren bankaların verdiği tüm çekler karekodlu olma zorunluluğu getirildi. İkincisi karekod okutulduğunda gelen bilgiler için keşidecinin bir iznine gerek kalmadı. Üçüncüsü ise 2012'de kaldırılan hapis cezası tekrar geri getirildi." diye konuştu.

Çeki kabul ederken keşidecinin geçmiş ödeme alışkanlıklarının görülebileceğini vurgulayan Kasım Akdeniz "Üzerinde karekod olan çek, Findeks Mobil Uygulamasına okutulduğunda herhangi bir onaya gerek olmaksızın çek keşidecisinin çek ödeme geçmişi görüntülenerek vadeli satış kararı daha güvenli bir şekilde verilebilecek. Diğer yandan Karekodlu Çek Sistemi tahsilat riskini azaltırken yeni satış imkânların da gündeme getirecek. Daha önceden tanışmadıkları için çekle satış yapmayan satıcılar çek ile vadeli alım yapmak isteyen keşidecinin geçmiş çek ödeme performansını görebilecek ve çek ödemelerini uzun zamandır aksatmadan düzenli yapan kişilere vadeli mal satış kararı verebilecektir. Bu yönüyle Karekodlu Çek Sistemi ticaretin hacmini artıracaktır" dedi.

'Karekodlu Çek uygulaması ve Çek Kanunu'nda yapılan son değişiklikler' konulu seminer 17 Mart 2017 tarihinde Konya Ticaret Odası Meclis Salonunda gerçekleştirildi.

S.Ü'DE 'GELECEK VE GİRİŞİMCİLİK' PANELİ

Selçuk Üniversitesi ile MEVKA tarafından organize edilen 'Gelecek ve Girişimcilik' paneli Selçuk Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirildi.

Süleyman Dehırel Kültür Merkezi'nde gerçekleştirilen panele Selçuk Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Mehmet Okka, Konya Sanayi Odası Yönetim Kumlu Başkam Memiş Kütükçü, Konya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Çevik, Mevlana Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Ahmet Akman, Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi Cihangir Mıhoğlu, öğretim üyeleri ve öğrenciler katıldı. Programın açılış konuşmasını yapan Selçuk Üniversitesi Rektör Yardımcısı ve Panel Başkanı Prof. Dr. Mehmet Okka, "Konya'nın lokomotifi diyebileceğimiz, beynimiz diyebileceğimiz güzide kuruluşlarımız var. Gelecekte ve girişimcilikte neler yapılabilir bu kurum kuruşlarımıza önemli görevler düşüyor. dedi.

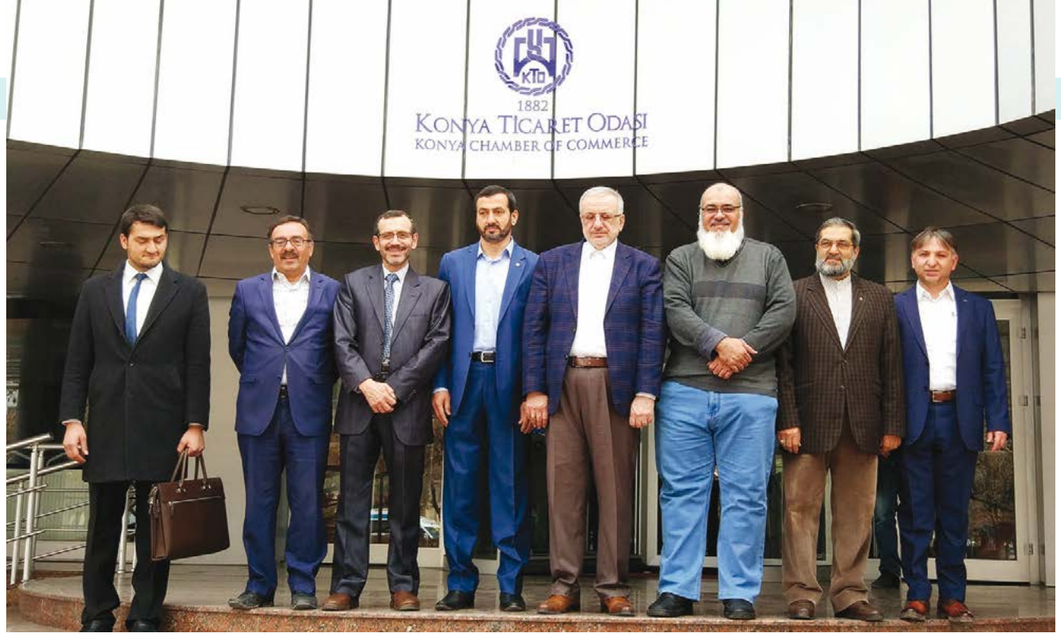
Konya Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Memiş Kütükçü, "Selçuk Üniversitemiz son zamanlarda hızla gelişti ve gelişmeye devam ediyor. Üniversitelerimiz büyük imkânlar ve hizmetler veriyor. Üniversitemiz öğrencilerimize tam donanımlı üniversite kampüslerinde ve atölyelerde, laboratuvarlarda eğitim veriyor. Bu kadar imkânı değerlendirip kendimizi geleceğe hazırlayabilirsek bir anlam ifade etmiş oluruz. Dünü bilerek bugünü değerlendirmek ve geleceğe güvenle bakabilmek gerekir" dedi. Konya Ticaret Borası Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Çevik, "Selçuklu Devleti'nin ismini alan Selçuk Üniversitesi'nde sizlerle beraber olmaktan mutluluk duyuyorum. Millet olarak biz bu topraklarda bin yıldır yaşıyoruz, ve yaşamaya devam edeceğiz. Eğer bir inşaatın temeli olmazsa yukarıya çıktığımız katların hepsi yıkılır. Türk gençliğinin temeli olması gerekir. Medeniyetimiz ve ecdadımızı bilmemiz gerekir. siz gençlerimize her türlü imkânı sağlıyoruz ve sizleri yarınlara hazırlamak için elimizden gelen tüm çabayı sarf ediyoruz" diye konuştu.

Mevlana Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Ahmet Akman,da "Dünyamız hızla değişiyor. Özellikle iş dünyamız o kadar değişiyor ki eğer teknolojiden uzak kalırsanız yok olup giderseniz. Her an değişime hazır olup olmadığımızı sorgulamamız gerekir. Son yıllarda girişimcilere ciddi destek veren bir ülkeyiz. Girişimcilere her zaman destek vermeye devam edeceğiz. Gelecek, girişimcilerin ve yenilikçi düşünenlerin olacak "dedi. Son olarak da panelde Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi Cihangir Mıhoğlu, Konya Ticaret Odası'nın çalışmalarından ve sanayi-üniversite işbirliği hakkında öğrencilere bilgi verdi. Mıhoğlu girişimcilikle ilgili şunları söyledi: "Girişimcilik günümüzde dünya ekonomileri için olduğu kadar Türkiye ekonomisi için de gelişmenin ve yeni değerler yaratmanın, sektörler arası işbirliğinin artışının anahtarı olarak gösterilmektedir. Bu nedenle girişimcilerin önündeki engelleri kaldırmak ve fikirlerinin ekonomiye katılmasını ve ticarileşebilmesini sağlamak amacıyla farklı çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye'de 1990'larda başlayan ve 2000'li yıllarda hız kazanan girişimcilik çalışmaları da son yıllarda hedeflerine ulaşmaya başlamış ve yeni girişimler piyasalarda yerlerini almıştır.

Biz sadece kendimiz, ilimiz değil, tüm Türkiye zengin olsun; dünyanın en zengin ülkeleri ile eşit şartlarda rekabet edelim istiyoruz. Dünyanın en zengin 20 ülkesi, en girişimci 20 ülkesi durumundadır. Demek ki girişimci sayımızı özellikle genç girişimci sayımızı artırmamız gerekiyor. Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre gençlerimizin, yüzde 90'ı gelecekte kendi işini kurmak istediklerini söylemişler. Fakat yüksek orandaki bu isteğin hayata geçirilemediğini görmekteyiz.

Artık ülkemizde girişimci olmak için sermayeye ihtiyaç yok. Devletimiz zaten TÜBİTAK aracılığıyla olsun, KOSGEB aracılığıyla olsun girişimci adaylarına yeterli desteği sağlıyor. Sahip olmanız gereken girişimcilik fikri. Girişimcilikle ilgili bir fikriniz varsa bunu hayata geçirebilirsiniz. Girişimci olabilmek için üç altın kural vardır. Hayal edeceksiniz, çalışacaksınız ve risk alacaksınız. Hedefinizi büyük tutacaksınız. Küçük adımlarda kalırsanız düşersiniz. Bir uçurumu geçmek istiyorsanız, karşıdan karşıya küçük adımlarla geçemezsiniz. Adımlarınızı büyük atacaksınız. Bu da girişimcinin olmazsa olmaz özelliklerinden biridir. Hayaliniz varsa hedefiniz de olur fakat, çalışmadan bir şey olmaz. İşin temeli çalışmak. Hayal ettiniz ve çok çalıştınız son olarak risk alacaksınız. Risk almadığınız hiçbir işte başarıyı yakalayamazsınız. Şunu açık yüreklilikle ifade edeyim ki tüm bunlar tecrübeyle sabittir.

Bilmediğiniz ve merak ettiğiniz her şeyi sorun, sorgulayın, araştırın, öğrendiğiniz bilgileri hayat boyu kullanabilme, kullandıkça geliştirebilme yeteneği ve alışkanlığı kazanın. Başarıya ulaşmak için kendinize hedef koyun, o hedefe ulaşmak için çok çalışın." Konuşmaların ardından panelistler öğrencilerin sorularını cevapladı.



HAC VE UMRE HEDİYE DERNEĞİ

KONYALI İŞ ADAMLARI İLE KTO'DA BULUSTU

Suudi Arabistan da faaliyet gösteren Hac ve Umre Hediye Derneği Genel Müdürü Mansour Al-Amer Konya Ticaret Odası'nı ziyaret ederek KTO Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Fahrettin Doğru ve işadamları ile bir süre görüştüler.

Hac ve Umre Hediye Derneği Genel Müdürü Mansour Al-Amer Arabistan da öncelikle hac ve umreye gelen kişilerin gıda ihtiyaçlarını karşılama ve fakirlere gıda yardımı konusunda faaliyet gösterdiklerini belirterek, her yıl yaklaşık 150 konteyner çeşitli gıda maddeleri ithal ettiklerini, bu gıda maddelerinin büyük bir kısmını Türkiye'den almak istediklerini, bu anlamda Konya'ya geldiklerini söyledi.

Mansour Al-Amer, "Bugüne kadar çeşitli ülkelerden tedarik etmiş olduğumuz gıda maddelerini bundan sonra ağırlıklı olarak Türkiye'den almak istiyoruz. Paramızın Müslüman kardeşlerimize gitmesini arzu ediyoruz" dedi.

Konyalı iş adamları ile bir araya gelen heyete Konya'nın sanayisi ticareti, ürettiği ürünler ve karşılıklı yapılabilecek işbirliğine ilişkin bilgiler veren KTO Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Fahrettin Doğru Hac ve Umre Hediye Derneği'nin böyle bir karar almasından büyük memnuniyet duyduklarını belirterek, Konyalı işadamları ile görüşerek bağlantıları gerçekleştirebileceklerini söyledi.

Konya Ticaret Odası'nda gerçekleştirilen iş görüşmesinde 20 kişilik KTO üyesi işadamı ile görüşen Hac ve Umre Hediye Derneği Genel Müdürü Mansour Al-Amer yapılan görüşmelerin verimli geçtiğini, Konya ile alış veriş yapma noktasında çalışma yapacaklarını söyledi.

ŞUBAT'TA YÜZDE 5.61 ARTAN

İHRACATTA YAPISAL DEĞİŞİKLİK VURGUSU

Ocak ayında yaptığı ihracatla 2017'ye rekor artış ile başlayan Konya, Şubat'ta da ihracatını yüzde 5.61 artırdı. Türkiye ihracatından yüzde 1,07 pay alan Konya şubat ayında bir basamak daha yükselerek 12. sıraya çıktı. KTO Başkanı Selçuk Öztürk, Şubat ayı rakamları ile birlikte, son üç aydır artış trendinin devam ettiğini ifade ederek, Konya'nın dış ticarette yapısal değişiklikleri gerçekleştirmesi zorunluluğunu dile getirdi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 2017 yılı Şubat ayı ihracat verilerini açıkladı. İhracat rakamlarını değerlendiren Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk "TİM'in açıklamış olduğu verilere göre Türkiye'nin Şubat - 2017 ihracat rakamı yüzde 5,1 artışla 11.2 milyar dolar olup ilimizin Şubat ayı ihracat rakamı 121.6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 5.61 oranında artışı yakaladığımız şubatta geçtiğimiz Ocak ayına göre de yüzde 6,23 oranında artış kaydedilmiştir. Yılın ilk iki ayında gerçekleşen artış Konya'nın hem ülke ihracatında payını artırdığını hem de ilerleyen aylarda istenilen ihracat rakamlarına ulaşacağımızı göstermektedir. 2016 Aralık ayı ile birlikte, aylık bazda değerlendirdiğimizde son üç aydır artış trendi sürmektedir. Bu artış, 2017'nin geneli için umut verici bir gelişmedir. Hedefimiz 2017'de 1,5 milyar doların üzerinde ihracat rakamı elde etmektir" dedi.

Konya'nın; ihracat, sanayi üretimi, istihdam gibi birçok ekonomik parametrede Türkiye'den daha fazla artış göstererek her zaman ülke ekonomisine pozitif katkı sağlayan bir şehir olduğunu vurgulayan Başkan Öztürk, "Konya olarak son 15 yılda ihracat anlamında iyi bir ivme kazanmış olmakla birlikte ilimizin ekonomik potansiyeli düşünüldüğü zaman bu ivmenin Konya için yeterli olmadığı açıktır. Konya'nın ihracatında 2016 yılında bir önceki yıla oranla düşüş görülüyor. İhracatımızda meydana gelen bu düşüşün en önemli nedenleri dünya genelinde yaşanan dış ticaret daralması, petrol fiyatlarının düşmesi ve komşu ülkelerde meydana gelen siyasi krizlerdir. Konya'nın ihracatında yıllar itibariyle gerçekleşebilecek dalgalanmaları durdurmamız gerekmektedir. Bunun için de dış ticarette yapısal değişiklikleri gerçekleştirmek zorunluluktur. İmalata verdiğimiz önem kadar pazarlamaya, marka geliştirmeye ve inovasyona da önem vermeliyiz. Şayet bunu gerçekleştiremez isek ihracat anlamında istenilen seviyeye öngörülen zamanda ulaşamamakla birlikte yıllar itibariyle dalgalanmalara da maruz kalabiliriz" dedi.

KTO Başkanı Öztürk şubat ayında da ihracat artışına katkı sağlayan tüm Konyalı tüccar ve sanayicileri tebrik ederek, daha yüksek artış rakamlarının sağlanması için Konya Ticaret Odası olarak ihracatçılarla işbirliği içinde çalışmaya devam edeceklerini sözlerine ekledi.

KONYA TİCARET ODASI VE KONYA İŞKUR İL MÜDÜRLÜĞÜ İŞBİRLİĞİ İLE

KADIN GİRİŞİMCİLERE EĞİTİM

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafından Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) işbirliği ile yürütülen ''Kadınlar için Daha Çok ve Daha İyi İşler: Türkiye'de İnsana Yakışır İş için Kadınların Güçlendirilmesi'' projesi kapsamında 50 kadına girişimcilik eğitimi verildi.

Konya İŞKUR İl Müdürlüğü ve Konya Ticaret Odası işbirliği ile düzenlenen eğitimler 20 Mart 2017 tarihinde Konya Ticaret Odası'nda başladı.

Eğitimler, meslek hayatından uzak kalmış kadınları güçlendirecek. Temel girişimcilik eğitiminin yanı sıra finansal erişim, toplumsal cinsiyet eşitliği, yenilikçi teknolojilerin kullanımı gibi eğitimler de mevcut. Kendi alanlarında başarılı olan kadınlara da küçük bir hibe desteği sağlanacak. Projede temel amaç bu eğitimi alan kişilerin uzun süre işi götürebilmeleri, istihdam yaratabilmeleri ve başarılı olmaları.

Eğitim sonrasında ise Mentörlük (koçluk) programı verilecek. Mentörlük programı 6 saat sürecek olup, bire bir atölye çalışmaları ve 10-25 kişilik gruplara konuşmacıların katılımıyla gerçekleşecek. TOBB Konya Kadın Girişimciler Kurulu üyeleri arasından 5 kadın girişimci gönüllü mentör olarak kadınlara destek sağlayacak.

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ İLE MÜSİAD ARASINDA

EĞİTİMDE DEV İŞ BİRLİĞİ PROTOKOLÜ

KTO Karatay Üniversitesi İle MÜSİAD Konya Şubesi arasında geniş kapsamlı eğitimde iş birliği protokolü imzalandı.

KTO Karatay Üniversitesi ile Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği (MÜSİAD) Konya Şubesi arasında uygulanmak üzere eğitimde iş birliği protokolü imzalandı. KTO Karatay Üniversitesi'nde gerçekleştirilen protokol törenine, KTO Karatay Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Selçuk Öztürk, Mütevelli Heyeti Üyeleri, KTO Karatay Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bayram Sade, MÜSİAD Konya Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Faruk Okka ve Yönetim Kurulu Üyeleri katıldı.

"Üniversite Olarak Bölgenin İhtiyaçlarına Yönelik Adımlar Atıyoruz"

Protokol töreninde konuşan KTO Karatay Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Selçuk Öztürk, "İş dünyasının temsilcileri ile geniş çaplı eğitim, uygulama, sosyal ve kültürel etkinlikler ile bilgi transferini kapsayan bir iş birliği anlaşmasına imza atıyoruz. KTO Karatay Üniversitesi olarak Konya ve bölgemizin ihtiyaçlarını düşünerek nitelikli adımlar atıyor, çalışmalarımızı bu yönde şekillendiriyoruz. İmzaladığımız eğitimde iş birliği protokolünün hem MÜSİAD, hem de üniversitemiz için hayırlı sonuçlara vesile olmasını diliyorum" diye konuştu.

"Protokol, İş Alemi İle Üniversite Arasındaki Bağları Güçlendirecektir"

MÜSİAD Konya Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Faruk Okka ise "KTO Karatay Üniversitesi bölgede yükselen üniversitelerden bir tanesidir. Gerçekleştirilen protokol üyelerimize büyük katkılar sunacak, iş alemi ile üniversiteyi, akademik dünyayı her alanda buluşturacak, bağlarımızı güçlendirecektir. Karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak ise iş dünyası olarak bizlere büyük ayrıcalıklar kazandıracaktır. KTO Karatay Üniversitesi'ne teşekkür ediyor, iş birliği protokolünün şehrimiz için hayırlı olmasını diliyorum" ifadelerine yer verdi.

Protokol kapsamında öğrenci, akademisyen ve araştırmacıların karşılıklı bilgi transferinin etkin bir şekilde sağlanması, ekonomi alanında uygulamalı araştırma programlarının ve faaliyetlerin etkin ve nitelikli bir biçimde geliştirilmesi, ortak konferans, seminer ve bilgilendirme toplantılarının düzenlenmesi hedeflenmektedir. Ayrıca protokol kapsamında KTO Karatay Üniversitesi, lisansüstü programlarında, MÜSİAD Konya Şubesi çalışan ve üyelerine yönelik olarak da çeşitli ücret avantajları sağlayacaktır.

"2017 DÖNEMİ UNİKOP STRATEJİK PLANLAMA KURULU VE ÜNİVERSİTE KOORDİNATÖRLERİ TOPLANTISI"

KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ'NDE GERÇEKLEŞTİ

Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı ve on bir üniversitenin oluşturduğu KOP Bölgesi Üniversiteler Birliği'nin (UNİKOP) Konya Ticaret Odası (KTO) Karatay Üniversitesi dönem başkanlığındaki "2017 Dönemi UNİKOP Stratejik Planlama Kurulu ve Üniversite Koordinatörleri Toplantısı" yapıldı.

KTO Karatay Üniversitesi'nde gerçekleştirilen UNİKOP Stratejik Planlama Kurulu ve Üniversite Koordinatörleri Toplantısı'na KTO Karatay Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bayram Sade, KOP Bölgesi üniversitelerinin rektör ve rektör yardımcıları, KOP İdaresi yetkilileri ve UNİKOP koordinatörleri ile temsilciler katıldı.

"Bölge Üniversiteleri Olarak Büyük Gayretle Çalışmalarımızı Sürdürüyoruz"

Toplantının açılış konuşmasını yapan KTO Karatay Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bayram Sade, "2017 yılında UNİKOP'un üniversite olarak dönem başkanlığını yürütüyoruz. Bölge üniversiteleri olarak hep birlikte gayretle çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Üniversitemiz bölgemize fayda sağlayacak faaliyetler gerçekleştiriyor. Üniversitelerimiz ile birlikte kurguladığımız programlara ev sahipliği yapmak, ortak faaliyetler gerçekleştirmek ve nitelikli çalışmalara imza atmak istiyoruz. 2017 Dönemi UNİKOP Stratejik Planlama Kurulu toplantımızın hayırlı olmasını diliyorum" ifadelerine yer verdi.

KTO Karatay Üniversitesi Rektör Yardımcısı ve UNİKOP Stratejik Planlama Kurul Üyesi Prof. Dr. Çağatay Ünüsan ise katılımcılara üniversite hakkında ve yeni dönem UNIKOP çalışmalarını da kapsayan bilgiler aktardı.

Program UNİKOP Genel Sekreter Yardımcısı Yrd. Doç. Dr. Necati Vardar'ın KTO Karatay Üniversitesi'nin UNIKOP dönem başkanlığı süresince gerçekleştirileceği bilimsel çalışmalar, toplantılar ve planlanan faaliyetleri içeren sunumu ile devam etti. Toplantı KOP İdaresi Uzmanı Alper Bilgiç ve Konya TEKNOKENT Genel Müdür Yardımcısı Yeliz Erenler'in sunumu ile sona erdi.

KTO, ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ TEMSİLCİLİĞİ'NDE

ODA KAYIT SURETİ VE ODA FAALİYET BELGESİ VEREBİLECEK

KTO, Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü'nde (OSB) bulunan Temsilciliği'nde Oda Kayıt Sureti ve Oda Faaliyet Belgesi, Yerli İstekli Belgesi, Ticari Ehliyet Belgesi, Ticari İkametgah Belgesi Türkçe ve İngilizce olarak verilmeye başlandı. Konuya ilişkin bir açıklama yapan KTO Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Öztürk, "Merkezden uzak olan alanlarda faaliyet gösteren üyelerimizin zaman kaybını önlemek adına Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü'nde (OSB) bulunan temsilciliğimizde üyelerimizin talep etmesi halinde Oda Kayıt Sureti ve Oda Faaliyet Belgesi Türkçe ve İngilizce olarak verilebilecektir." dedi.

ÇANAKKALE SAVAŞI OBJELERİ KTO KARATAY'DA

Konya Ticaret Odası (KTO) Karatay Üniversitesi tarafından 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Çanakkale Deniz Zaferi'nin 102'nci yıl dönümü etkinlikleri kapsamında "Çanakkale Savaş Objeleri ve Resim Sergisi" açıldı. Recep Gençoğlu'nun Mehmet Akif Ersoy'un Çanakkale Şehitleri'ne şiirini seslendirdiği ve salonun duygulu anlar yaşadığı programın açılışına KTO Karatay Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Selçuk Öztürk, KTO Karatay Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bayram Sade ve öğrenciler katıldı.

"Çanakkale Savaşı, Bizi Millet Yapan Bir Savaştır"

Serginin açılışını gerçekleştiren KTO Karatay Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Selçuk Öztürk "Çanakkale savaşı, bizi millet yapan bir savaştır. Türk tarihi için çok önemli, gurur duymamız ve dersler almamız gereken bir dönüm noktasıdır. Günümüzde neden Şam ve Bağdat ile ilgilenmek zorunda olduğumuz sorusunun cevabı da Çanakkale Cephesi'nde gizlidir. 15 yaşındaki küçük fakat yürekli insanların şehit olduğu, 250 bin şehit verdiğimiz, mermilerin havada çarpıştığı yerdir Çanakkale; o dönemde eğitim kurumlarımız mezun vermemiştir. Çanakkale bütün dünyaya karşı verilen bir mücadeledir aslında" diye konuştu.

Programın sonunda katılımcılara Çanakkale Zaferi'nin zorlu şartlarda kazanıldığını anlatmak amacıyla, şehitlerin bir öğünlük yemeği olan üzüm hoşafı ve ekmek dağıtıldı.

Türk tarihinin en önemli zaferlerinden biri olan ve dönüm noktası olarak kabul edilen savaşa ait materyallerin yer aldığı "Çanakkale Savaş Objeleri ve Resim Sergisi", KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Tesisleri'nde 23 Mart'a kadar gezilebilecek.

İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ ÖĞRENCİLERİNİN BARET HEYECANI

KTO Karatay Üniversitesi konferans salonunda düzenlenen program; Konya Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Büyükeğen, Konya İnşaat Mühendisleri Odası Şube Başkanı ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. İ. Hakkı Akın, Konya İnşaat Mühendisleri Odası eski Başkanı Yüksek İnşaat Mühendisi Süleyman Temizci ve Yüksek Mimar Mustafa Sütiçen'in katılımlarıyla gerçekleşti.

KTO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mustafa Büyükeğen inşaat ve yapı sektörünün, Türkiye ve Konya ekonomisiyle orantılı olarak hızla büyüdüğünden bahsetti. Büyükeğen, KTO Karatay Üniversitesinin sektörde başarılı ve donanımlı inşaat mühendisleri yetiştirmeyi hedeflediğini ve bu yönde son derece önemli çalışmalara imza attığını belirtti.

"Artık Ekip Çalışması Önemli"

Konya İnşaat Mühendisleri Odası Şube Başkanı Yrd. Doç. Dr. İ. Hakkı Erkan, inşaat mühendislerinin iş hayatında ve teşkilatlanma hususunda yaşadıkları zorluklardan söz etti. Günümüzde inşaat mühendisleri sayısının 100.000'in üzerine çıktığını vurgulayan Erkan, meslek etiğinin çoğu yerde hiçe sayıldığını belirtti. "İnşaat mühendislerinin sayısının artması haksız rekabeti ortaya çıkarıyor." diyen Erkan, öğrencilere mesleğe atılırken donanımlı ve hazır olmalarını tavsiye etti. KTO Karatay Üniversitesi öğrencilerine teşkilatlanma konusunda bilgi veren Yüksek İnşaat Mühendisi Süleyman Temizci "Bizler sizlere altyapıyı kurduk, sizler de yarınlara gereken altyapıyı hazırlayacaksınız." diyerek teşkilatlanma konusuna vurgu yaptı. Temizci, konuşmasına, "Dün bireysel davranışlar yeterliyken artık ekip çalışması önemli." sözleriyle son verdi. Program, katılımcılara plaket takdimi ve KTO Karatay Üniversitesi Mühendislik Fakültesi İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin baret takma töreni ile son buldu.

TR52 (KONYA, KARAMAN) BÖLGESİNDE

İŞSİZLİK ORANI %6,1

Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2016 yılında bir önceki yıla göre 273 bin kişi artarak 3 milyon 330 bin kişi oldu. İşsizlik oranı ise 0,6 puanlık artış ile %10,9 seviyesinde gerçekleşti. İşsizlik oranı erkeklerde 0,4 puanlık artışla %9,6 kadınlarda ise 1,1 puanlık artışla %13,7 oldu.

Aynı yılda; tarım dışı işsizlik oranı bir önceki yıla göre 0,6 puanlık artışla %13 olarak tahmin edildi. 15-24 yaş grubunu içeren genç işsizlik oranı 1,1 puanlık artış ile %19,6 olurken,15-64 yaş grubunda bu oran 0,6 puanlık artış ile %11,1 olarak gerçekleşti.

İstihdam oranı %46,3 oldu

İstihdam edilenlerin sayısı 2016 yılında, geçen yıla göre 584 bin kişi artarak 27 milyon 205 bin kişi, istihdam oranı ise 0,3 puanlık artış ile %46,3 oldu. Erkeklerde istihdam oranı 0,1 puanlık artışla %65,1 kadınlarda ise 0,5 puanlık artışla %28 olarak gerçekleşti.

Bu yıl, tarım sektöründe çalışan sayısı 178 bin kişi azalırken, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı ise 763 bin kişi arttı. İstihdam edilenlerin %19,5'i tarım, %19,5'i sanayi, %7,3'ü inşaat, %53,7'si ise hizmetler sektöründe yer aldı. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında hizmet sektörünün istihdam edilenler içindeki payı 1,5 puan, inşaat sektörünün payı 0,1 puan artarken, tarım sektörünün payı 1,1 puan, sanayi sektörünün payı 0,5 puan azaldı.

Türkiye İstatistik Kurumu Konya Bölge Müdürlüğü, TÜİK Başkanlığı tarafından açıklanmış olan Hanehalkı İşgücü İstatistikleri, 2016 bülteninden yararlanarak TR52 Konya, Karaman bölgesi için bir basın bülteni hazırladı.

Konya, Karaman TR52 Bölgesinde işsizlik oranı %6,1 seviyesinde gerçekleşti.

Konya, Karaman TR52 bölgesinde işsiz sayısı 2016 yılında bir önceki yıla göre 5 bin kişi azalarak 52 bin kişiye düştü. İşsizlik oranı ise 0,4 puanlık düşüş ile %6,1 seviyesinde gerçekleşti. Tarım dışı işsizlik oranı bir önceki yıla göre

0,5 puanlık düşüşle %8,0 seviyesinde gerçekleşti.

Türkiye genelinde işsiz sayısı 2016 yılında bir önceki yıla göre 273 bin kişi artarak 3 milyon 330 bin kişi oldu. İşsizlik oranı ise 0,6 puanlık artış ile %10,9 seviyesinde gerçekleşti. Tarım dışı işsizlik oranı bir önceki yıla göre 0,6 puanlık artışla %13 seviyesinde gerçekleşti. İşsizlik oranının en yüksek olduğu bölge %28,3 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) olurken, İşsizlik oranının en düşük olduğu bölge ise %4,5 ile TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) oldu. TR52 (Konya, Karaman) bölgesi, %6,1 ile en düşük işsizlik oranı sıralamasında 6'ncı bölge oldu.

TR52 (Konya, Karaman) Bölgesinde istihdam oranı %46,9 seviyesinde gerçekleşti.

TR52 (Konya, Karaman) bölgesinde istihdam edilenlerin oranı bir önceki yıla göre 0,9 puanlık düşüşle %46,9 oranında gerçekleşti. İstihdam edilenlerin sayısı ise 2016 yılında, geçen yıla göre 15 bin kişi azalarak 793 bin kişiye düştü.

Türkiye genelinde istihdam edilenlerin oranı, bir önceki yıla göre 0,3 puanlık bir artış göstererek %46,0'dan %46,3'e yükselmiştir. İstihdam edilenlerin sayısı ise 2016 yılında, geçen yıla göre 584 bin kişi artarak 27 milyon 205 bin kişiye yükseldi.

TR52 Bölgesinde istihdam edilenlerin %45,9'u Hizmet Sektöründe istihdam etmektedir.

Konya, Karaman Bölgesinde istihdam edilen toplam 793 bin kişinin %25,8'i tarım, %28,3'ü sanayi, %45,9'u ise hizmet sektöründe yer aldı. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında tarım sektörünün istihdam edilenler içindeki payı değişmezken, hizmet sektörünün payı 1 puan azaldı, sanayi sektörünün payı ise 1 puan arttı. Türkiye'de İstihdam edilenlerin ise %19,5'i tarım, %26,8'i sanayi, %53,7'si ise hizmet sektöründe yer aldı. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında hizmet sektörünün istihdam edilenler içindeki payı 1,5 puan artarken, sanayi sektörünün payı 0,4 puan ve tarım sektörü payının ise 1,1 puan azaldığı görüldü.

Konya, Karaman Bölgesinde işgücüne katılma oranı %50,0 seviyesinde gerçekleşti.

Konya, Karaman TR52 bölgesinde işgücüne katılma oranı, 2016 yılında bir önceki yıla göre 1,2 puan azalarak %50,0 oldu. Türkiye genelinde işgücüne katılma oranı, 2016 yılında bir önceki yıla göre 0,7 puan artarak %52,0 oldu.

En yüksek işgücüne katılma oranı %57,9 ile TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) Bölgesi'nde gerçekleşti. Konya, Karaman bölgesi en yüksek işgücüne katılma oranı sıralamasında 16'ncı sırada yer aldı. En düşük işgücüne katılma oranı ise %39,1 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgesinde oldu.

Hüsamettin GÜNGÖR
KTO Dış Ticaret Müdürü

KONYA'NIN 2017 YILI İHRACATINDA HEDEF ÜLKELER

Ülkemizin ekonomik ve dış ticaretiyle alakalı mevcut durumuna ilişkin gerçekçi ve yararlı bir değerlendirme yapabilmek için, dünya ekonomisindeki genel durumu, değişim eğilimlerini, ülkelerin karşılıklı etkileşimlerini ve tüm bunların içinde Türkiye'nin konumunu anlamak zorundayız. Şayet Türkiye'nin dış ticaretindeki değişimi ve eğilimlerini görebilirsek Konya'nın dış ticaretini yönlendirmede bizlere kolaylık sağlayacaktır.

Bunu yapabilmek için öncelikle mevcut durumun analizini çıkarmak, geçmişe dair değerlendirmeler yapmak ve geleceğe ilişkin öngörülerde bulunmak gerekir.

Ülke olarak büyük hedeflerimiz var ancak dünyada dış ticaret alanında rüzgâr çok sert esiyor, rakiplerimiz piyasalara daha önce hakim olmuş ülkeler. Onlarla rekabet edebilecek ölçüde bir güce ulaşmamız gerekiyor. Biz ihracatımızı artırmak istiyoruz da başkaları da aynı şeyi düşünüyor. Bütün ülkeler daralan ticaret ortamında en azından konumlarını korumak ya da mümkünse geliştirmeye çalışıyorlar.

Dünyada dış ticaret geriliyor ya da yerinde sayıyor. Daralan bu ticari alanda rekabet artıyor. Artık genel dış ticaret politikaları etkisi düşüyor bunun yerine sektör ve ülke bazında yapılan çalışmalarla daha iyi sonuç alınıyor. Bu münasebetle uzun zamandır üzerinde çalıştığımız "Sektörlere göre hedef ülke tespiti" konulu araştırma raporlar bitirmiş ve üyelerimize dağıtılmıştır. Raporlar tüm imalatçı ve ihracatçı üyeleri kapsayacak şekilde hazırlanmıştır. Örneğin; kurumsallaşmış dış ticaret birimleri olan bir firmaya yönelik "küresel analiz bölümü bulunurken, orta düzey ihracat yapan firmalar için hedef ülkeler o ülkeler ile alakalı ekonomik veriler ve ithalatçı firma listeleri eklenmiş diğer taraftan henüz ihracat yapmamış veya çok az ihracat yapmış firmalar için ise neler yapmaları gerektiği konusunda yol haritası çizilmiştir. Raporlara göre ilk sekiz hedef ülke şu şekilde sıralanmıştır.

Sektör	Ülke
Araç Üstü Ekipmanları	Cezayir
Gıda	Vietnam
Makine	Avustralya
Mobilya	S.Arabistan
Otomotiv Yan Sanayi	Meksika
Plastik	İngiltere
Tarım Makinaları	Etiyopya
Tekstil ve Ayakkabı	BAE

Bundan sonra yapılması gerek işletmelerimizin bu raporları incelemesi daha sonra kendilerine has yol haritalarını belirleyip pazar araştırması kapsamında saha çalışmasına inmeleri gerekmektedir.

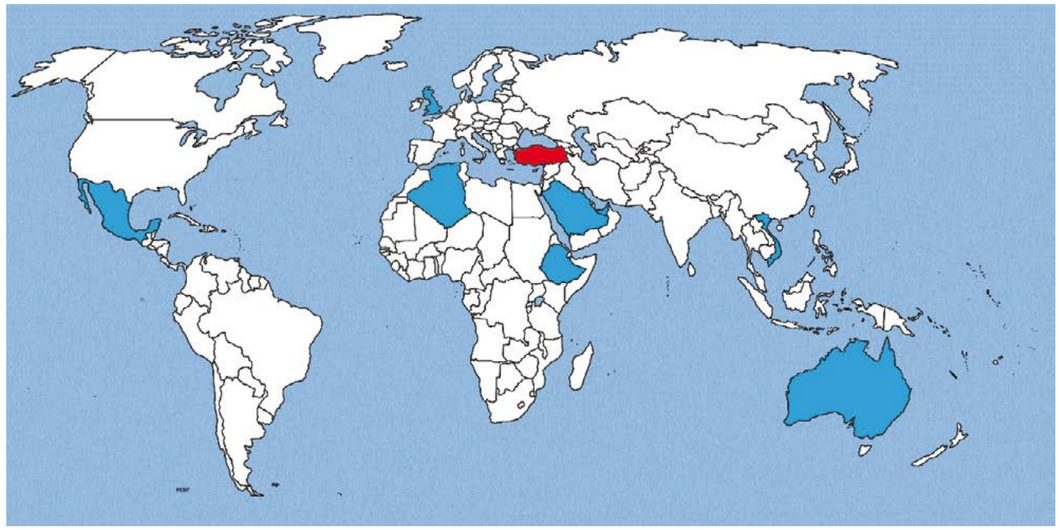
Saha çalışmasını ister bireysel pazar araştırması kapsamında ferdi olarak yapabilecekleri gibi Ticaret Odası öncülüğünde yapılan organizasyonlara katılarak yapabilirler. Oda olarak her yıl farklı sektördeki üyelerimizi fark hedef ülkelere B2B formatında iş görüşmeleri organizasyonu yapmaktayız. Buradaki amacımız üyelerimizin daha fazla ithalatçı ile buluşmasını sağlamak ve ilimizin ihracat hacmini geliştirmektir. İşletmelerimizin imalatta göstermiş oldukları mahareti henüz tüccarlıkta gösterememektedirler. Bundan dolayıdır ki ihracatımız istenilen ivmede yükselmemektedir.

Bugünün kararlarıyla geleceği oluşturmaktayız. Geleceğe yönelik tasavvur ettiğimiz tüm olasılıklar ve kurduğumuz senaryolar, bize bugünün kararlarında daha esnek, özenli ve dikkatli bir yol haritası oluşturmamızı sağlar.

İhracat yapmak veya farklı ülkelere ihracat yapmak, işletmelerin satışlarında oluşabilecek riski dağıtmak anlamına gelir. Dış pazarlara açılmanın, işletmecileri tek bir noktaya bağımlı olmaktan kurtardığı gibi herhangi bir pazarda oluşacak olumsuzluklardan kendisini korumasına yardımcı olmaktadır. İşletmeler belli aşamalardan geçerek pazar çeşitliliğini artırarak yurt içinde ve dışında daha iyi bir konuma gelmektedirler.

Ülkelerin dış ticaretine baktığımızda 2016 yılın bir önceki yıla oranla büyük bir çoğunluğunda daralma gözükmektedir. Dünyada yaşanan bu daralma ülkemizi ve ilimizi de etkilemektedir.

En fazla ihracat yapan ülkeler ile en fazla ithalat yapan ülkeler neredeyse aynı bu da şunu göstermektedir ki bu



ülkeler iyi birer ticaretçi (tüccar) konumundadırlar. İthalat yaptıkları kadar ihracat yapmaktadırlar.

Buradan şu sonuç çıkmaktadır; bu ülkeler hem alıcı hem de satıcı konumunda olup dış ticaret açığı fazla vermemektedirler. Ancak Türkiye gibi İthalatta 20. İhracatta da 32. sırada olmasının sebebi dış ticaret açığının fazla olmasındandır. Dünyada ki ithalat-ihracat dengelerine kısaca baktıktan sonra ülkemizin bu gelişmeler karşısında alacağı yeni pozisyonlar belirleyeceği yeni unsurlar ihracat hacminin genişletilmesi açısından çok önemli olacaktır. Yapılması gereken gelişen ve değişen yeni dünya düzeninde hedeflerini ve politikalarını ülkelere ve bölgelere göre belirlemek

TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ

Ülkemizin 2016 yılında ihracat ve ithalat yapmış olduğu ülkelere bakacak olursak 242 ülkeye toplam **142.606.247.403.-USD** ihracat gerçekleştirmişiz buna mukabil 237 ülkeden **198.601.933.745.-USD** ithalat yapmışız. Aşağıdaki liste en çok ithalat ve ihracat yapmış olduğumuz ilk 10 ülke listesidir.

Ülke olarak geçen yılın bir önceki yıla oranla ihracatımızın artığı ülkelerin başında şunlar gelmektedir. *İran, Bulgaristan, İngiltere, Hollanda, Polonya ve Belarus. İsviçre.* Aynı dönem için en fazla ihracat kaybımızın olduğu ülkeler ise; *Rusya Federasyonu, Irak, Azerbaycan, Türkmenistan ve Mısır.*

Türkiye olarak yaklaşık 237 ülkeden ithalat gerçekleştirmiş olup 2016 yılında en fazla ithalat yaptığımız il 10 ülke aşağıdaki gibidir. Buna karşılık ülke olarak geçen yılın bir önceki yıla oranla ithalatımızın artığı ülkelerin başında şunlar gelmektedir. *B.A.E., Irak, Malezya, Japonya ve Fas*

Aynı dönem için en fazla İthalatımızın azaldığı ülkeler ise; *Rusya Federasyonu, İran, Almanya, İtalya ve Çin olarak görülmektedir.*

KONYA GENEL BAKIŞ

Konya olarak son 10 yılda ihracat anlamında iyi bir ivme kazandığımız aşikâr olmakla birlikte ilimizin potansiyeli düşünüldüğü zaman bu ivmenin Konya için yeterli olmadığı gözlemlenmektedir. Dünya genelinde yaşanan daralma hem ülkemizi hem de ilimizi de etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında geçen yılın bir önceki yıla oranla ihracatımızda düşüş görülmektedir. Bu düşüşü durdurmak ve yeniden bir ivme kazandırmak için imalatta göstermiş olduğumuz maharetin ticari alana ayak uydurması gerekmektedir. Şayet bu dengeyi sağlayamaz isek ihracat anlamında istenilen seviyeye öngörülen zamanda ulaşmamız mümkün olmayacaktır. Bundan dolayı imalata verdiğimiz önem kadar pazarlamaya da önem vermemiz gerekmektedir. Her geçen yıl yeni pazarlar veya yeni müşterilerle pazar payımızı artırmak ve çeşitlendirmek zorundayız.

Ülkemiz ile İlimizin ihracat yaptığı ülkelere bakacak olursak; Türkiye olarak yaklaşık 242 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz, bu ülkelerin 175'ine

S.No.	İhracatçı Ülkeler
1	A.B.D.
2	Almanya
3	Japonya
4	Hollanda
5	Kore
6	Fransa
7	İtalya
8	Kanada
9	Belçika
10	İngiltere

S.No.	İthalatçı Ülke
1	A.B.D.
2	Almanya
3	İngiltere
4	Japonya
5	Fransa
6	Hollanda
7	Kanada
8	Kore
9	Meksika
10	İtalya

İhracat yapılan ülkeler

S.No.	Ülke adı
1	Irak
2	Almanya
3	Cezayir
4	İran
5	S.Arabistan
6	İtalya
7	ABD
8	Mısır
9	Polonya
10	İngiltere

İthalat yapılan ülkeler

S.No.	Ülke adı
1	Çin
2	Rusya Federasyonu
3	Almanya
4	İtalya
5	Tayvan
6	Güney Kore
7	Malezya
8	Suudi Arabistan
9	ABD
10	İspanya

Konya olarak ihracat yaptık bir önceki yıl ise 178 ülkeyle tamamladık. İhracatımızda ve ülke sayımızda meydana gelen bu düşüşün en önemli nedenleri ise öncelikle dünya genelinde yaşanan dış ticaret daralması, petrol fiyatlarının düşmesi ve komşu ülkelerde meydana gelen siyasi krizlerdir.
2015 yılında ihracat yapmadığımız Çad, Burundi, Surinam, Bruney gibi ülkelere 2016 yılında **ihracat gerçekleştirmişiz.**
Buna karşılık 2015 yılında ihracat yaptığımız ülkelerden (Eritre, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Orta Afrika Cumhuriyeti ve Fiji) bazılarına 2016 yılında ise ihracat **gerçekleştirmemişiz**.

Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 20 ülke listesi ile Konya'nın ihracat yaptığı ilk 20 liste karşılaştırıldığında Hollanda, İsviçre, Romanya ve Çin gibi ülkeler listemizde gözükmemektedir. Buna karşılık ilimizin ihracat yaptığı ilk 20 ülke içerisinde bulunan Cezayir, Özbekistan, Sudan, Lübnan ve Rusya gibi ülkeler Türkiye ihracatının ilk 20'inde bulunmamaktadır.

Konya'nın 2016 yılı ihracatı yaklaşık olarak 1.4 milyar dolar olup en fazla ihracat yapan 15. İl konumundayız ayrıca İhracatçı firma sayısı bakımından 2015 yılına oranla % 5,6 artış ile 1.473 ulaşmış olup Türkiye genelinde firma sayısı bakımından 6. İl durumundayız. Toplam ihracatçı sayımız neredeyse 43 ilin ihracatçı firma sayısına eş değerdir.

Konya'nın 2016 yılı ithalatı yaklaşık olarak 1 milyar dolar olup en fazla ithalat yapan 17. İl konumundayız ayrıca İthalatçı firma sayısı bakımından 2015 yılına oranla % 2,4 artış ile 1.062'ye ulaşmış olup Türkiye genelinde firma sayısı bakımından 7. İl durumundayız. Toplam ithalatçı sayımız neredeyse 41 ilin ithalatçı firma sayısına eş değerdir.
İlimizin genel dış ticaretine bakıştan sonra 2015 yılı ile 2016 yılı arasında Konya olarak neler kazandığımıza veya neler kaybettiğimize bakacak olursak;

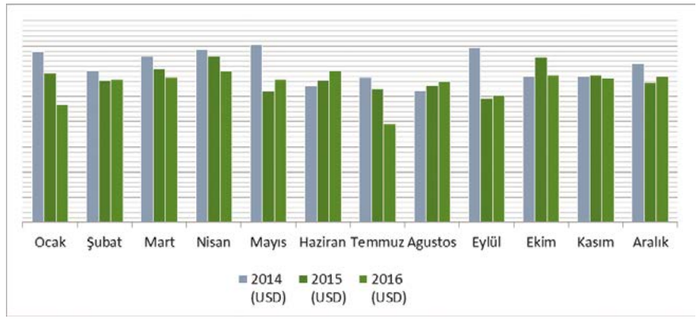
Konya Genel İhracat *İthalat Ülke Sıralaması*
Konya olarak genel ihracatımızın içindeki ülke paylarına bakacak olursak Irak % 13,98 ini alırken onu takip eden Almanya % 7,32 ve Cezayir'de 4,66 ile ilk üç sırada yer almaktadırlar.
İhracat miktarımızın en fazla artış sağlayan ülkeler ise sırayla Pakistan, Almanya ve Yunanistan olarak görülmektedir. Buna karşılık ihracat kaybımızın en fazla olduğu ülkeler ise Cezayir, Suudi Arabistan ve Irak ülkesidir.
Konya olarak genel ithalatımızın içindeki ülke paylarına bakacak olursak Çin % 31,98 ini alırken onu takip eden Rusya Federasyonu % 9,59 ve Almanya 7,59 ile ilk üç sırada yer almaktadırlar.
İthalat miktarımızın en fazla artış sağlayan ülkeler ise sırayla Çin, Meksika ve Malezya olarak görülmektedir. Buna karşılık İthalatımızın azaldığı en fazla olduğu ülkeler ise Rusya Federasyonu, Çek Cumhuriyeti ve Ukrayna ülkesidir.

Bölgelere Göre Konya'nın İhracatı
Konya'nın ihracat yaptığı bölgeler incelendiğinde şu şekilde sıralanmaktadır; Ortadoğu, Avrupa, Afrika, Asya, Kuzey Amerika, Orta Asya, Güney Amerika dır. Bölgelere göre son iki yılın ihracat dengesine baktığımızda en fazla kaybımız olan ilk üç bölge Serbest Bölgeleri hariç tutarsak Afrika,

S.No	Bölge İsmi	Konya İhracatı 2015	Konya İhracatı 2016	Konya Bölge İçi Payı 2016	Konya Değişim % (15-16)
1	Orta Doğu	444.901.479	419.995.269	31,98%	-5,60%
2	Avrupa	355.684.847	407.581.865	31,03%	14,59%
3	Afrika	277.439.441	209.553.214	15,95%	-24,47%
4	Asya	124.350.022	119.890.263	9,13%	-3,59%
5	Kuzey Amerika	59.348.112	68.455.141	5,21%	15,35%
6	Orta Asya	52.229.982	45.842.368	3,49%	-12,23%
7	Güney Amerika	27.555.277	28.391.143	2,16%	3,03%
8	Okyanusya	4.775.513	9.395.626	0,72%	96,75%
9	TR Serbest Bölgeler	6.819.576	4.328.290	0,33%	-36,53%

Fasıl	Fasıl adı	İhracat 2015 (Dolar)	İhracat 2016 (Dolar)	İhracat Fark % 15-16	İhracat Bölge içi 2016
84	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	452.455.196	369.783.372	-18,27%	30,84%
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	224.610.394	206.949.122	-7,86%	17,26%
4	Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	60.139.117	85.559.166	42,27%	7,14%
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	64.440.999	66.186.683	2,71%	5,52%
73	Demir veya çelikten eşya	70.216.245	58.180.881	-17,14%	4,85%
39	Plastikler ve mamulleri	59.657.928	54.451.214	-8,73%	4,54%
18	Kakao ve kakao müstahzarları	61.483.477	53.359.219	-13,21%	4,45%
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	52.753.685	46.154.830	-12,51%	3,85%
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	24.460.251	33.504.382	36,97%	2,79%
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	21.999.972	20.436.001	-7,11%	1,70%

Orta Asya ve Orta Doğu olarak gözükürken ihracatımızın artığı bölgeler ise Okyanus ülkeleri, Avrupa Kuzey Amerika olarak gözükmektedir.



Sektörlere göre Konya'nın Dış Ticareti
Konya'nın ihracat yaptığı sektörlere baktığımızda yaklaşık 91 farklı sektörde ihracat gerçekleştirmekteyiz. En çok ihracatımız olan sektörler ise Makinalar, Yedek Parça ve Süt Ürünleridir.
2016 yılın 2015 yıla oranla ihracatımızın en fazla artış sağladığı sektörler ise %42,27 ile Süt Ürünleri, % 36,97 ile Silahlar ve Parçaları ve % 102,43 ile Eczacılık ürünleridir.
Buna karşılık ihracatımızın düştüğü sektörler ise %18,27 ile Makinalar, % 7,86 ile Yedek Parça ve %43,94 ile Değirmencilik ürünleri gelmektedir.

Konya'nın ithalat yaptığı sektörlere baktığımızda yaklaşık 88 farklı sektörde ithalat gerçekleştirmekteyiz. En çok ithalatımız olan sektörler ise Elektrikli makine ve cihazlar, Makine ve Plastik ve mamulleri ürünleridir.
2016 yılın 2015 yıla oranla ithalatımızın en fazla artış sağladığı sektörler ise %156,05 ile Elektrikli makine ve cihazlar, % 160,68 ile Şeker ve şeker mamulleri ve % 21,48 ile Canlı hayvanlar sektörü olmuştur.

Konya'nın Yıllara Göre İhracatçı Firma Sayı

Yıl	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Adet	774	842	915	975	1.086	1.194	1.316	1.427	1.543	1.635	1.473

Konya'nın Yıllara Göre İthalatçı Firma Sayısı

Yıl	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Adet	733	841	807	746	909	1.145	1.135	1.106	1.183	1.315	1.062

Buna karşılık ithalatımızın azaldığı sektörler ise % 38,51 ile Kazanlar ve makinalar, % 93,13 ile Demiryolu vb hatlara ait taşıtlar ve malzemeler ve % 30,26 ile Hububat ürünleri gelmektedir.

Fuar ve İkili İş Görüşmeleri Organizasyonu
Odamız tarafından yapılan yurt dışı organizasyonlarında yaklaşık 78 üyemiz hizmet almıştır. Bunlardan 2'si fuar 2'si de iş görüşmeleri olarak gerçekleşmiştir.

Organizasyon	2014	2015	2016
Fuar Organizasyon Sayısı	7	6	3
Fuar Organizasyonlarına Katılımcı Sayısı	133	91	57
B2B Organizasyon Sayısı	0	2	2
B2B Organizasyonlarına Katılımcı Sayısı	0	43	37

Nazlı ÜSTÜN
KTO – Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü-Müdür

YENİ NESİL TİCARET: E-TİCARET VE KOBİLER

Dünya'da artık elektronik ticaret çağı yaşanıyor. İnternetin çıkışı ile beraber e-ticaret, her geçen gün dünya ticaretindeki payını artıyor. Amerikalı tüketiciler alışverişlerinin %70'e yakınını, Avrupa %35'e yakınını internet üzerinden gerçekleştiriyor. Türkiye de bu alanda Avrupa'nın en büyük pazarları arasında yerini aldı bile...

Ülkemizde 25 milyar TL olan e-ticaret hacminin dünyadaki payı ise yaklaşık 900 milyar TL. Türkiye 30 milyonu aşan kullanıcısıyla, dünyanın en büyük 12›nci internet pazarı konumuna yükseldi ve Türkiye internet kullanımında ortalama her yıl yaklaşık yüzde 50 büyüyor. Mevcut duruma bakıldığında ve gelecek yıllara dair çalışmalara bakıldığında, e-ticaret sektörünün minimum gelecek 25 yılında bir gerileme hatta duraklama bile öngörülmüyor. Yani birçok sektörün büyük korkusu olan sektördeki rekabete dayalı sektörün tıkanması hali, e-ticaret sektörü için geçerli görünmüyor.

Bu nedenle artık ticaret yapan herkesin küresel rekabet şartlarında e-ticaret ve sanal dünyaya ayak uydurması gerekiyor. Küresel ve bölgesel pazarda farklılaşmak ve kârlılığını artırmak isteyen işletmeler e-ticaret üzerinden ürünlerini sunuyor ve tedariklerini e-ticaret üzerinden gideriyor. E-ticaretin KOBİ'lere sağladığı rekabet avantajlarının en önemlisi dağıtım ve üretim maliyetlerini düşürmesi. 2016'in son verilerine göre KOBİ'lerin e-ticaret üzerinden yaptığı satışlarda %60 artış göstermesi de bu kanıyı güçlendiriyor.

Bu çalışmada e-ticaretin ülkemizdeki durumu, KOBİ'ler için e-ticaret modelleri ve KOBİ'lerin e-ticarete girmeleri halinde ne gibi kazançlar elde edecekleri üzerinde durulmuştur.

1. E-TİCARET NEDİR?

E-ticaret çeşitli kişi ve kuruluşlar tarafından farklı tanımlarla ifade edilmektedir. E-ticaret kavramı, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkmış ve günümüz ticaretini kolaylaştıran yenilik olmuştur.

Genel tanımlarıyla bakacak olursak e-ticaret mal veya hizmet alım ya da satımının elektronik ortamda gerçekleştirilmesidir. E-ticaret sadece bir ürünün katalogdan sipariş edilmesi değil bir işletmenin tüm elektronik işlemleri kapsayan bir altyapıdır. E-ticaretin bütün dünyada küresel ekonomi ve toplum üzerindeki etkisi kuşkusuz ekonomik etkinlik, rekabet, karlılık ve bilgi toplumunun ortaya çıkmasında fayda sağlayacaktır. E-ticaret işletmeler arasındaki mevcut ilişkileri, ticari çevre, pazar büyüklüğü ve iş imkânı konusunda temel fırsat sağlamaktadır.

E-ticaret elektronik ortamda alıcı ve satıcıları bir araya getirmektedir. Bu yönüyle e-ticaret ulusal düzeyden uluslararası düzeylere taşınmıştır.

2. TÜRKİYE'DE E-TİCARETİN DURUMU

Genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Türkiye'de bireylerin internet kullanımındaki büyük artışla beraber internet ve e-ticaret sitelerine eğilim her geçen gün artmaktadır. Çalışan sayısının artması, genç tüketici kitlesinin mobil araçlara ve internet kullanımına yatkın olması e-ticaret sitelerinin tercih edilmesinde önemli paya sahiptir. Türkiye'de tüketicilerin yaşam tarzlarının değişmesi ve zaman darlığı gibi faktörler alışverişe alternatif olan e-ticaret sitelerinin kullanımını arttırmıştır. Satın alma eğilimlerinin gerçekleştiği ürünler bilgisayar, elektronik ürünler, kitap, spor malzemeleri, giyim vb... ürünlerdir.

Ülkemizde e-ticaret sektörü 2015 yılında toplam 25 milyar TL'lik hacme ulaşırken, sektörün e-perakende genel perakende pazarından aldığı pay ise sadece yüzde 1,3'tür. Dünyada e-perakendenin ortalaması yüzde 7, İngiltere'de ise yüzde 11.

E- ticaret sektörü ekonominin durgun bulunduğu 2016 yılında bile yükselişine devam etmiş ve yüzde 30 dolayında büyüme gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda e-perakendenin genel perakende içindeki payı yüzde 1,3'ten yüzde 2'ye çıkmıştır. E-Ticaret sektörünün 2017 yılı için belirlenen hedefi ise 50 milyar Türk Lirasıdır.

Türkiye'deki en büyük 10 perakende şirketi, tüm perakende sektörünün cirosunun yüzde 57'sini oluşturmaktadır. Bu da yaklaşık 47,5 milyar TL etmektedir. 47,5 milyar TL ciro yapan bu 10 markadan 5'inin bir e-ticaret sitesi henüz bulunmamaktadır. En büyük ilk 100 perakendeciye bakıldığında ise 35'inin e-ticaret sitesi olmadığı görülmektedir.

Çok çarpıcı bir veri de kredi kartları ile ilgilidir. Türkiye'deki 55 milyon adet civarındaki kredi kartının 22 milyonu e-ticaret işlemlerinde de kullanılmıştır. Yani kredi kartlarının geriye kalan yüzde 60'ı hiç internette kullanılmamıştır. Bu veri bize Türkiye'de kredi kartı sahibi olup da, henüz internetten ilk alışveriş deneyimini yaşamamış büyük bir kitle olduğunu göstermektedir. Henüz hiç e-ticaret ile tanışmamış kart kullanıcıları internetten alışveriş yapar hale geldiğinde e-ticaret hacminde ciddi bir büyüme olacağı öngörülmektedir.

Türkiye'de e-ticaretin gelişmesinde, yayılmasında ve özendirilmesinde gittigidiyor.com, hepsiburada.com ve sahibinden.com uzantılı web sitelerinin büyük payı vardır. Bu e-ticaret siteleri Türkiye'nin öncü ve popülaritesi devam eden e-ticaret siteleridir. 1998 ve 2000 yıllarında kurulan hepsiburada.com ile sahibinden.com siteleri B2C dir. Tüketiciden tüketiciye (C2C) e-ticaret ise genellikle web siteleri aracılığı ile faaliyet göstermektedir. 2001 yılında B2C ve C2C e-ticaret aracı kurulan gittigidiyor.com % 93 hisse payını 2011 yılında dünyanın en büyük sitelerinden biri olan eBaya satmıştır.

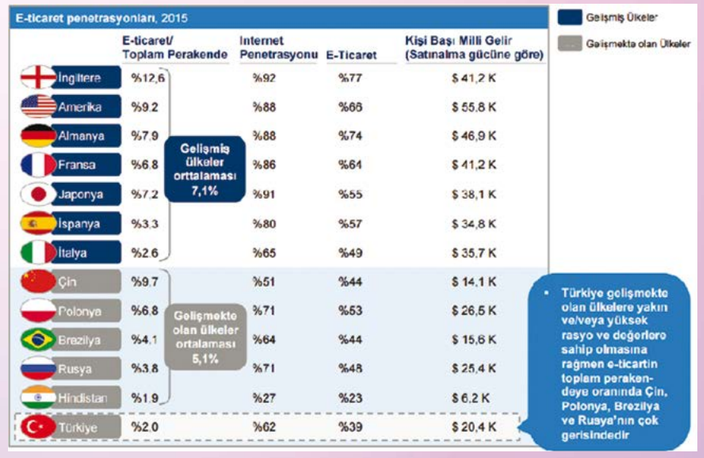
E-ticaretin bir gereği olarak alıcı ve satıcı fiziksel ortamda karşı karşıya gelmez, teslimat ve ödeme aracılar yolu ile gerçekleştirilir. İşte bu noktada her iki tarafın maddi menfaatlerini koruyacak kurallar devreye girer. Alış-verişin güvenle gerçekleşmesi için tüketiciler, tüketici koruma kanunlarıyla, satıcılar ise genel olarak Türki Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu ve e-ticareti düzenleyen kanunlar ile teminat altına alınırlar. Türkiye'de e-ticaret mevzuatı yayınlanan kanun ve yönetmelikler ile düzenlenmiştir. Bu kapsamda, 05/11/2014 tarih ve 29166 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 6563 Sayılı **"Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"** 1 Mayıs 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanunun uygulanmasına ilişkin Yönetmelikler ise şunlardır:

- 26/08/2015 tarih ve 29457 Sayılı **"**Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik**"**
- 15/07/2015 tarih ve 29417 Sayılı **"**Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik**"**

Diğer yandan özellikle 2000'li yılların başından itibaren teknolojinin muazzam hızlı şekilde gelişmesi ve dijitalleşmenin hızlanması nedeniyle vatandaşların kişisel verilerinin ve özel hayatlarının korunması için kapsamlı düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktaydı. Bu kapsamda "Kişisel Verilerin Korunması Kanunu" ise 07/05/2016 tarihinden remi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Türkiye'de internet üzerinden yurt dışına ürün satışına yönelik altyapı oluşturulmaktadır. Ekonomi Bakanlığı'nın hazırladığı ve yakın zamanda hayata geçmesi beklenen **"e-İhracat Stratejisi ve Eylem Planı (2017-2019)"** ile Türkiye'nin bölge için bir e-ticaret merkezi olması, e-ticaret yoluyla mal ve hizmet ihracatının artırılması ve bu alanda gerek yazılım ve donanım gerekse bilgi birikiminin yerleştiği bir ekosistem oluşturularak, dünya geneline de hizmet sunan bir yapı oluşturulması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda KOBİ'lerin internet üzerinden yurt dışına ürün satışının kolaylaştırılması için gümrük işlemleri kolaylaştırılacak, bu yolla ürün ihraç etmek isteyen KOBİ'lere yönelik olarak



kurulacak pazarlama amaçlı internet siteleri desteklenecek ve alıcıların güvenli alışveriş yapabilmesi için ürünler ön denetim yoluyla güvenli hale getirilecektir.

KOBİ'LER VE E-TİCARET

Tüm dünyada KOBİ'ler ekonominin çekirdek gücü olarak kabul edilmekte ve gelişmişlik derecesi ne seviyede olursa olsun hemen hemen tüm ülkelerin kendi ulusal ekonomileri içerisindeki payının %60-90'nını belirlemektedir. İşte bu gerçekle beraber KOBİ'lere atılımlarını gerçekleştirmeleri amacıyla teşvikler verilmenin yanı sıra hukuksal, finansal ve teknolojik açılarsan destek verilmektedir. Bu konuda özellikle ABD, AB ve Avustralya önemli adımlar atmışlardır. Söz konusu ülkeler KOBİ'lerin gelişiminde girişimcilik, yaratıcılık ve yenilikçiliğin geliştirilmesini temel ilke olarak ele almışlardır. Ayrıca, gerek meslek kuruluşlarının KOBİ'lere finans sağlaması gerekse hükümet organlarının eğitim ve geliştirme programları düzenlemeleri konularının üzerinde hassasiyetle durmaktadırlar.
E-ticaret en büyük etkisini yine KOBİ'ler üzerinde gerçekleştirmektedir. Sanal ortam büyük ölçekteki işletmelere karşı KOBİ'lere önemli avantajlar sağlamaktadır. Eskiden beri büyük bir problem olan ürettikleri ürünün satılabilmesi için hedef kitleye ulaşımlarını sağlayacak pazarlama kanallarından yoksun olan küçük işletmeler, yeni düzene adapte edilmezlerse büyük işletmelerin karşısında çaresiz kalacaklardır. İnternet işte tamda bu noktada KOBİ'lere etkili ve ucuz bir pazarlama kanalı sunarak dünyaya açılma imkanı sunmaktadır. KOBİ'ler de bu sayede yüksek maliyet harcamaları yapmadan tüm dünyaya ürünlerini tanıtma şansı elde etmektedirler.

3.1. Neden E-Ticaret?

İnternetin yol açtığı değişimle birlikte ticaret de geleneksel yöntemlerin yerine e-ticaret platformlarına taşınmıştır. Dünyadaki dijital değişimlere ayak uyduranlar e-ticaret yatırımlarına hız vererek yeni çağın teknolojilerinden yararlanmaya başlamıştır.

Peki KOBİ'ler e-ticarete neden başlamalı?

- Daha fazla kişiye ulaşma imkanı

KOBİ'lerin fiziksel mağazalarında ulaşabileceği kişi sayısı sınırlıyken e-ticaret sitesinde ulaşabileceği kişi sayısı ise sınırsızdır. E-ticaret işine girdikten sonra sınırların tamamen ortadan kalktığı ve dünyanın her yerinden insanın firmanın ürünlerine ulaşabildiği bir ortam oluşmaktadır.

- Daha az maliyet

Fiziksel bir mağaza açmak KOBİ'ler için yüksek maliyetli olabilir. Oysa e-ticaret sitesinin maliyeti fiziksel mağaza kirası yerine firmanın ürün stokuna bağlı olarak sadece depo vb. gibi daha ucuz maliyetler olacaktır. Ayrıca geleneksel ticaret yöntemleri ile hammadde tedariği yapan firmalar çok sayıda tedarikçi ile iş birliği yapmak zorunda kalırken, e-ticaretle uğraşan firmalar aracıları ortadan kaldırarak direkt olarak tedarikçilerden satın alma şansını yakalarlar. Bu sayede işletmelerin aracı maliyetleri de düşerek daha az maliyetle ürün alımı gerçekleştirmiş olurlar.

- Sınırsız ürün sergileme olanağı

KOBİ'ler mağazalarında sınırlı sayıda ürün sergileme olanağına sahipken e-ticaret ile sınırsız ürün sergileme ve satış artırma şansına sahiptir. Bu yönüyle e-ticaret fırsatlarla doludur.

- 7/24 satış olanağı

E-ticaret sitesinin avantajlarından biri de firmanın zamandan bağımsız olarak ürün satma şansına sahip olmasıdır. Mağazaların belirli çalışma saatleri varken e-ticaret sitelerinde bu tamamen ortadan kalkar ve dünyadan herkese açık 7/24 satış olanağı sunan bir online mağazaya söz konusu olur. Bu da daha kolay ve daha fazla satış ihtimali olarak işletmelere yansır.

- Farklı pazarlama stratejileri

İnternet dünyasının gelişmesi ve internet kullanıcılarının dünya genelinde her geçen gün artış göstermesi ile birlikte KOBİ'ler e-ticaret sitelerini farklı pazarlama yöntemleriyle daha fazla kullanıcıya sunma şansına sahip hale gelmiştir. Dijital reklam, sosyal medya pazarlaması gibi yöntemler hem daha uygun fiyatlı hem de çok daha etkili pazarlama ve reklam olanağı sunmaktadır.

- Aynı sektörde yer alan firmalarla rekabet etme şansı

E-ticaret sitesine sahip olmak firmanın aynı sektörde yer alan diğer firmalarla rekabet etme şansını artırır. Gelişmelere ayak uydurmak ve yeni pazarlara yönelmek firmanın rakiplerinin önüne geçmesini ve onlarla rekabet etme şansını yukarı taşır.

- Müşterilerle iletişim kurma imkanı

E-ticaret site ile firma halihazırda müşterilerini daha kolay ve hızlı bir şekilde ürünleri hakkında bilgilendirebilir ve müşterilerinin yeni koleksiyon ürünlerinden haberdar olmasını sağlayabilir.

- Yeni müşterilere ulaşma imkanı

E-ticaret, firmanın kendi markasıyla daha önce ulaşamadığı farklı müşteri gruplarına ulaşmasını ve onlara markasını tanıtmasını sağlar. Böylece firma yeni müşteriler edinebilir ve marka tanınırlığını artırabilir.

- Müşteri Eğilimlerini Takip Etme Şansı

E-ticaret, müşteri bilgilerinin bir veri tabanında tutulması yoluyla, firmaların, müşteri davranışlarını daha yakında takip edebilmesi ve inceleyebilmesinde, müşterilerin satın alma davranışlarını takip edebilmelerinde ve böylece müşterinin ilgisini çekebilecek yeni ürünlerin seçimi ve sipariş konusunda karar verilmesinde büyük kolaylık sağlamaktadır.

- Maliyetleri azaltıp, verimliliği artırma imkanı

E-ticaret işletmeler arası ticaretle maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin arttırılmasında olumlu katkılarda bulunmaktadır. Örneğin; geleneksel ticarette muhasebe ayrı bir alanda tutulurken e-ticarette bunlar tek bir altyapı tarafından sağlanmaktadır. Bu şekilde hem zamandan tasarruf yola gidilmiş hem de daha az insan gücüyle başarıya ulaşma sağlanmaktadır.

- Bilgi ve Zaman Yönetimi

E-ticaret KOBİ' ler açısından etkin bir bilgi ve zaman yönetimi aracıdır. Ulusal ve Uluslar arası boyutta ticari işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi bilgi ve zamanın etkin yönetimini sağlamaktadır. Dolayısıyla ürünün siparişi ve teslimi arasındaki zaman en aza indirgenmekte, zamandan kaynaklanan maliyetler stoktan düşülmektedir.

3.2. KOBİ'lerin E-Ticarette Yaşadığı Sıkıntılar

Bilgi teknolojilerini kullanmanın ve e-ticaretin işletmelere sağladığı faydalara rağmen küçük işletmeler, teknolojik yetersizlik, kalifiye elaman eksikliği, e-ticaretin kendilerine sağlayacağı faydalar hakkında yeterli bilgiye sahip olmama vb. nedenlerden dolayı e-ticaret sürecine yeterince katılamamaktadırlar. Böylece e-ticarete katılım azalırken, daha düşük maliyet, yüksek verimlilik ve geniş pazarlara erişim tüketici ve tedarikçilerle ilişkilerin geliştirilmesi fırsatlarını kaçırmaktadırlar.
KOBİ'lerin e-ticaret konusunda halen güven eksiliği yaşadıkları görülmektedir. E-ticarette ödeme ve tedarik süreçlerinin sanal ortamda gerçekleştirilmesi güvensizlik boyutuna daha da tırmandırmaktadır. Yine ölçek küçüklüğün vermiş olduğu geleneksel yönetim anlayışı beraberinde şirket bilgilerinin, ürün ve hizmet detaylarının internet ortamında paylaşılmasına sıcak bakılmasını engellemektedir.
Şirketlerin e-ticaret yapabilmeleri için teknolojik altyapının gelişmiş olması gerekmektedir. Ancak ülkemizde çok sayıda KOBİ'nin e-ticaret yapmak için yeterli teknolojik altyapısının olmadığı görülmektedir. Aslında e-ticaret uygulamaları düşük maliyetli satış ve pazarlama imkanı sunmasına rağmen KOBİ'ler e-ticaret sisteminin kurulmasındaki maliyeti yüksek bulmaktadırlar. Yine sistemin kurulmasıyla birlikte, bu sistemin devamı ve ek uygulama maliyetleri de KOBİ'ler için maliyet unsuru olmaktadır. Ülkemizde KOBİ'lerin e- ticaret ve e-ticaretin beraberinde getireceği iş potansiyeli ve verimlilik konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmektedir.

4. E-TİCARETTE YENİ TRENDLER

Şu anda pazar yerlerinden yapılan satışlar e-ticaret markalarının toplam satışlarının yüzde 20'sini veya daha fazlasını oluşturmaktadır. Hatta birçok firmanın pazar yerlerine yüksek komisyon ödediği için kendi online satış kanalını, online mağazasını açtığı görülmektedir. Firmalar Pazar yerlerinde ek satış yapmakta ve maksimum görünürlüğe ulaşmaktadır. Pazar yerleri, çok kanallı satış en çok yeni girişimciler ile küçük ve orta ölçekli işletmelere yaramaktadır. Çünkü online mağaza ve pazar yeri ile KOBİ'ler satışlarını ikiye, üçe katlayabilmektedir. Bunlar pazar yerlerinin cirolarının yanında ufak kalsa da girişimci için önemli rakamlar.
E-ticaretin son dönemde en çok üzerinde durulan trendi mobil alışveriştir. Kullanıcıların mobil alışverişe kayması ve alışverişlerinin yarısından fazlasını mobil uygulamalar üzerinden yapıyor olması nedeniyle online alışveriş yapılan mobil site ve mobil uygulama sayısı artacaktır. Temassız ödemenin kolaylığı akıllı telefon kullanıcıları tarafından deneyimlendikçe, mobil ödeme de yaygınlaşmaktadır. Mobil ödeme alınabilen uygulamalar hem müşteri bağlılığını arttıracak hem de hedef kitlenin tüketim alışkanlıkları takip edilebilecektir.
Yeni e-ticaret yasasıyla Türkiye elektronik para ile de tanışmıştır. Elektronik para, yalın tanımıyla internet üzerinden para transferini mümkün kılan ödeme sistemlerine verilen isimdir. Elektronik para gerçek hayatta nakit karşılığı olan bir elektronik para birimidir (buna teknik olarak para ihraç demek deniyor). Bu para birimi mobil cihaza ve karta yüklenebilmektedir. Yeni kanun böylece hem tüketiciyi korumakta hem e-paraya izin vermektedir. Online ödemenin temel amacı e-ticaret firmasının iflas etmesi veya hizmetlerini sonlandırması ve satın alınan malı göndermemesi gibi durumlarda tüketicinin ödediği parayı korumaktır.
Bu gelişmenin mobil ödemelere 2017'da benzersiz esneklik ve rekabet gücü kazandıracağı öngörülmektedir. Bugün e-para kartları, banka kartı gibi para yükleyerek kullanılabilmektedir. Sonuçta bunlar ön ödemeli kartlar ama e-cüzdan yönetimi ile mobil alışveriş yapılmasına da imkan veren hesaplardır. Sonuç itibariyle Türkiye'de e-ticaretin zincir mağazaların yanı sıra bireysel girişimci ve pazar yerleri üzerinden de güçleneceği öngörülmektedir.

5. SONUÇ

Tüm dünyadaki teknolojik gelişmeler artık KOBİ'leri daha fazla AR-GE'ye ve daha fazla teknoloji kullanmaya zorlamaktadır. Bu değişime ayak uydurmanın kaçınılmaz hale geldiği günümüzde "e-ticaret" çok önemli bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır.
E-ticaret tahminlerinde ötesinde her geçen gün daha fazla büyümektedir. E-ticaret hızlı bir şekilde büyürken toplam ticaret payındaki oranı hala oldukça azdır. Günümüzde, E-ticaret sayesinde işletmeler daha etkin tedarik ve dağıtım zincirleri oluşturmakta, işlem maliyetlerini azaltmakta ve daha bunun gibi nice avantajlara imkan vermektedir.
Türkiye'deki işletmelerin hemen hemen tamamına yakın bir kesimini oluşturan KOBİ'lerin toplam ihracat içerisindeki payı ise sadece % 10'dur. Bu nedenle KOBİ'lere yönelik olarak çalışmalar yapılmalı ve onların pazarı girmesinde teşviklerde bulunulmalıdır. E- ticaret sektörü hemen her ölçekteki firma için avantajlar dünyasının kapısı aralamaktadır. Özellikle KOBİ'ler ellerindeki gücü değerlendirebildiklerinde çok sayıda fırsatı doğru bir şekilde değerlendirerek büyük şirketlere kafa tutabilecek hale gelebilmektedir. Bu boyuta gelebilmek için ise atılacak adımların başında ise yapılan işi e-ticarete de taşımak gelmektedir.

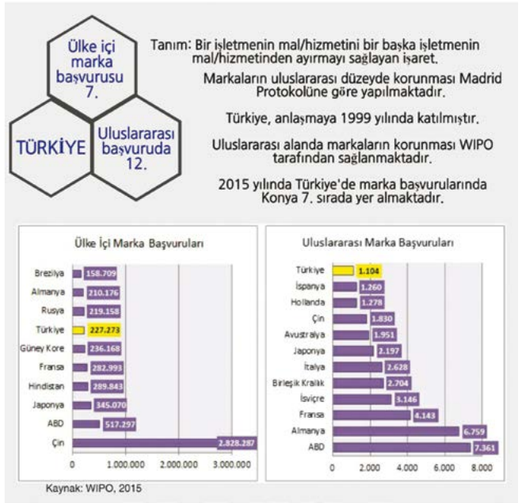
6. KAYNAKÇA

- Dilek Şahin, "**KOBİ'lerin E-Ticaret Kullanımı**", http://www.iktisadi.org/kobilerin-e-ticaret-kullanimi.html, 07.12.2015
- Fatih Balkan, **"2017'de e-ticaret trendleri",** Platin Market, 31.12.2016
- Kozan Demircan, **"2017'de Türkiye'de e-ticareti şekillendirecek 3 trend",** https://www.techinside.com/2017de-turkiye-de-e-ticareti-sekillendirecek-3-trend-niyeo/, 30.09.2016
- Mesut DÖNMEZ, **"Elektronik Pazar Yerleri",** Milliyet, 13.02.2014
- Seyhun Özkara, **"KOBİ'ler Dev E-Ticaret Şirketlerine Nasıl Kafa Tutabiliyor?",** e-Ticaret Çağı Dergisi, Temmuz 2016, s.21
- Tolgahan Doğanlar, "**Türkiye'de Elektronik Ticaret Pazarı Ve Pazarın Gelişimi**", İstanbul Ticaret Üniversitesi, WPS NO/ 14 / 2016-01
- "**E-Ticarete Başlamak İçin 8 Neden**", Hürriyet, 13.01.2017
- "**KOBİ'ler E-İhracat ile Dışa Açılacak**", lojistikglobal.com, 05/01/2017
- "**Türkiye e-Ticaret 2015 Pazar Büyüklüğü Raporu**", Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD), 03.06.2016

Hacı Dede Hakan KARAGÖZ
KTO, Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü-Uzman

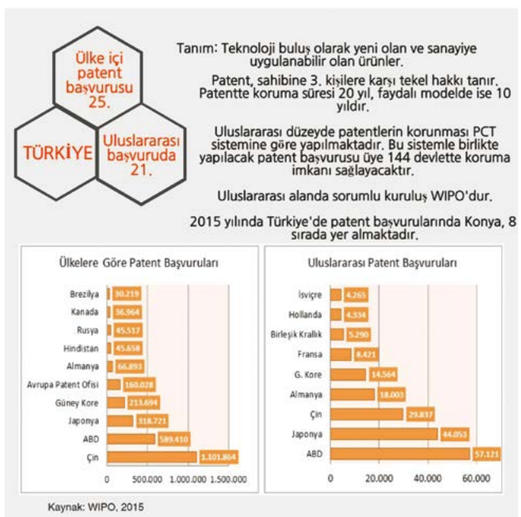
SINAİ MÜLKİYET HAKLARI VE KONYA

MARKA



Kaynak: WIPO, 2015

PATENT

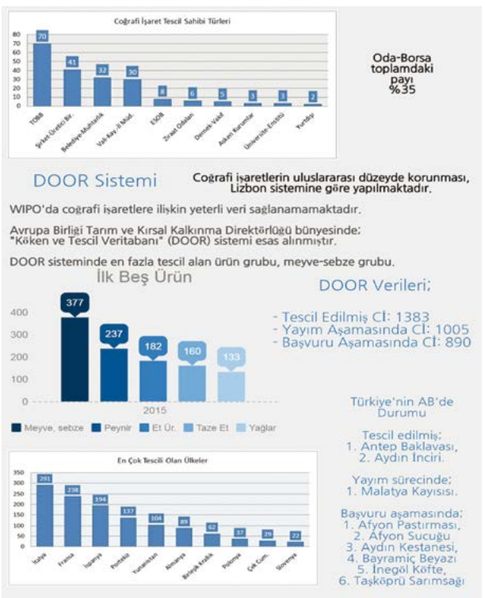


Kaynak: WIPO, 2015

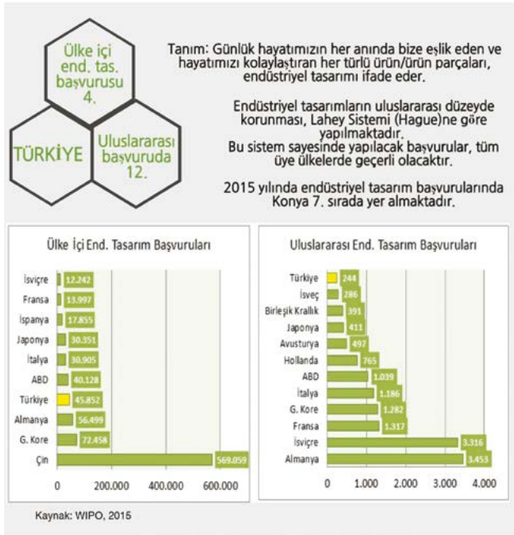
1. SINAİ MÜLKİYET HAKLARI

Sınai mülkiyet hakları; buluşların ve yeniliklerin, yeni tasarımların ve özgün çalışmaların ilk uygulayıcıları adına ticaret alanında üretilen ve satılan malların üzerlerinde, üreticisinin veya satıcısının ayırt edilmesini sağlayacak işaretlerin sahipleri adına, kayıt edilmesini ve böylece bu kişilerin ürünü üretme ve satma hakkına belirli bir süre sahip olmalarını sağlayan gayri maddi bir hakkın tanımıdır.
Sınai mülkiyet hakları şunlardan oluşur:
1. Markalar,
2. Patentler,
3. Coğrafi İşaretler,
4. Endüstriyel Tasarımlar,
5. Entegre Devre Topografyalar.

Uluslararası başvurular, Birleşmiş Milletler bünyesindeki Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatına (WIPO) yapılmaktadır. 14 Haziran 1967 tarihinde Stockholm'de imzalanan bir anlaşmayla kurulan bu örgütün merkezi Cenevre'dir. Teşkilatın ana görevi ise fikri mülkiyetin tüm dünyada korunmasını sağlamaktır. Türkiye, bu anlaşmaya 1976 yılında taraf olarak örgüte katılmıştır.

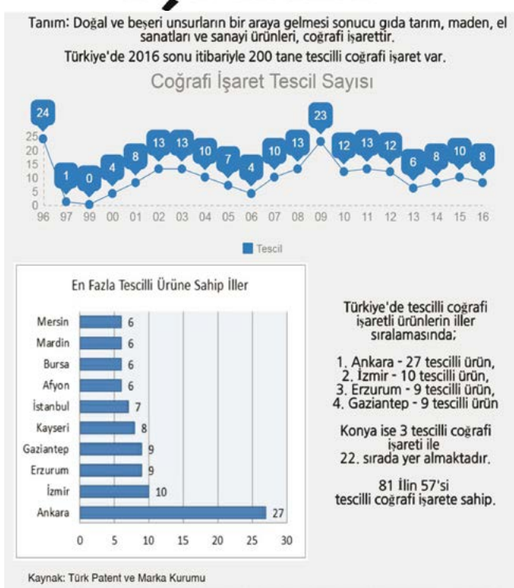


ENDÜSTRİYEL TASARIM

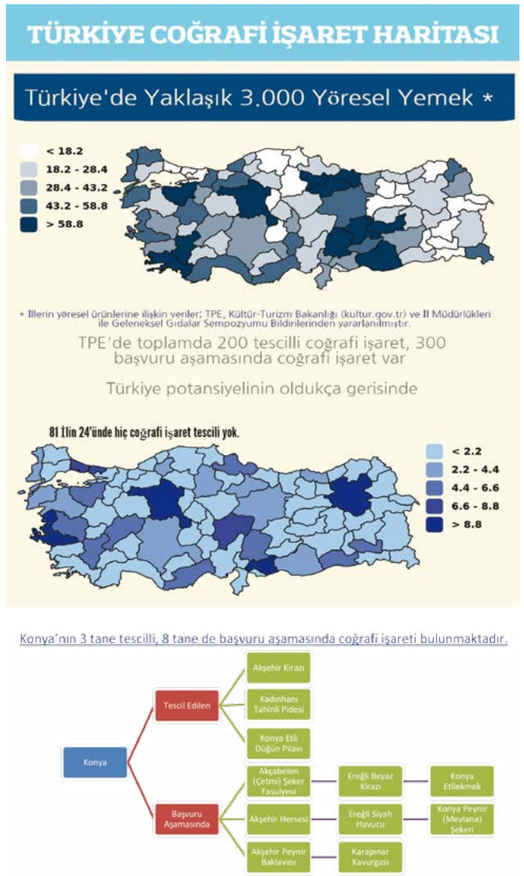


Kaynak: WIPO, 2015

COĞRAFİ İŞARET



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu



Konya'nın 3 tane tescilli, 8 tane de başvuru aşamasında coğrafi işareti bulunmaktadır.

SONUÇ

Sınai mülkiyet hakları içerisinde Türkiye'nin iyi olduğu alanların marka ve endüstriyel tasarım olduğu görülmektedir. Marka ve endüstriyel tasarım açısından 2015 yılında uluslararası marka başvurularında Türkiye, dünya genelinde 12. sırada yer almaktadır. Patent başvurularında ise dünya sıralamasında 21. sırada yer almaktadır. Uluslararası arenada Türkiye'nin en başarısız olduğu sınai mülkiyet konusu ise, coğrafi işarettir. Türkiye, coğrafi işaret açısından büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen uluslararası arenada bu potansiyelini gösterememiştir. Kadim Anadolu coğrafyasında yaklaşık 3.000 yöresel yemek lezzeti bulunmasına karşılık Avrupa Birliğinde tescilli 2 ürünümüz bulunmaktadır. Son yıllarda coğrafi işaretin önemi konusunda gelişen bilinç Avrupa Birliği sürecinde kendini göstermiştir. 2012 sonrası dönemde, Avrupa Birliği DOOR sistemine 7 tane coğrafi işaret başvurusu yapılmışken bu başvurulardan bir tanesi ilan sürecine çıkmıştır. Konya'da da Türkiye'nin durumuna benzer bir durum söz konusudur. Patent, Marka ve Endüstriyel tasarım başvuru ve tescilinde Konya, Türkiye il sıralamasında ilk 10 içinde yer almasına karşılık sahip olduğu 3 tescilli coğrafi işareti ile 22. sırada yer almaktadır.

Feyzullah ALTAY
Araştırma Raporu
Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü - Md. Yrd.

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SERBEST BÖLGE UYGULAMALARI

"KONYA'NIN SOSYO-EKONOMİK POTANSİYELİ VE SERBEST BÖLGE ANALİZİ"-2

2.2.1. Almanya'da Serbest Bölgeler
Almanya'da serbest bölgeler, serbest liman idaresine bağlı olarak kurulup işletilirler. Bu bölgelerin döviz ile ilgili işlemlerini de Ekonomi Bakanlığı yürüttüğünden, Maliye ve Ekonomi Bakanlıklarının sorumluluğu altında çalışırlar.
Almanya'daki serbest bölgelere, yabancı menşeli mallar için gümrük vergileri ve diğer gümrük formaliteleri uygulanmaz. Mallar bölgede kaldıkları sürede veya sonradan aktarma veya dışarıya tekrar ihraçlarına kadar vergilerden muaf tutulur. Ancak mallar bölgeden iç piyasaya tüketim için ülkeye girerse gümrük vergisi ödenmesi gerekmektedir.
Serbest bölgede yükleme, sevkiyat, depolama, ayırma, etiketleme, bölme, yeniden ambalajlama, karıştırma, markalama, sergileme, gemi yapım ve onarım işlemleri, sigortacılık ve bankacılık faaliyetlerine izin verilmiştir. Ancak bölgede arsa satın almak yasaktır. Bundan ziyade uzun süreli kiralama, bina inşaatı, yanıcı ve patlayıcı madde, sanat eserleri, değerli metaller, para, değerli evraklar, canlı hayvanlar, kırılabilir malların bölgeye girişi izne bağlıdır.

2.2.2. İngiltere'de Serbest Bölgeler
İngiltere'de serbest bölgelerde faaliyette bulunan ithalatçılara sağlanan kolaylıklar daha fazladır. Serbest bölgelere getirilen mallar bölgede tutulduğu süre içinde gümrük vergilerden ve katma değer vergisinden muaf tutulur. Ancak malların bölge içinde el değiştirmesi halinde KDV'nin ödenmesi gerekmektedir. Malların üretimde kullanılması söz konusu ise gümrük vergileri ödenmesi zorunludur. İngiltere'de uygulanan tüm vergi ve çalışma mevzuatı serbest bölgelerde de geçerlidir. Buna göre KDV %15 oranındadır.

2.2.3. Fransa'da Serbest Bölgeler
Fransa Hükümeti, 1992 sonrasında Avrupa tek pazarına geçiş için mücadele edince ve aynı zamanda Avrupa'nın en büyük Frankfurt ve Londra gibi metropoliten bölgeleri ile rekabet edebilmesi için ekonominin büyüme hızına önem vermiştir. Özellikle 80'li yıllarda durgunluk dönemine rağmen alt yapı çalışmalarına, yol ve demiryolu yatırımlarına büyük önem verilmiştir. Serbest bölgeler de büyüme hızını arttırmanın bir aracı olarak görülmüştür.

2.2.4. Danimarka'da Serbest Bölgeler
Danimarka'nın Kopenhag şehrinde serbest ticaret bölgesi vardır. Bölge Kopenhag limanında kurulmuştur ve İskandinavya'nın en büyük serbest bölgesidir. Ayrıca Baltık Denizi bağlantısı olması, kuzey ve orta Avrupa ilişkileri ve ABD'ye yapılan düzenli kargo taşımacılığı Danimarka ekonomisine büyük bir katkı vardır.
Serbest ticaret bölgesine ithal edilen yabancı menşeli mallar için gümrük resmi veya diğer ithal vergileri ödenmez. Bölge içindeki idari yetkili "Serbest Liman Şirketi", kargoların kontrolü, yükleme ve boşaltma işleri, tartım, ölçüm ve etiketlenme artı nakliyattan da sorumludur.

2.2.5. İrlanda'da Serbest Bölgeler
İrlanda'nın Shannon Uluslararası Serbest Havaalanı'nın tüm alanı serbest ticaret bölgesidir. Bölgede havaalanı olanakları yanında, endüstriyel ve depolama imkânları da bulunmaktadır. Yabancı menşeli mallar ve bunların serbest ticaret bölgesinde yapılacak işlem ve üretimleri için gerekli makine ve aksamı dâhil, Shannon uluslararası Havaalanına İrlanda gümrük resmi veya vergileri ödenmeden getirilebilir ve ithal belgesi kontrolleri için müracaat etmeyebilirler. Dış mallar, İrlanda gümrük vergileri ve kısıtlamalarından bölgede kaldığı sürecinde ve sonradan dış ülkelere aktarılacak ise veya ihraç edilecek ise, muaf tutulurlar. Serbest bölgede satın alma ve satışta KDV ödenmektedir.
Eğer dış orijinli mallar, bölgede hiç işlem görmemişlerse, bölgeden doğru İrlanda'ya tüketim için sokulursa direkt olarak dışarıdan ithal edilen mallar gibi aynı oranda İrlanda gümrük resmi ve vergilerinin ödenmesi söz konusudur. Bununla birlikte, bölgedeki mallara ülke içinde tüketim için üretim, imalat, işlem veya paketleme yapılmışsa özel koşullar uygulanır. Bu ithalat, yalnız mamul madde içinde bulunan yabancı (ihraç) katkı maddeleri üzerinden vergilendirilir. Başka bir deyişle, ithal edilen mallarda bulunan yabancı katkı maddelerin orijini belli değilse veya ithal kısıtlamasına giriyorsa, İrlanda pazarına giren bu mallar (mamul madde durumunda) gibi aynı oranda gümrük vergisi uygulanır.

2.2.6. Hollanda'da Serbest Bölgeler
Hollanda, liberal gümrük uygulamaları ve giriş antrepo sistemiyle, dünyadaki diğer serbest ticaret bölgeleri ve serbest limanların verdikleri birçok özel imkân ve kolaylıklar sağlamaktadır.
Uluslararası ticaret, öncelikle en büyük iki liman tarafından yürütülür. Bunlar Rotterdam ve Amsterdam. Avrupa Kıta'sındaki en hareketli liman olan Rotterdam, yılda 30.000 fazla gemiyi karşılar. Rotterdam'daki toplam trafiğin yaklaşık üçte biri transit ticaretten oluşur. İkinci büyük liman olan Amsterdam da Hollanda'nın ticari merkezlerindedir. Yılda yaklaşık 9.000 gemi uğramasına rağmen, Rotterdam'ın karşılaştığı toplam tonajın yalnız yaklaşık %15'ini idare edebilir. Amsterdam da transit ticaret önemli yer almaktadır ve trafiğin %45'ini kapsamaktadır.
Hollanda'da serbest ticaret bölgesi veya serbest liman olmamasına rağmen, gümrük uygulamaları ve geniş ve esnek sistemli antrepo ve gümrük depolama ambarları ile serbest ticaret bölgeleri veya serbest limanların sağladığı birçok avantajlar sağlamaktadır. Hollanda'da transit ticaret halindeki mallar veya sonradan ihraç edilecek olanlar, antrepo veya gümrük depolarında gümrük resmi veya diğer vergiler ödenmeden depolanabilirler ve en az gümrük formalitelerine tabi tutulurlar. Ayrıca, Hollanda'da ihracat için imalatı düşünülen mallara, gümrük resmi veya vergileri ödenmeden, geçici olarak girişlerine müsaade edilir.

2.3. Diğer Ülkelerde Serbest Bölge Uygulamaları

2.3.1. ABD'de Serbest Bölgeler
ABD'nin 47 eyaletinde 180 Serbest Ticaret Bölgesi bulunmaktadır. ABD'de serbest bölge organizasyonunun üst kademesine Ticaret Bakanlığı, Maliye Bakanı ve Ordu temsilcisinden oluşan "Foreign Trade Zone Board" bulunmaktadır. Yeni bir bölgenin kurulup kurulmamasına ilişkin tüm kararları bu kurul almaktadır. ABD'de serbest bölgelerin üç temel tipi mevcuttur. Bunlar, dış ticaret bölgeleri, yatırım bölgeleri ve teknoparklardır. Serbest ticaret bölgeleri Amerika'da 30'cu yıllarda dış ticaret bölgeleri olarak kurulmaya başlamışlar. Bu bölgelerde çok geniş kapsamlı hizmetler verilmektedir. Bunlar depolama, bölgeye getirilen malların ayıklanması ve paketlenmesidir.
Serbest bölgelerde fiziken faaliyet göstermesi mümkün olmayan firmalara Subzones uygulaması yapılmaktadır. Bu tür firmalar kendi işyerlerinde serbest bölge uygulamasına tabi olmaktadır. Bölgelerde bütün işlemler gümrük vergisinden muaftır. Ancak gümrüklü sahaya mal veya hizmet satışında ithalatçı açısından vergi söz konusu olmaktadır. Vergi matrahı ya yabancı giderler üzerinden veya üretim sonucu elde edilen mal değerinden hesaplanmaktadır. İthalatçı, bu ikisinden kendisine en uygun olanını seçebilmektedir.
Serbest bölgelerde deklarasyon esastır. Ayrıca bölgelerde sadece hırsızlığa karşı güvenlik tedbirleri alınmaktadır. Gümrük muayenesi örnekleme usulü ile yapılmaktadır. Bölgelerde kullanıcılara ait malların yükleme, boşaltma, taşıma hizmetlerinin yapılması işletici ve kullanıcı arasındaki anlaşmaya bağlıdır.
Amerika'daki en önemli serbest bölgeler: Miami, New York City, San Francisco, New Orleans, Kansas City, California, Chicago, Florida, Boston, Honolulu, Puerto Rico. Meksika ABD sınırı boyunca oldukça fazla sayıda Maquiladora adlı İkiz Fabrikalar bulunmaktadır.
Ayrıca Amerika'da teknoparklar bulunmaktadır. Amerika'da 1973 yılından itibaren toplam 84 teknolojik bölge faaliyet göstermektedir. Bu bölgelerde 142 bin işçi ve 45 bin bilim adamı çalışmaktadır. En büyük teknopark Silikon-Wells (Silikon Vadisi) sayılmaktadır. Dünyanın bilgisayar üretiminin %20'si burada gerçekleşmektedir. Amerika'da yakın zamanda 1000'e kadar serbest ticaret bölgenin kurulması hedeflenmiştir. Bölgelerde 3 milyar dolardan fazla sermaye çalıştırması hedeflenmektedir. Ek istihdam ise 100 bin kişi olacaktır.

2.3.2 Birleşik Arap Emirlikleri'nde (BAE) Serbest Bölgeler
Birleşik Arap Emirlikleri'nde bulunan serbest bölgelerin en önemli ve büyük avantajı, yabancı yatırımcılarına %100 yabancı kaynaklı firmaların kurmalarına izin vermesidir. Diğer kolaylıklar ise, kişisel gelir ve servet vergilerinin bulunmaması, bölgede faaliyette bulunan şirketlerden 15 yıl süre içinde kurumlar vergisi alınmamaktadır. Kar transferlerine tamamen izin verilmiştir, döviz kısıtlamalarının olmaması, hammaddelerin ithalinde gümrük vergilerden muaf olması, etkin bir iletişim sistemini içermesi, enerjinin bol olması, ithalatta ve ihracatta gümrük vergilerinden ve de gelirler vergisinden muaf olması. Ayrıca, bölgelerde sağladıkları çekici bir çalışma ortamının bulunması, insan kaynakların problemlerin olmaması, uzman kadrodan oluşan serbest bölge otoritesinin yatırımcılara etkin danışmanlık hizmeti sunması tüm bunlar yatırımcıların ülkeye çekmek amacı ile yapılmış olup etkin bir altyapı oluşmasına teşvik etmiştir. Tüm bu teşviklerin olumlu bir katkı sağladıkları için ayrıca Jebel Ali Serbest Bölgesinin gösterdiği başarı sonrasında, Sharjah Uluslararası Havalimanı, Dubai uluslararası Havaalanı, Ajman, Fuja irah, Ras-al Khaimah ve Umm al-Qaiwain'da serbest bölgelerin kurulmasına yol açmıştır.

2.3.3. Çin'de Serbest Bölgeler
Çin'de kurulmuş olan Serbest Bölgeler, yabancı sermayeyi ve yüksek teknolojiyi çekebilmek için kurulmuştur. Yabancı sermayenin büyük bir bölümü Hong Kong, Tayvan, Japonya, Güney Kore, USA ve Almanya'dan gelmektedir. Çin gelişmekte olan bir Pazar olduğu için daha çok tüketilen ve az maliyetli mallar üretilmektedir. Bunlar tekstil, konfeksiyon, spor ayakkabılar, oyuncak ve büyük bir bölüm elektronik aletlerden oluşmaktadır.
İlk serbest bölge 24 yıl önce Shenzhen'de, Hong Kong'a komşu olan bir bölgede kurulmuştur. Ve her yıl bu bölge ortalama %31 oranında büyümektedir. Fakat ilerdeki yıllarda Çin'in Dünya Ticaret Örgütüne üye olması gelecekteki yabancı yatırımcıları çekemeyeceği düşünülmektedir. Çünkü Dünya Ticaret Örgütü'ne girişi ile birlikte Çin ekonomisi daha önce yabancı yatırımcılara sağladığı avantajlar genel olarak artacağı düşünülmemektedir.

2.3.4 Rusya'da Serbest Bölgeler
Rusya Federasyonu'nda serbest bölgelerle ilgili herhangi bir federal mevzuat bulunmamaktadır. 1991 yılında kabul edilen Yabancı Sermaye Kanunu ile Serbest Ekonomik Bölgelerin kurulması mümkün olmuştur. Ancak, bu bölge-

ler tam anlamı ile serbest bölge olarak faaliyet göstermemişlerdir.
1999 yılında değiştirilen aynı adlı kanunda serbest bölgelere atıfta bulunmamıştır. Böylece Serbest Ekonomik Bölgeler olarak faaliyet gösteren alanlar hukuki statüleri ve gelecekteki durumları netlik kazanmamıştır.

2.3.5. Polonya'da Serbest Bölgeler

Polonya'da Sovyetler Birliği'nin dağılımından sonra oluşturan serbest bölgelerin sayısı 17'dir. Bunlardan ikisi teknoparktır. En büyük olanlar ise (altı adet Serbest Bölge) ülkenin güneyinde, beşi Baltık kıyılarında ve dördü de Almanya sınırında yerleşmektedir. Polonya'da yabancı sermayeyi çekmek için 1995 yılında serbest bölgelerde kurumlar vergisi muafiyeti başlamıştır. AB tarafından birlik sözleşmesine aykırı bulunmuştur. Dolayısıyla, Polonya AB'ye uyum sağlamak için Ekim 1999 tarihinden itibaren yeni düzenlemelere gitmiştir. İlk başta kurumlar vergisi muafiyeti bir sonraki yıllarda %50 olarak düzeltilmiştir, 2001 yılından başlayarak yatırım harcamalarının %40-50'si ile sınırlandırılmıştır. 2001 yılından başlayarak yeni faaliyet ruhsatı verilmeyen Polonya'da yeni serbest bölgelerin kurulabilmesi için kurulacak bölgedeki işsizlik oranının ülke ortalamasının üzerine, yaklaşık %150 olması gerekmektedir. Bu uygulamanın tek istisnası teknoloji park olarak düşünülen Karakow Serbest Bölgesi'dir.

3. TÜRKİYE'DEKİ SERBEST BÖLGE UYGULAMALARI

3.1. Türkiye'deki Serbest Bölgelerin Tarihçesi

Türkiye'de serbest bölgelerin kurulmasına yönelik ilk girişim, 1927 yılında kabul edilen 1132 sayılı "***Serbest Mıntıka Kanunu***" ile başlamıştır. Bu yasal düzenleme ile Ford Motor Company'ye Tophane rıhtımında otomobil, kamyon ve traktör montajı yapmak üzere sözleşmeyle 1928 yılında özel bir izin verilmiştir. Ancak, bu uygulamadan beklenen fayda temin edilemediğinden daha sonra vazgeçilmiştir.
Daha sonraları, 1946 yılında kabul edilen 4893 sayılı yasa ile, doğuda üretilen halı ve kilimlerle hayvan postlarının transit olarak Türkiye'ye ithal edilmesi ve gerek işlenerek gerekse işlenmeden ihraç edilebilmesi için "***Serbest Yer***" kurulması kararlaştırılmıştır. Fakat bu uygulama da uzun ömürlü olamamıştır.
1953 yılında kabul edilen 6209 sayılı "***Serbest Bölge Kanunu***" da aradan geçen uzun süreye rağmen işlerlik kazanamamıştır.
1957 yılında TCDD, İskenderun Limanı'nda mevcut 4.600 metrekarelik bir sahayı serbest bölge olarak işletmeye açmıştır. İlk etapta 2.000 ton krom madeni ihraç amacıyla serbest bölgeye gelmiş, ancak daha sonra söz konusu bölge kapatılmıştır.
1965, 1969, 1973 ve 1976 yıllarında 6209 sayılı Kanun ve Serbest Bölge Nizamnamesi'ni değiştirme çalışmaları yapılmışsa da, TBMM'ne intikal ettirilen iki tasarı da kanunlaşamamıştır.
Türk ekonomisinde reform ve iktisadi felsefenin global bir değişikliğe uğraması, 1980'lerin başlarında, serbest piyasa ilkelerine ve dışa dönük iktisadi politikalara dayanan geniş kapsamlı bir iktisadi istikrar ve yapısal değişim programı baz alınarak gerçekleştirilmiştir.
1980'li yılların başlarında yeni iktisat politikalarının ortaya konulmasında üç ana amaç hedeflenmişti: *daha fazla serbesti, özellikle de yabancı yatırımcılar için güvenli bir yatırım ortamı ve daha az bürokrasi*.

Tablo 2. Türkiye'deki Serbest Bölgeler ve Kuruluş Yılları

Sıra	Serbest Bölge	Kuruluş
1	Mersin Serbest Bölgesi	1985
2	Antalya Serbest Bölgesi	1985
3	Ege Serbest Bölgesi	1987
4	İstanbul AHL Serbest Bölgesi	1990
5	Trabzon Serbest Bölgesi	1990
6	İstanbul Trakya Serbest Bölgesi	1990
7	Adana Yumurtalık Serbest Bölgesi	1992
8	İst. Endüstri ve Ticaret Serbest Böl.	1992
9	Mardin Serbest Bölgesi	1994
10	Samsun Serbest Bölgesi	1995
11	Avrupa Serbest Bölgesi	1996
12	Rize Serbest Bölgesi	1997
13	Kayseri Serbest Bölgesi	1997
14	İzmir Serbest Bölgesi	1997
15	Gaziantep Serbest Bölgesi	1998
16	TÜBİTAK-MAM Serbest Bölgesi	1999
17	Denizli Serbest Bölgesi	2000
18	Bursa Serbest Bölgesi	2000
19	Kocaeli Serbest Bölgesi	2000

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

Şekil 1. Türkiye'deki Serbest Bölgeler Haritası

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

Gerek iktisadi gerekse politik bakımdan pozitif bir yapı arz eden bu atmosfer içerisinde; ihracata yönelik yatırım ve üretimin artışı, yabancı sermaye ve teknoloji girişinin hızlanması, dış finansman ve ticaret imkanlarının gelişimi ile birlikte , **1985** yılında 3218 sayılı "Serbest Bölgeler Kanunu" yürürlüğe konmuştur.
1983 yılında Başbakanlık bünyesinde bir **Serbest Bölgeler Müdürlüğü** kurulması kararlaştırıldı. Daha sonra serbest bölgeler Devlet Planlama Teşkilatı'nın bünyesinde bir başkanlık olarak yer aldı. 1985 yılından itibaren de bölge müdürlükleri kuruldu. 1991 yılında çıkan bir kanun hükmünde kararname ile Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü ve bağlı bölge müdürlükleri Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı bünyesine alındı.
Türkiye Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü, küreselleşme olgusu çerçevesinde, 1991 yılında World Export Processing Zones Association (WEPZA) – Dünya İhraç İşleme Bölgeleri Birliği'nin üyesi olmuştur.
Bugün dış ticaretin gelişmesinde etkin ve çağdaş bir kurum olarak kabul edilen serbest bölgeler ülkemizdeki kısa geçmişlerine rağmen önemli bir mesafe kaydetmiş bulunmaktadırlar. Türkiye serbest bölgeleri üzerinden tüm dünya ile ticari bağlantılar kurulmakta, mevcut bağlantılar devamlı surete geliştirilmektedir. 1985 yılından bugüne Türkiye'de 19 adet Serbest Bölge kurulmuş ve faaliyete geçmiştir. Bunlar;

3.3. Türkiye'deki Serbest Bölgelerde Sağlanan Avantajlar ve Teşvikler

Türkiye'de serbest bölgelerde yatırımcılara sağlanan teşvik ve avantajları şu şekildedir;
• Serbest bölgelerde vergi, resim, harç, gümrük ve kambiyo mevzuatı uygulanmaz. Bölgede bulunan işletmeler, gelir, kurumlar vergisi ve KDV dâhil olmak üzere tüm vergilerden muaftır. İşgücü ücretlerinden gelir vergisi de ödenmediğinden işçilik maliyetleri yaklaşık %25–30 düşük olmaktadır.
• Bazı serbest bölgelerde süresiz olan vergi muafiyetine karşılık başka serbest bölgelerde bu muafiyet belirli sürelerle sınırlandırılmıştır. Yine de buradaki yatırımlar kısmen veya tamamen amor-

SERBEST BÖLGELER İTİBARİYLE YILLIK TİCARET HACİMLERİ (1.000 ABD $)
ANNUAL TRADE VOLUME OF FREE ZONES (US $ 1.000)

BÖLGELER	*ZONES*	2011	% 2012-2011	2012	% 2013-2012	2013	% 2014-2013	2014
İstanbul Endüstri ve Ticaret	*Istanbul Industry & Trade*	3.603.223	-10,63	3.220.084	4,58	3.367.671	-1,18	3.327.829
Ege	*Aegean*	5.747.500	-9,14	5.221.937	-10,37	4.680.242	-8,27	4.293.268
İstanbul Atatürk Havalimanı	*Istanbul Atatürk Airport*	2.241.525	-8,15	2.103.566	-14,56	1.797.352	-15,52	1.518.438
Mersin	*Mersin*	2.693.049	42,30	3.832.246	-7,31	3.552.257	-1,21	3.509.193
İstanbul Trakya	*Istanbul Thrace*	1.533.749	-5,88	1.443.596	19,42	1.723.958	-5,25	1.633.496
Bursa	*Bursa*	1.571.579	-2,50	1.532.317	24,48	1.907.397	1,42	1.934.424
Avrupa	*Europe*	2.059.462	14,83	2.364.905	3,17	2.439.927	0,32	2.447.756
Antalya	*Antalya*	731.252	2,52	749.707	20,36	902.379	-7,64	833.450
Kocaeli	*Kocaeli*	549.607	34,33	738.265	-10,23	662.729	5,75	700.819
Kayseri	*Kayseri*	700.713	-0,53	696.971	14,53	798.250	1,03	806.459
İzmir	*Izmir*	356.553	-8,42	326.535	12,79	368.283	-13,11	319.987
Samsun	*Samsun*	118.377	-40,75	70.139	30,48	91.521	21,38	111.085
Adana-Yumurtalık	*Adana-Yumurtalık*	265.654	11,35	295.816	34,36	397.467	29,72	515.598
Gaziantep	*Gaziantep*	112.053	-8,38	102.659	93,89	199.045	-32,45	134.455
TÜBİTAK-MAM Tek.	*TUBITAK-MAM TECH.*	196.787	5,70	208.007	12,33	233.652	-25,32	174.486
Trabzon	*Trabzon*	90.204	-22,31	70.079	-17,48	57.828	-19,47	46.569
Denizli	*Denizli*	67.694	6,79	72.293	-21,45	56.783	113,81	121.408
Rize	*Rize*	4.565	-12,12	4.012	-8,86	3.657	-3,69	3.522
Mardin*	*Mardin**	2.628	-100,00	0	0,00	0	0,00	0
TOPLAM	*TOTAL*	22.646.175	1,80	23.053.135	0,81	23.240.397	-3,48	22.432.242

*Mardin Serbest Bölgesinde kayda değer bir ticaret hacmi bulunmamaktadır.
* *Mardin Free Zone omitted due to negligible trade volume*

OCAK-ARALIK DÖNEMİ SERBEST BÖLGELER TİCARET HACİMLERİ ve DEĞİŞİM ORANLARI (1.000 ABD $)
JANUARY-DECEMBER PERIOD TRADE VOLUMES & VOLUME CHANGES OF FREE ZONES (US $ 1.000)

BÖLGELER	*ZONES*	Ocak-Aralık 2014 *January-December 2014*	Ocak-Aralık 2015 *January-December 2015*	%
İstanbul Endüstri ve Ticaret	*Istanbul Industry & Trade*	3.327.829	2.939.480	-11,67
Ege	*Aegean*	4.293.268	3.878.767	-9,65
İstanbul Atatürk Havalimanı	*Istanbul Atatürk Airport*	1.518.438	1.271.014	-16,29
Mersin	*Mersin*	3.509.193	3.389.099	-3,42
İstanbul Trakya	*Istanbul Thrace*	1.633.496	1.320.836	-19,14
Bursa	*Bursa*	1.934.424	1.746.803	-9,70
Avrupa	*Europe*	2.447.756	2.338.770	-4,45
Antalya	*Antalya*	833.450	682.537	-18,11
Kocaeli	*Kocaeli*	700.819	419.707	-40,11
Kayseri	*Kayseri*	806.459	737.563	-8,54
İzmir	*Izmir*	319.987	242.664	-24,16
Samsun	*Samsun*	111.085	120.920	8,85
Adana-Yumurtalık	*Adana-Yumurtalık*	515.598	570.263	10,60
Gaziantep	*Gaziantep*	134.455	86.296	-35,82
TÜBİTAK-MAM Tek.	*TUBITAK-MAM TECH.*	174.486	76.052	-56,41
Trabzon	*Trabzon*	46.569	375.695	706,75
Denizli	*Denizli*	121.408	61.012	-49,75
Rize	*Rize*	3.522	3.185	-9,56
Mardin	*Mardin*	0	0	0,00
TOPLAM	*TOTAL*	22.432.242	20.260.661	-9,68

YÖNÜ İTİBARİYLE TOPLAM TİCARET HACMİNDEKİ DEĞİŞMELER (1.000 ABD $)
DIRECTIONAL CHANGES IN TOTAL TRADE VOLUME (US $ 1.000)

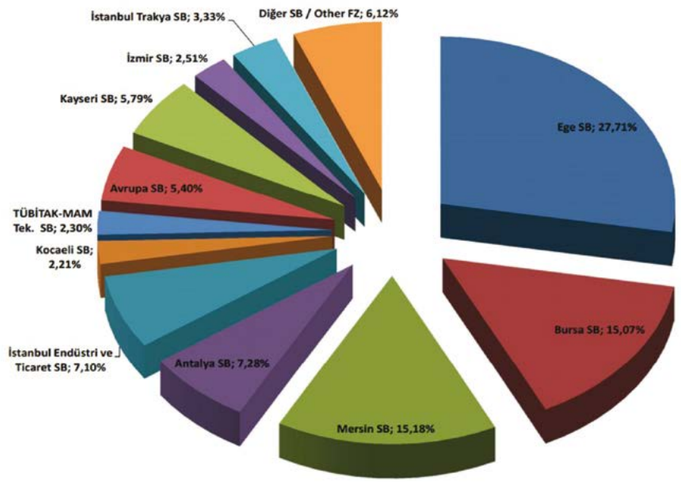
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%
Yurt İçinden Serbest Bölgelere *From Domestic Market To Zones*	2.668.180	11,78	2.971.393	12,89	2.686.929	12,42	2.732.526	12,18
Serbest Bölgelerden Yurt Dışına *From Zones To Third Countries*	6.924.450	30,58	7.070.643	30,67	7.701.394	33,14	7.957.871	35,48
Yurt Dışından Serbest Bölgelere *From Third Countries To Zones*	7.252.802	32,02	7.257.543	31,48	7.490.100	32,23	7.058.603	31,47
Serbest Bölgelerden Yurt İçine *From Zones To Domestic Market*	5.800.743	25,61	5.753.556	24,96	5.161.974	22,21	4.683.242	20,88
TOPLAM / TOTAL	22.646.175	*100,00*	23.053.135	*100,00*	23.240.397	*100,00*	22.432.242	*100,00*

YÖNÜ İTİBARİYLE OCAK-ARALIK DÖNEMİNDE TİCARET HACMİNDEKİ DEĞİŞMELER (1.000 ABD $)
DIRECTIONAL CHANGES IN TRADE VOLUMES DURING JANUARY-DECEMBER PERIOD (US $ 1.000)

	Ocak-Aralık 2014 January-December 2014	Ocak-Aralık 2015 January-December 2015	%
Yurt İçinden Serbest Bölgelere *From Domestic Market To Zones*	2.732.526	2.205.295	-19,29
Serbest Bölgelerden Yurt Dışına *From Zones To Third Countries*	7.957.871	7.493.675	-5,83
Yurt Dışından Serbest Bölgelere *From Third Countries To Zones*	7.058.603	6.549.732	-7,21
Serbest Bölgelerden Yurt İçine *From Zones To Domestic Market*	4.683.242	4.011.960	-14,33
TOPLAM / TOTAL	22.432.242	20.260.661	-9,68

tismanlar, finansal ve pazarlama gibi diğer avantajlara bağlı olarak var olmaktadır.
• Türkiye'deki gerçek ve tüzel kişilerin serbest bölgedeki faaliyetleri sonucu elde ettikleri gelir, kambiyo mevzuatına uygun olarak Türkiye'ye getirildiğinden gelir ve kurumlar vergisinden muaftır.
• Bölgeden elde edilen gelir hiçbir izne ve vergiye bağlı olmadan yurt dışına ya da Türkiye'ye transfer edilebilmektedir.
• Serbest bölgeler gümrük hattı dışında sayıldığından dolayı, serbest bölgelerle Türkiye'nin diğer yerleri arasındaki ticarette dış ticaret rejimi hükümleri uygulanır. Böylece, Türkiye'den serbest bölgeye satılan mallar ihracat rejimine, serbest bölgeden Türkiye'ye satılan mallar ise ithalat rejimine bağlıdır. Serbest bölgeler arasında ve serbest bölge ile diğer ülkeler arasında dış ticaret rejimi hükümleri uygulanmaz. Mallar serbest bölgeden Türkiye dışına ve Türkiye'deki diğer serbest bölgelere ihracat rejimine bağlı olmadan sevk edilir ve ithalat rejimine bağlı olmaksızın serbest bölgeye getirilir. Serbest bölgeden diğer ülkelere Türkiye üzerinden gönderilen mallara, yurt dışından getirilen serbest bölge menşeli malların Türkiye'den geçişi transit rejimine bağlıdır.
• Serbest bölgeye getirilen Türkiye, AB kökenli ya da buralarda serbest dolaşımında olan mallar, serbest dolaşımda bulunma statüsü değişmediği için, Türkiye'ye ya da AB üyesi ülkelere girişte gümrük vergisi ödenmez. Üçüncü ülke kökenli malların serbest bölgeye girişinde ve bunların Türkiye ya da AB üyesi ülkeler dışındaki üçüncü ülkelere gönderilmesi durumunda gümrük vergisi ödenmez. Ancak, serbest bölgelerden Türkiye'ye ya da AB üyesi ülkelere gönderilen serbest dolaşımda olmayan üçüncü ülke kökenli mallar Ortak Gümrük Tarife'si zorunlu olduğundan dolayı belirtilen orandan gümrük vergisi ödenir.
• Sağlanan Teşvik ve avantajlardan, serbest bölgedeki yerli ve yabancı firmalar eşit olarak yararlanırlar.
• Serbest bölgeler "Türkiye – AB Gümrük Birliği Gümrük Bölgesi" dâhilinde sayıldığından, serbest bölgelerden Türkiye yada AB kökenli mallar ile Türkiye'de serbest dolaşımda bulunan ürünler ATR belgesi düzenlenerek AB'ye gönderilebilir. Üçüncü ülke menşeli mallar ise Ortak Gümrük Tarifesi'nde belirtilmiş olan oranında Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü'ne gümrük vergisini ödenerek serbest dolaşıma geçirildikten sonra ATR belgesi düzenlenerek AB'ye sevk edilebilirler.
• Serbest bölgede bulunan mallar süre sınırı olmadan kalabilir.
• Serbest bölge faaliyete geçtikten itibaren 10 yıl süre ile grev ve lokavt uygulanmaz.
• Fiyat, kalite ve standartlarla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına verilen yetkiler serbest bölgelerde uygulanmaz.
• Serbest bölgeden Türkiye'ye yönelik mal satışına (ithalat) ve serbest bölge ile diğer ülkeler arasındaki takas ticaretine kısıtlama getirilmemiştir.
• Faaliyet ruhsatı süresi, işyeri kiralayarak faaliyet gösterecek kiracı kullanıcılar için 10 yıldır. Serbest bölgede kendi işyerlerini inşa etmek için faaliyet gösterecek yatırımcı kullanıcılar ise 20 yıllık faaliyet ruhsatı alabilmektedirler. Ancak bu süre, üretim alanında faaliyet gösterecek kullanıcılardan kiracı kullanıcılar için 15 yıl, yatırımcı kullanıcılar için ise 30 yıldır. Daha uzun süreli faaliyet ruhsatı talepleri olması durumunda, taleplerin proje bazında inceleyip değerlendirdikten sonra uygun görülmesi durumunda, faaliyet ruhsatların süreleri 99 yıla kadar uza bilmektedirler.
• Serbest bölgelerde firmalar diledikleri sürece mallarını gümrük hattı dışında olan depolarda tutabilirler.
• Serbest bölgelerde faaliyette bulunmak isteyen firmalar "Faaliyet Ruhsatı Müracaat Formu"nu doldurarak Dış Ticaret Müsteşarlığı Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü'ne veya Serbest Bölge Müdürlüklerine vermek suretiyle başvururlar. Bunun dışında herhangi bir fizibilite raporu aranmaz.

3.4. Serbest Bölgeler
Kimler İçin Yararlıdır
Serbest Bölgeler, aşağıdaki niteliklere ve ihtiyaçlara sahip olan firmalar ve/veya kuruluşlar için yarar sağlamaktadır;
• Vergi, resim, harç bağışıklığından ve gümrük – kambiyo sorumluluklarında istisnalardan yararlanmak isteyen, bürokratik engellerle çözüm arayan firmalar,
• Büyük ölçüde dış pazarlara yönelik üretimde bulunan firmalar, uygun fiyatlarla hammadde, ara malı ve nihai mal sağlamak isteyen firmalar,
• Hazır alt yapı avantajlarından yararlanmak isteyenler,
• İthal girdi ihtiyacı fazla olan emek yoğun üretim yapan firmalar,
• Avrupa ülkeleri, Orta Doğu, Orta Asya, Türk Cumhuriyetleri ve gerekse Türkiye ile transit ticaret ve takas geliştirmek isteyen firmalar,
• Hizmet sektöründe çalışan ve transit ticaret ile reeksport konularıyla ilgilenen firmalar,
• Konvertibl dövizlerle işlem yapan bankalar, müşavirlik ve sigorta şirketleri.



ÜYELERİMİZE ÖZEL
E-TİCARET
SİTELERİNE ÜYELİKTE
% 80
DEVLET
DESTEĞİ

DETAYLI BİLGİ İÇİN:
www.kto.org.tr
adresini inceleyiniz.

Sayın Üyemiz;

Ekonomi Bakanlığı'nın 2011/1 Sayılı Araştırma ve Pazara Giriş Desteği uyarınca, e-ticaret sitelerine üyelik giderleri, işbirliği kuruluşlarının kendi üyesi şirketleri, toplu olarak Bakanlık tarafından onay verilen e-ticaret sitelerine üye yapmaları halinde %80 oranında desteklenmektedir. Konya Ticaret Odası olarak Bakanlığın bu desteğinden üyelerimizin faydalanması konusunda çalışma yapmaktayız. Bu destek sayesinde siz üyelerimizin B2B sitelerine üyelikte ödeyeceğiniz ücret %20 oranında olacaktır.

1882
KONYA TİCARET ODASI
KONYA CHAMBER OF COMMERCE

Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi Raporu

MAKİNE İMALAT SANAYİ SEKTÖRÜ

Konya Ticaret Odası ve EY Danışmanlık Hizmetleri tarafından yürütülmüş olan "Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi", Konya ilinin ihracat değerini artırmayı, ihracat yapan Konyalı firma sayısının yükselmesini ve de ihracat yapmakta olan firmaların ihracat hacimlerini daha da yukarı çekmelerini amaçlamaktadır. Proje, ekonomik gelişiminde ihracatın önemli bir yere sahip olduğu Konya ili için önem arz etmektedir.

Makine İmalat Sanayi Raporu 9 GTİP kodu üzerinden küresel ve Türkiye dış ticaret görünümü, 2011-2015 yılları arası ithalat ve ihracat istatistikleri ve diğer ikincil kaynaklardan verilere dayanarak yapılan analizleri içermektedir. İlgili alt sektörlerdeki küresel dış ticaret verileri incelendiğinde, sondaj makineleri ile ısıtıcılar & fırınlar alt sektörleri en yüksek dış ticaret hacmine sahip ürün gruplarıdır. Sıvı ambalaj makineleri ve fanlar ürünlerinde ise küresel dış ticaret rakamları artma eğilimindedir.

Küresel makine imalat sektöründe genel anlamda öne çıkan tedarikçiler Almanya, Çin ve İtalya'dır. Diğer yandan en yüksek makine imalat sektörü ithalat değerine sahip ülkeler ABD ve Çin'dir. Ülkelerin küresel dış ticaret pazarında öne çıkmalarındaki en önemli faktör, gelişmiş sanayileri ve yüksek hacimdeki makine üretimleridir.

Makine sektörü içerisindeki payı yaklaşık %1 olan sıvı ve katı ambalaj makineleri, 2015 yılı itibariyle 15,7 Milyar $ dış ticaret hacmine sahiptir. Her iki üründe de Almanya ve İtalya önemli tedarikçiler olurken, ABD ve Çin büyük tüketiciler olarak öne çıkmaktadır. Küresel pazarda en büyük ihracatçının Türkiye olduğu değirmen makineleri yaklaşık 1 Milyar $'lık dış ticaret hacmine sahip olup, en fazla talebi Cezayir, Hindistan ve Bangladeş'ten görmektedir. Hindistan, dökme eşyalar ürününde ise en büyük tedarikçi konumundadır. Küresel seviyede dış ticaret hacmi 3,5 Milyar $ olan ürünün en önemli ithalatçıları Almanya ve ABD'dir.

Analiz edilen ürünlerden metal işleme tezgahının dış ticaret hacmi 2015 yılı itibariyle 9,3 Milyar $ değerindedir. Bununla birlikte, Almanya, İtalya ve Japonya pazardaki en büyük ihracatçılar, Çin, ABD ve Meksika ise en büyük ithalatçılardır. Küresel makine sektörü içerisindeki payı %0,2 olan rektifiye tezgahlarının en büyük ihracatçıları Almanya ve Japonya olurken, ürünü ithal eden başlıca ülkeler ise Çin ve ABD'dir.

> Gelişmiş makine ve/veya makine ürünlerinin kullanıldığı sektörlere sahip olan ülkelerin yanında, sanayi alanındaki yatırımların arttığı gelişmekte olan ülkeler, makine imalat sanayi ürünlerinin ihracatı için yüksek potansiyel vaat etmektedir.

Dış ticaret hacmi 10,6 Milyar $ olan sondaj makinelerini en fazla ihraç eden ülke Çin'dir. Makine sektörünün bir diğer alt grubu olan fanlar, 9,2 Milyar $ hacme ulaşmıştır ve en fazla Almanya ve Çin tarafından ihraç edilmiştir.

Isıtıcılar & fırınlar 10,1 Milyar $'lık dış ticaret hacmine sahip olup, küresel pazara en fazla Çin tarafından tedarik edilmektedir. Bu üç ürün grubunda da ABD en büyük ithalatçı konumundadır.

Rapor kapsamında incelenen ürünlerde 2015 yılındaki ihracatı toplam 1,5 Miyar $ değerine ulaşan Türkiye'nin, son dört yıldaki sıvı ambalaj makinesi ihracatı küresel toplam makine ihracatına oranla altı katı hızlı büyümüştür. Türkiye toplam 35,7 Milyon $ değerindeki ihracatının yaklaşık dörtte birini Cezayir, Kenya ve İran'a gerçekleştirmiştir. Katı ambalaj makinelerinde ise Türkiye aynı dönemde küresel toplam makine ihracatının üzerinde büyüme performansı göstererek ihracat payını arttırmıştır. Toplam 89 Milyon $ değerindeki ihracatının %30'luk kısmını Cezayir, BAE, Irak, Romanya ve İran'a gerçekleştiren Türkiye'nin, ülkelerdeki payında da ağırlıklı olarak büyüme olmuştur.

Türkiye, değirmen makineleri ihracatı ile küresel pazarda lider konumda olup, küresel makine pazarının oldukça üzerinde büyüme performansı sergilemiş ve pazar payını arttırmıştır. Bu üründeki ihracatının yarısını Cezayir, Özbekistan ve Kazakistan'a gerçekleştiren Türkiye; İran, Mısır, Sudan, Kenya, Irak, Kazakistan, Özbekistan ve Cezayir pazarlarında liderdir. Dökme eşya ürününde ise, ihracatın 55%'lik kısmı Almanya ve Birleşik Krallık'a gerçekleştirilmiştir. Pazarda bulunan büyük rakiplerden; Çin ve Hindistan düşük fiyatlarla öne çıkarken, Almanya ve Çek Cumhuriyeti katma değerli ürünler ile küresel pazarda konumlanmıştır.

Son dört yıllık dönemde Türkiye'nin metal işleme tezgahları ihracatı, küresel toplam ihracat artışının üzerinde büyümüştür. Toplam 280 Milyon $ ihracatın dörtte birlik kısmı Almanya, Suudi Arabistan, ABD ve Rusya'ya gerçekleştirilmiş olup Almanya, Suudi Arabistan, Kanada, Çek Cumhuriyeti ve Irak pazarlarına yapılan ihracatta büyüme yaşanmıştır. Küresel rektifiye tezgahları alt sektöründe ise 12,5 Milyon $ değerinde ihracat gerçekleştiren Türkiye, ihracatının yaklaşık üçte birini Almanya, Cezayir, ABD ve Birleşik Krallık'a gerçekleştirmiştir.

Türkiye, sondaj makineleri ihracatının yaklaşık yarısını İtalya'ya gerçekleştirmektedir. Orta Doğu pazarında da etkin olan Türkiye'nin, lider konumda olunan İtalya pazarındaki en önemli rakipleri; Almanya, ABD ve Çin'dir.

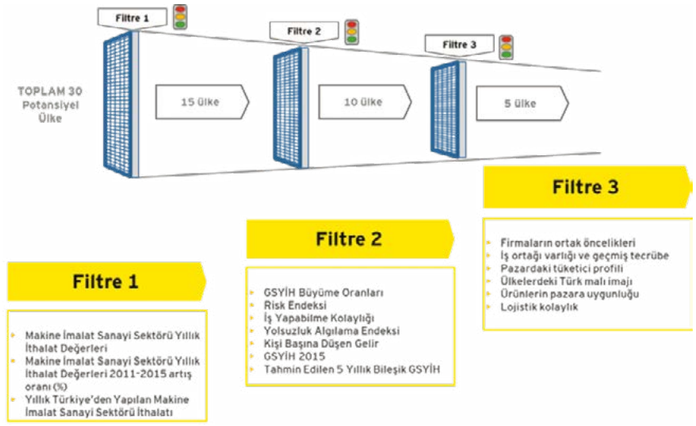
Küresel ihracata paralel şekilde büyüyen Türkiye'nin fanlar ihracatı ağırlıklı olarak Almanya, Polonya, Rusya, Suudi Arabistan ve Türkmenistan'a gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin ısıtıcılar & fırınlar ürün grubundaki 680 Milyon $ değerindeki ihracatının %40'lık kısmı Birleşik Krallık, Fransa, Almanya ve İtalya'ya gerçekleştirilmiştir. Irak ve Kazakistan pazarlarında lider olan Türkiye'nin, İtalya, Polonya ve İspanya pazarlarındaki ihracatı yüksek oranlarda büyümüştür.

Konya'da makine imalat sanayi kapsamında incelenen alt sektörlerden gerçekleştirilen toplam ihracat 2015 yılında 547,5 Milyon $'dır. Bu değer, Konya ilinden yapılan toplam ihracatın %40'ına karşılık gelirken, Orta Doğu ve Avrupa en fazla ihracat yapılan bölgelerdir.

Çalışma kapsamında EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi kullanılarak Konya'da makine imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmalar için beş öncelikli hedef pazar belirlenmiştir. Pazarlar belirlenirken dış ticaret hacimleri ve büyüme oranları, pazarlardaki işleyiş ve rekabet ile firmaların ortak öncelikleri, Konya Ticaret Odası'nın beklentileri ve pazarlardaki tecrübe gibi parametreler kullanılmıştır. Bu pazarlar için ilgili GTİP kodları üzerinden küresel ve Türkiye dış ticaret istatistikleri incelendiğinde, gelişmiş pazarların yanı sıra, hızla gelişmekte olan niş pazarların da önemli dış ticaret fırsatları sunabileceği tespit edilmiştir.

Öncelikli hedef ihracat pazarları analizi ve ihracata yönelik yol haritası raporunda EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi ile otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracat yapabilecekleri beş birincil hedef pazar seçilmiştir. EY Hedef Pazar Belirleme Metodolojisi sonucunda;
1. Cezayir,
2. Avustralya,
3. Kanada,
4. Amerika Birleşik Devletleri ve
5. Özbekistan

Makine İmalat Sanayi sektörü kümesinin öncelikli ihracat pazarları olarak belirlenmiştir.



Rapor kapsamında analiz edilen Cezayir, Avustralya, Kanada, ABD ve Özbekistan pazarlarında öne çıkan bulgular şu şekildedir:
Cezayir'de petrole bağlı ekonomi, siyasi istikrarsızlıklar ve dolar kurundaki dalgalanmalar ekonomik ortamın hareketliliğine sebebiyet vermektedir. Ekonomisi yaklaşık %4 büyüyen Cezayir'in gelecek dönemdeki ekonomik görünümünün pozitif yönlü ilerlemesi beklense de ülkenin genel risk göstergeleri riskli seviyede yer almaktadır. Diğer yandan, petrol dışı sektörlere ve sanayiye yatırımın devam etmesi ile makine imalat sanayi için olumlu bir ortama sahip olan ülkede, Türkiye'nin vergi oranları bakımından herhangi bir avantajı bulunmamaktadır. Afrika bölgesindeki en güçlü ekonomilerden biri olan ve ilgili dokuz ürünü de ithal eden Cezayir'de, rakiplerin genel olarak düşük orta ve yüksek fiyat segmentindeki ürünler ile pazarda yer aldıkları görülmektedir.
Cezayir'e sondaj makineleri hariç analiz edilen tüm ürün gruplarında Türkiye'nin gerçekleştirdiği ihracat artma eğilimindedir. Türkiye, değirmen makineleri ile ısıtıcılar & fırınlar pazarında halihazırda lider konumdadır. Küresel açıdan ise, en fazla ithal edilen ürün ise katı ambalaj makineleridir. Ülkede, hükümet tarafından sanayileşmeye verilen teşvik ve destek programları ile birlikte yerel ekonomide makine imalat sanayiinin kullanım alanları artış göstermiştir. Avustralya, maden ve mineral kaynakları, gelişmiş tarım sektörü ve güçlü sanayileşme seviyesi ile birlikte makine imalat sanayi için büyük potansiyel vaat etmektedir. Ülkenin bu alanlardaki sektörlere yönelik yatırımlarının da devam edeceği öngörülmektedir. Vergi oranlarında ise Serbest Ticaret Anlaşması bulunan ülkeler pazarda etkin konumda yer alırken, Türkiye bu alanda rekabet avantajına sahip değildir. Ekonomisinin büyüme eğilimine sahip olmasının yanı sıra nüfusunda da artış beklenen Avustralya'nın, risk göstergeleri oldukça pozitif bir tablo çizmektedir. Pazardaki rakiplerin fiyat stratejileri üzerinden bir değerlendirme yapıldığında, her segmentten ürünün pazarda talep gördüğü tespit edilmiştir. Avustralya, son dört yıllık dönemde Türkiye'den gerçekleştirdiği sıvı ve katı ambalaj makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar ithalatını artırırken, fanlar ve metal işleme tezgahlarının ithalatını azaltmıştır. Dökme eşya, sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları ürünlerinde ise Türk firmaları pazarda faaliyet göstermemektedir. Pazardaki rakipler genel olarak Asya Pasifik ülkeleri ve ABD'dir. Avustralya, analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde 2015 yılında toplam 1,9 Milyar $'lık ithalat gerçekleştirirken, en fazla ithal ettiği ürün sondaj makineleridir ve bu ürünün ithalatı son dört yıllık dönemde toplam %99 artmıştır. Tüketim açısından küresel seviyede ilk 10'da yer alan Kanada, petrol, madencilik ve imalat sektörü ile öne çıkmaktadır. Genel risk değerleri oldukça pozitif durumda olan Kanada, yatırımcı için de uygun ortam sunmaktadır. Öte yandan, ABD Doları kuru karşısındaki dalgalanmalar sebebiyle kişi başına düşen gelirde düşüş olacağı öngörülmektedir. Kanada'nın petrol başta olmak üzere yine birçok sektördeki faaliyetleri ve ithalatındaki büyüme eğilimleri ihracatçı firmalar için büyük potansiyel oluşturmaktadır. Pazardaki rakiplerin ürün bazlı fiyat stratejileri incelendiğinde genel eğilimin orta ve düşük fiyat segmentinde yoğunlaştığı görülmüştür. Dökme eşya ve ısıtıcılar & fırınlar haricinde hiçbir üründe vergiye tabi tutulmayan Türkiye'nin pazardaki rekabet seviyesi oldukça yüksektir. Türkiye, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları, metal işleme tezgahları ve ısıtıcılar & fırınlar ürünleri ile pazarda yer almakta olup, 2011-2015 yılları arasında ihracatını arttırmıştır. Diğer yandan, NAFTA ile birlikte pazarda gümrük vergisi muafiyeti olan ABD, Kanada'nın makine sektöründeki talebinin yarısından fazlasını karşılamaktadır. Analiz edilen makine imalat sektörü ürünlerinde yaklaşık 2,1 Milyar $'lık ithalat gerçekleştiren Kanada, en fazla fanlar, sondaj makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar ürününü ithal etmiştir. Ülkede değirmen makineleri ithalat pazarının yüksek oranda büyümesi de dikkat çekmektedir.

> Makineler & aksam ve parçaları ürün grubunda pazarda yer alan Konya firmalarının, gelecek dönem için büyüyen pazardaki etkinliğini artıracağı tahmin edilmektedir.

> Makineler & aksam ve parçaları ürün grubunda ABD'ye yüksek değerde ihracat gerçekleştiren Konya'nın demir veya çelikten eşya ürün grubunda da ABD pazarında büyümesi, dökme eşya için pazardaki potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Gelişmiş bir makine endüstrisine sahip olan ve makine imalat sektörüyle ilgili sektörlerin büyüdüğü ABD, zengin yeraltı kaynakları ve ithalat hacmi ile oldukça yüksek potansiyel vaat eden bir pazardır. Büyüyen ABD ekonomisinden kişi başına düşen gelirin de pozitif yönde etkilenmesi beklenmektedir. Ayrıca, pazardaki rakiplerin orta ve düşük fiyat segmentindeki ürünlerde konumlandığı göze çarpmıştır.
Türkiye, gümrük vergisinden muaf olduğu pazarda oldukça avantajlı konumda olup, incelenen birçok üründe ABD'ye ihracat değerini artırmıştır. Fanlar, sıvı ve katı ambalaj makineleri, rektifiye tezgahları ve ısıtıcılar & fırınlar, Türkiye'nin ihracatının son dört yıllık dönemde artış gösterdiği ürün gruplarıdır. ABD, analiz edilen ürün gruplarında yaklaşık 7,3 Milyar $'lık ithalat gerçekleştirmiştir. Fanlar ve ısıtıcılar & fırınlar ürünlerinde 1 Milyar $'ın üzerinde ithalat yapan ülkenin, fanlar, değirmen makineleri ve metal işleme tezgahlarındaki küresel ithalatı yüksek oranda büyümüştür. Pazardaki en büyük rakipler AB ülkeleri, Asya Pasifik ülkeleri ve ABD'nin komşuları olan Kanada ve Meksika'dır.
Özbekistan ekonomisinde, yeraltı kaynakları ve tarım önemli bir yer kaplamaktadır. %8 büyüyen ülke ekonomisinin gelecek dönemde büyüme hızının düşmesi beklense de, kişi başına düşen gelirdeki artış, ithalat değerlerine olumlu yansıyacaktır. Özbekistan, özellikle son dönemde tarım alanında gerçekleştirdiği yatırımlar başta olmak üzere, petrol, doğalgaz gibi makine imalat sanayinin odağındaki alt sektörler için uygun bir yatırım ortamı sunmaktadır. İncelenen ürünler kapsamında genel bir artış eğilimine sahip olan ülkede, yabancı yatırımı destekleyen politikalar izlenmekte ve ithalata bağımlı bir yapı bulunmaktadır. İlgili ürünler için pazarda faaliyet gösteren firmaların her segmentten ürün taleplerinin olduğu tespit edilmiştir.
Özbekistan'a, son dört yıllık dönemde fanlar, sıvı ve katı ambalaj makineleri, sondaj makineleri, değirmen makineleri, rektifiye tezgahları ürünlerinde Türkiye'den gerçekleştirilen ihracatta artış görülmüştür. Ek olarak, değirmen makineleri ve ısıtıcılar & fırınlar pazarlarında Türkiye lider konumdadır. Pazarda, Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri ve AB ülkeleri en önemli rakiplerdir. Özbekistan'ın, analiz edilen ürünlerdeki küresel ithalatı 140 Milyon $'ın üzerinde olup, sondaj makineleri ve rektifiye tezgahları haricinde tüm ürünlerin ithalatı artmıştır. En fazla ithal edilen ürün ise, değirmen makineleridir.
EY Danışmanlık Hizmetleri'nin hazırlamış olduğu "Küresel Sektör Eğilimleri ve Öncelikli Hedef Pazarlar Analizi", dış ticaret ve makroekonomik veriler, büyüme tahminleri, hedef ülkelerin yapısı ve barındırdığı avantajlar gibi pazarlarda firmalara katkı sağlayacak bilgileri içermektedir. Bu raporla hem Konya'nın Türkiye ihracatı içerisindeki payının arttırılması, hem de Konya'daki firmaların küresel seviyedeki rekabetçiliğine katkı sağlanması hedeflenmektedir. Sonuç olarak, makine imalat sektöründe farklı gelişmişlik seviyelerine ve hacimlere sahip pazarlarda, farklı stratejiler ile faaliyetler daha da geliştirilebilecektir.

KTO MECLİS VE MESLEK KOMİTESİ ÜYELERİMİZİ TANIYORUZ

Abdullah BALTACI

Komitesi: 43
Komitedeki Görevi: Komite Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Yapı Kooperatiflerinin Faaliyetleri
Firma İsmi: S.S. Karahüyük K.Y.K.

1980 Konya doğumluyum. 1997 Konya Ticaret Lisesi mezunuyum. 2007'den beri KSMMMO üyesiyim ve 2010 yılından bu yana Mali Müşavirlik yapmaktayım. 2016 yılından bu yana ise S.S. Karahüyük K.Y.K. Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yürütmekteyim. Evli ve 2 çocuk babasıyım.

Mehmet TEKİN

Komitesi: 45
Komitedeki Görevi: Komite Başkan Yrd. – Meclis Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Boya ve malzemeleri imalatı,toptan-perakende ticareti
Firma İsmi: Mehmet Tekin - Gardenya Boya

Derbent ilçesi, 1963 doğumluyum. Evliyim, üçü kız biri oğlan dört çocuk babasıyım. Derbent Lisesi mezunuyum. 1938 yılında Diyarbakır Kır Havacı Muhafız bölüğünde Erbaşı olarak askerliğimi yaptım. Derbent Belediye Meclis Üyeliği ve AK Parti İlçe Başkanlığı ve İl yönetiminde aktif görevdeyim. Konya Karatay'da inşaat boyaları alanında üretim yapmaktayım. Derbentte de meyvecilik ve çiftçilik işleri yapıyorum.

Mehmet GÖRÜR

Komitesi: 23
Komitedeki Görevi: Komite Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Kağıt, karton, mukavva ve ürün. ile basım-yayın ürün. imalatı, toptan perakende ticareti, matbaacılık ve yayın hizm.
Firma İsmi: Görürler Kağıtçılık Matbaa Ambalaj Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi

1963 Konya doğumluyum. Eğitimimi Konya'da tamamladım. 1975 yılında matbaacılık sektörüne başladım. 1995 yılında ise kağıtçılık işi ve matbaa malzemeleri ile ikinci el matbaa makineleri ticareti yaptım. Şimdi kağıt ve karton ebatlama işi yapmaktayım. Evli ve 3 çocuk babasıyım.

Mehmet Ali ÇELİK

Komitesi: 18
Komitedeki Görevi: Meclis Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Mobilya imalatı ve mobilya ile halı toptan-perakende ticareti
Firma İsmi: Kale Pazarlama Dayanıklı Tüketim Malları Satış Sonrası Servis Hizmetleri Tarım Otomotiv Nakliyat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

1960 Konya doğumluyum. İlk, orta ve Meslek Lisesini Konya'da bitirdikten sonra yüksek tahsilimi Bursa'da Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. Ekonomi bölümünde tamamladım. Yüksek öğrenim hayatımı Bursa'da tekstil sektöründe çalışarak geçirdim. Ailemin ısrarı üzerine okulum bittikten sonra işimi tasfiye ederek Konya'ya döndüm. Kısa dönem askerliğimi bitirdikten sonra aile şirketimizde ticari faaliyetimi devam ettiriyorum. Sosyal sorumluluk projelerinde de Konya'da birçok projede katkımız bulunmaktadır. Halen Konya Ticaret Odası Meclis Üyeliği ve Konya Platformu Derneği Başkanlığını yürütüyorum. Evli, üç çocuk babasıyım.

Mustafa KARAMERCAN

Komitesi: 64
Komitedeki Görevi: Meclis Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Yiyecek ve içecek hizmetleri
Firma İsmi: Cemo Lokantacılık Turizm Ve Nakliyat Limited Şirketi

1960 Konya merkez doğumluyum. Aslen Sarayönü ilçesindenim. İlkokulu, Akşam Ortaokulu ve Akşam Lisesini Konya'da tamamladım. 1972 Yılında eczacı kalfası olarak işe başladım. 1984 yılında kardeşim Usta ile beraber kendi işimiz olan lokantacılık hizmetini yapmaya başladık. Cemo Restoranlarının sahibiyim. Sosyal bir kişiliğim olduğu için Konya Ticaret Odası'nda iyi bir yerlere gelmesi için çalışmalarımı sürdürmekteyim. Birçok dernekte dernek başkanlığı ve dernek üyeliği görevi almaktayım. Spor faaliyetlerim devam etmektedir, Tekvando Federasyonunda yönetimde 2 yıl hizmetim oldu. Evli, üç çocuk babasıyım.

Mehmet ÇOLAK

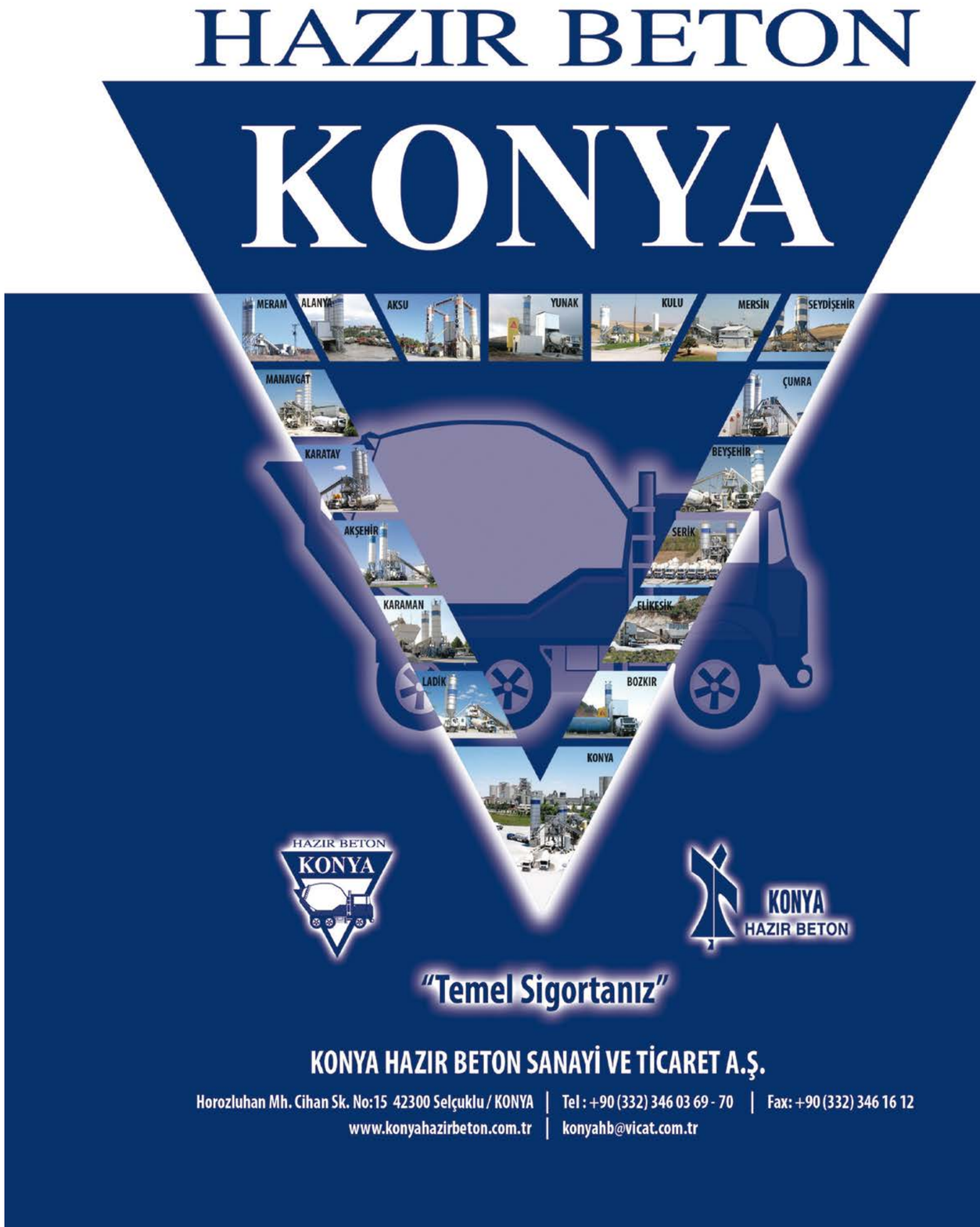
Komitesi: 55
Komitedeki Görevi: Meclis Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Motorlu taşıt parçaları ve aksesuarları toptan-perakende ticareti
Firma İsmi: Selamoğulları Otomotiv Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

1973 yılında Konya'nın Çumra ilçesinde doğdum. Eğitimim; Zafer İlkokulu (1981-1986), Mevlana Ortaokulu (1986-1988), Meram Ticaret Lisesi (1989-1991) ve halen Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi 4. Sınıf öğrencisiyim. 1989 yılında iş hayatına başladım. Muhasebe, pazarlama ve finans departmanlarında olmak üzere Selamoğulları Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve aynı gruba bağlı Anka Kalıp ve Üretin Sanayi A.Ş. firmaları çalışanıyım. Halen bu firmaların yöneticiliğini yapmaktayım. Evli, üç erkek babasıyım.

Faruk SOYDEMİR

Komitesi: 52
Komitedeki Görevi: Komite Üyesi
Komite Faaliyet Konusu: Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı
Firma İsmi: Motus Otomotiv Makina Ve Metalürji Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi

1969 Ermenek doğumlu. Eğitimini Konya Gazi Lisesinde tamamladı. Ermenek'te madenci bir ailenin 3'ncü çocuğu olarak dünyaya geldi. Öğrenim hayatını Ermenek ve Konya'da tamamladı. Ticarete, kardeşleri gibi küçük yaşta babası ve kardeşleriyle birlikte kent merkezinde üç tekerlekli arabayla sebze meyve satıcılığı yaparak başlayan Faruk Soydemir, 1987 yılında kömür sektörüne girdi. Konya Kömürcüler Sitesi'nde dükkan açan Faruk Soydemir, işini zaman içinde daha da büyüterek,2000 yılında ithal kömür toptancılığı yapmaya başladı, Türkiye genelinde bayi ağı kurarak, tanınan bir kömür dağıtımcısı oldu. Yeni arayışlar içine giren ve üretime yönelen Faruk Soydemir kardeşleri ile , son 8 yıl içinde Motus Grup bünyesine döküm malzemeleri ve otomobil yan sanayi ürünleri üreten 2 ayrı fabrikanın da sahibi oldu. Evli ve 5 çocuk babası olan Faruk Soydemir yabancı dil olarak da İngilizce bilmektedir.



Erkan Yılmaz
KTO - KOSGEB

NİTELİKLİ ELEMAN

İSTİHDAM DESTEĞİ

Ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek üzere, işletmelerde çalışacak yükseköğretim kurumundan mezunlar için verilen destektir.

Destek Unsurları

• Bu destek, işletmede son 12 (on iki) ay içinde istihdam edilmemiş yükseköğretim kurumundan mezun ve işletmede tam zamanlı olarak çalışacak eleman için verilir.

• İşletme, destek üst limiti dâhilinde aynı anda en fazla 2 (iki) eleman için bu destekten yararlanabilir.

• Başka kurum/kuruluşlardan vergi, sosyal güvenlik primi vb. yasal yükümlülükler hariç olmak üzere herhangi bir isim altında destek alınan elemanlar ile emekliler, yabancı uyruklular, işletme sahibi veya ortakları ile bunların anne, baba, kardeş, eş ve çocukları bu destek kapsamında istihdam edilemez.

• Başvuru tarihi esas alınarak her bir elemana verilecek desteğin aylık üst limiti; 2 yıllık meslek yüksekokulu mezunları için 1.500 TL, 4 yıllık yüksekokul veya fakülte mezunları için 2.000 TL, Yüksek Lisans ve üzeri dereceden mezunlar için 2.500 TL'dir. Ayrıca istihdam edilecek elemanın; şirket sözleşmesi ile şirketin yönetimi ve temsili için görevlendirilmiş, kadın veya başvuru tarihi itibariyle 30 (otuz) yaşından gün almamış olması halinde bu limitlere 1.000 (bin) TL ilave edilir.

• Destek, istihdam edilecek her bir eleman için net ücret üzerinden hesaplanır ve asgari geçim indirimi, ikramiye, prim vb. ek ödemeler net ücrete dâhil edilmez.

• Destek kapsamında istihdam edilecek nitelikli elemanın, destek başvuru tarihinden önceki son 30 (otuz) gün içinde istihdam edilmiş olması veya başvurunun kabul edildiği tarihten itibaren en geç 45 (kırk beş) gün içinde istihdam edilmesi gerekir. 45 (kırk beş) gün içinde elemanın işe başlatılmaması durumunda destek kararı iptal edilmiş sayılır.

• Uygulama Birimi tarafından nitelikli elemana ilişkin gerekli sorgulamalar Sosyal Güvenlik Kurumunun ilgili web sayfasından yapılır.

• Askerlik, doğum gibi sebeplerle işten ayrılan ve daha önce Nitelikli Eleman İstihdam Desteği kapsamında istihdam edilmiş olan elemanın yeniden aynı işyerinde işe başlaması halinde yeni destek başvurusu yapılması şartı ile bu Program kapsamında kalan üst limit kadar destek verilebilir.

• Nitelikli elemanın; işten çıkarılması, kendi isteği ile işten ayrılması veya şirketin yönetim ve temsil yetkisini kaybetmesi durumunda, İşletme ilgili Uygulama Birimine bilgi verir ve elemana ilişkin destek süreci sonlandırılır.

• İlk aya ilişkin destek ödeme tutarı hesaplamasında Uygulama Biriminin destek başvurusuna uygunluk verdiği tarih esas alınır.

• Program süresince desteğin üst limiti 50.000 TL'dir

Programdan yararlanma koşulu ve kabul süreci

• Programdan yararlanmak isteyen işletmenin, Türk Ticaret Kanununda tanımlı gerçek veya tüzel kişi statüsünde olması, KOSGEB Veri Tabanında kayıtlı ve aktif durumda olması esastır.

• İşletme ve Kurum/Kuruluşlar, KOSGEB Veri Tabanına Kayıt Sürecine İlişkin Usul ve Esaslar çerçevesinde, www.kosgeb.gov.tr internet adresinden KOSGEB Veri Tabanına kaydını yapar.

• İşletmenin desteklerden faydalanabilmesi için KOBİ Bilgi Beyannamesinin güncel olması gerekmektedir.

• KOSGEB Veri Tabanında yer alan ve Programdan yararlanmak isteyen işletme, Genel Destek Programı Başvuru Formunu www.kosgeb.gov.tr internet adresinden elektronik ortamda doldurup çıktısını alarak ilgili Uygulama Birimine başvuru yapar.

• Uygulama Birimi, işletmenin KOBİ Bilgi Beyannamesine ve aktif/pasif durumuna göre başvuruyu inceler. Başvurusu kabul edilen işletmeden taahhütname alınır.

• Taahhütnamenin Uygulama Biriminde kayda alındığı tarih, Programın başlangıç tarihi olarak kabul edilir.

• Uygulama Birimine ilk defa başvuruda bulunan her işletme için "Başvuru ve Uygulama Dosyası" açılır ve işletme ile ilgili her türlü belge bu dosyada muhafaza edilir. Bu dosyanın açılmasından sonra, Programla ilgili olarak işletmelerden alınmış belgelerden dosyada güncel olanlar tekrar istenmez.

Programın süresi

• Programın süresi, her bir işletme için 3 (üç) yıldır. Bu süre bitmeden Program tamamlanmış sayılmaz. Üç yıllık Program süresi tamamlandıktan sonra, işletmenin talebi halinde Program yeniden başlatılabilir. Bu durumda önceki Program kapsamında işletmeye kullandırılan destek miktarları dikkate alınmaz.

Program kapsamındaki desteklerin üst limit ve oranları

• Program kapsamında sağlanacak desteklerin oranı 1. bölgede % 50 (elli), 2. , 3. ve 4. bölgelerde % 60 (altmış), 5. ve 6. bölgelerde % 70 (yetmiş) olarak uygulanır(Konya 2. Bölgededir).

SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI
(YÜRÜRLÜKTE BULUNAN SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI)

MORİTYUS

(Milyon Dolar)	İhracat	Değişim (%)	İthalat	Değişim (%)	Denge
2013	40,3	13	7,8	26	32,5
2014	37,8	-6	7,9	2	29,8
2015	34,3	-9	6,7	-15	27,6

Anlaşma Kapsamı

Türkiye-Morityus Serbest Ticaret Anlaşması (STA) aşağıdaki hususlarda düzenlemeler içermektedir.

• Gümrük vergileri, miktar kısıtlamaları ve eş etkili vergi ve önlemlerin kaldırılması
• Tarım ürünlerinde taviz değişimi
• Sağlık ve bitki sağlığı önlemleri
• Ticarette teknik engeller
• Fikri, sınai ve ticari mülkiyet hakları
• Menşe kuralları
• Dâhili vergilendirme
• Damping
• Korunma önlemleri
• Ödemeler dengesi önlemleri

Sanayi Ürünleri Gümrük Vergisi Düzenlemesi

• Türkiye tarafından, STA'nın Ek III'ünde belirtilen bazı konfeksiyon ve ayakkabı ürünleri hariç olmak üzere Morityus menşeli sanayi mallarının ülkemize ithalatında uygulanan gümrük vergileri Anlaşma'nın yürürlüğe girişi ile birlikte kaldırılmıştır. Söz konusu konfeksiyon ve ayakkabı ürünlerine Türkiye'nin uyguladığı gümrük vergileri ise Anlaşmanın yürürlüğe girmesinden itibaren 4 yıl içinde aşamalı olarak sıfırlanacaktır.

• Morityus tarafından, 6'lı tarife pozisyonu bazında, Türkiye menşeli 1.182 sanayi ürününe ithalatta uygulanan gümrük vergileri STA'nın yürürlüğe girmesiyle sıfırlanmış olup, 2.101 üründe 1 Ocak 2017 tarihinde, 945 üründe ise 1 Ocak 2022 tarihinde kaldırılacaktır. Bu suretle, indirim takvimleri sonunda sanayi ürünlerinde Türkiye pazarı Morityus'a tamamen; Morityus pazarının ise %98'i ülkemize açılacaktır.

Tarım Ürünleri Gümrük Vergisi Düzenlemesi

• Ülkemizin tarım ürünlerindeki hassasiyeti göz önünde tutularak, Türkiye tarafından, belirli sayıda Morityus menşeli tarım ürünü için belirli kotalar kapsamında gümrük vergisi indirimi yapılacaktır.

• Morityus tarafından, 6'lı tarife pozisyonu bazında, Türkiye menşeli 392 ürünün Morityus'a ithalatında uygulanan gümrük vergileri Anlaşma'nın yürürlüğe girdiği tarihte sıfırlanmış olup, 145 üründe 1 Ocak 2017 tarihinde, 94 üründe ise 1 Ocak 2022 tarihinde kaldırılacaktır. Bu itibarla, Morityus tarafınca tarım ürünlerinde tarife satırı bazında ülkemize sağlanan liberalizasyon oranı indirim takvimleri sonunda %87 olacaktır.

TÜRKİYE-DÜNYA İŞ KONSEYLERİ (Avrupa İş Konseyleri)

Türkiye – Yunanistan İş Konseyi

Kuruluş Yılı: 1988
Türk Tarafı Başkan Vekili: Tevfik Bilgen
Firma ve Ünvanı: Bilgen Dış Ticaret Ltd. Şti., Genel Müdür
Karşı Kanat Kuruluşu: Yunan-Türk İşbirliği Konseyi ve Yunanistan Girişimciler Federasyonu (SEV)
Karşı Kanat Başkanı: Dimitris Papanicolaou
Firma ve Ünvanı: 1988 yılında Atina'da imzalanan anlaşma ile kurulan DEİK/Türkiye-Yunanistan İş Konseyi, ilk yıllarında Atina Ticaret ve Sanayi Odası ile başlayan işbirliğine Helenik Girişimciler Federasyonu (SEV) ile devam etmiştir.
İş Konseyi bünyesinde iki ülke ilişkilerinin gelişimine katkıda bulunması amacıyla bankacılık ,borsa, çevre, denizcilik, inşaat, KOBİ, sanayi ve ticaret, sigorta ve turizm gibi birçok sektörde iki ülke arasında işbirliğini geliştirme ve ortak projelerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Önümüzdeki dönemde, iki ülke iş dünyasının sektör ve proje bazlı bir araya gelmelerini teminen toplantılar düzenlenmesi hedeflenmektedir.
İkili ekonomik ilişkileri gelinen noktadan daha ileriye götürme isteği ve faaliyetlerini daha geniş kitlelere yaymak amacı ile bölgesel ziyaretler düzenlenmektedir.

KAYNAK: http://www.deik.org.tr

KBGSYİH ($)
1,064 (2015-IMF)

GSYİH (Milyon $)
14.269 (2015-IMF)

Nüfus
13.407.000
(2015-IMF)

Büyüme Oranı (%)
%1,5 (2015-IMF)

Başkent
Harare

Yüzölçümü (km²)
390.580

ZİMBABVE

Zimbabve Cumhuriyeti, Afrika kıtasının güneyinde; Mozambik, Zambiya, Botsvana ve Güney Afrika Cumhuriyeti ile çevrelenmiş denize kıyısı olmayan bir ülkedir. Ülkenin güneyinde Limpopo Nehri bulunmakta olup, kuzeyini çevreleyen Zambezi Nehri ise Zambiya ile doğal sınırını oluşturmaktadır. Zambezi nehiri üzerinde bulunan Viktorya Şelalesi dünyanın en büyük şelalesini oluşturmaktadır.

Zimbabve Cumhuriyeti 18 Eylül 1980 yılında İngiltere'den bağımsızlığını almış olup, 1980'den beri Birleşmiş Milletler'in üyesidir. Ülke 8 eyalet (Manicaland, Mashonaland Central, Mashonaland East, Mashonaland West, Masvingo, Matabeleland North, Matabeleland South, Midlands) ve 2 eyalet statüsünde şehir (Bulawayo ve Harare) olmak üzere idari bakımdan 10 bölgeye ayrılmıştır. Ülkede Temsilciler Meclisi ve Senato'dan oluşan iki meclisli bir parlamenter sistem bulunmaktadır. Ülke, 1987 yılından bu yana Robert Gabriel Mugabe tarafından yönetilmektedir.

Yaklaşık 14,2 milyon nüfusa sahip olan ülkenin resmi dili İngilizce olmakla birlikte; Shona ve Ndebele gibi yerel dilleri de konuşulmaktadır. Nüfusun %99,4'ü bu iki etnik grupa mensuptur. Nüfusun yarısı Sinkretik (Hristiyanlık ile yerel inançların bağdaştırılması), %25'i Hristiyan, %24'ü de diğer yerel inançlara bağlı kesimden oluşmaktadır. Ülkede kentleşme oranı oldukça düşük olup nüfusun yalnızca %32'si şehirlerde yaşamaktadır. En önemli kentleri; başkent Harare, Bulawayo, Chitungwiza ve Gweru'dur.

Genel Ekonomik Durum

2009 yılına kadar kötü bir dönemden geçen Zimbabve ekonomisi, 2010 yılından itibaren büyüme kaydetmektedir. Yurt dışında çalışan ve sayıları 3,5 milyonu bulan Zimbabveli işçilerin gelirleri ülke ekonomisi açısından oldukça önemlidir. Zimbabve'de son dönemde ekonomik büyüme kaydetmesine rağmen yine de ekonominin kırılgan yapısı devam etmektedir. Kırılgan yapıya sebep olan en önemli etkenlerden başlıcaları, siyasi belirsizlik, sürdürülemeyen dış borç yükü, likidite zorlukları, eski teknoloji ve makinelerle faaliyet gösteren sektörler, altyapı eksiklikleri ile yetersiz enerji ve su arzıdır.

Ekonomi Politikaları: Zimbabve içinde bulunduğu ekonomik ve mali sorunlar sebebiyle uzun yıllardan beri IMF'nin programlarını takip etmektedir. 2009 yılına kadar olan dönemde özellikle Kongo'da yaşanan savaş Zimbabve ekonomisini de olumsuz etkilemiş, reel GSYİH yarı yarıya azalmıştır. Toprak reformu sonucu tarım alanlarının daralması, ülkeye döviz kazandıran ve istihdam yaratan başlıca sektör olan tarım sektörünü de olumsuz yönde etkilemiş ve Zimbabve'yi net tarım ithalatçısı bir ülke haline getirmiştir.

Ekonomik Performans

Ekonomik büyümenin hükümetin 2013 yılı sonunda açıkladığı 5 yıllık Sürdürülebilir Sosyoekonomik Dönüşüm Planındaki tahminlerin altında gerçekleşeceği beklenmektedir. Nitekim söz konusu planda tarım, madencilik, ulaştırma, bilgi ve iletişim teknolojileri ve altyapı gibi sektörlerde hızlı gelişim beklenmekte ve 2019 yılı için %9,9 ekonomik büyüme öngörülmüştür. Yabancı yatırımların azalması, rekabetin zayıflığı, limitli enerji arzı, El Nino ve kuraklık sebebiyle tarımsal üretimin azalması, madencilik ve imalat sanayi sektörlerindeki yavaşlama sebebiyle 2016 yılında %2,4 büyüme beklenmektedir. İlerleyen yıllarda da tütün, elmas, platin ve altın gibi emtiaların fiyatları ile inşaat, altyapı, imalat, madencilik sektörleri, seçim ortamı ve yabancı yatırımlar ekonomik büyümeyi belirleyen faktörler olacaktır. Yapılan tahminlerde kişi başı gelir seviyesinin eski düzeyine gelebilmesi için ülke ekonomisinin 2020 yılına kadar yıllık %5 büyümesi gerekmektedir. Ancak gerçekte bu oranın %2'yi geçemeyeceği tahmin edilmektedir.

Yıllara Göre Zimbabve'nin Dış Ticareti (Milyon Dolar)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
İhracat	3.308	1.694	2.269	3.199	3.512	3.882	3.507	3.064	2.704
İthalat	3.442	2.832	3.527	5.852	8.599	7.363	7.704	6.380	6.002
Denge	-134	-1.138	-1.258	-2.653	-5.087	-3.481	-4.197	-3.316	-3.298
Hacim	6.750	4.526	5.796	9.051	12.111	11.245	11.211	9.444	8.706

Kaynak: ITC Trademap

Türkiye-Zimbabve Dış Ticareti (1000 Dolar)

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2002	691	4.727	5.418	-4.037
2003	172	16.925	17.096	-16.753
2004	328	41.048	41.376	-40.719
2005	696	11.358	12.054	-10.661
2006	1.361	5.709	7.071	-4.348
2007	1.550	22.478	24.028	-20.928
2008	1.243	27.992	29.235	-26.749
2009	838	3.156	3.993	-2.318
2010	2.247	6.549	8.796	-4.302
2011	5.380	5.768	11.148	-389
2012	8.435	7.930	16.365	505
2013	7.831	16.594	24.425	-8.763
2014	4.924	9.218	14.142	-4.294
2015	4.385	4.844	9.229	-458
2016	4.632	11.925	16.558	-7.293

Kaynak: TÜİK,16.02.2017

Dış Ticaret

Zimbabve'nin dış ticareti yıllar itibarıyla incelendiğinde ülke ihracatının 2012 yılından bu yana azalmakta olduğu ve 2015 yılında 2,7 milyar dolara kadar gerilediği; aynı yıl ithalatın %6 düşüşle 6 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Ülkenin dış ticaret açığı 3,3 milyar Dolar olup, dış ticaret hacmi 8,7 milyar dolardır.

Zimbabve'nin ihracatında tarım ürünleri, mineral ve maden cevherleri gibi hammadde niteliğindeki kaynak ürünlerin önemli yer tuttuğu görülmektedir. Ülkenin en önemli ihraç kalemi %32 pay ile tütündür. Altın, nikel cevheri, elmas, ferro alyajlar, şeker, pamuk, elektrik enerjisi ve platin ise ülkenin 2015 yılı ihracatında önde gelen diğer başlıca ürünlerdir.

2015 yılında Zimbabve'nin toplam ithalatının %25'ini işlenmiş petrol ürünleri, %17'sini ise tarım ve gıda sanayi ürünleri oluşturmuştur. İlaç, mısır, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, telefon cihazları, binek otomobilleri, pirinç, soya yağı ve bugday ise ülkenin aynı yıl ithal ettiği diğer başlıca ürünlerdir.

Zimbabve'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler GAC (%71,1 pay), Mozambik (%15,1), BAE (%5,5) ve Zambiya'dır

Türkiye'nin Zimbabve'ye İhracatında Başlıca Ürünler (1000 Dolar)

GTİP	ÜRÜN ADI	2014	2015	2016
	GENEL TOPLAM	4.924	4.385	4.632
'8701	Traktörler	261	310	795
'8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama, eleme, tasnif, ayırma, yıkama, kırma, öğütme, yoğurma, kalıplama vb. Makinaları	0	15	356
'1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	184	286	288
'3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	143	313	200
'9032	Diğer	11	0	200
'7606	Aluminyum saclar, levhalar, şeritler (kalınlığı 0,2 mm. yi geçenler)	0	0	185
'8708	Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar	76	82	175
'9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	117	44	140
'6204	Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.(yüzme kıyafetleri hariç)	99	117	136
'3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	0	61	125
'8437	Tohum, hububat, kuru baklagilleri temizleme, tasnif etme ayıklama ve öğütmeye mahsus makina ve cihazlar	0	2	118
'4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	53	27	108
'9619	Hijyenik havlular ve tamponlar, bebek bezleri ve benzeri hijyenik eşya	1951	875	94
'5509	Sentetik devamsız lifden iplik (dikiş ipliği hariç) (toptan)	0	57	89
'1905	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer ekmekçi mamüller, hosti, boş ilaç kapsülü mühür güllacı, pirinç kağıdı vb	4	75	84
'5402	Sentetik filament iplikleri (dikiş ipliği hariç) (perakende olarak satılacak hale getirilmemiş)	0	21	71
'7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	0	0	56
'8483	Transmisyon milleri, kranklar; yatak kovanları ve mil yatakları; dişliler ve sistemleri;vidalar;dişli kutuları volan vb	21	8	56
'3919	Plastikten kendinden yapışkan levha, plaka, bandlar, şerit, film, folye ve diğer yassı şekiller	0	0	52
'8465	Ağaç, mantar,kemik,sert kauçuk, sert plastik maddeler vb sert maddeleri işl. mahsus makinalar (çivi çakma, zımbalama vb)	0	0	43
'6203	Erkekler ve erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şort (yüzme kıyafeti hariç)	114	28	41
'7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	5	0	40
'8467	El ile kullanılan, pnömatik ,hidrolik veya elektrikli ya da elektriksiz kendinden motorlu olan aletler	1	13	40
'8431	Özellikle 84.25 ila 84.30 pozisyonlarındaki makina ve cihazlar ile birlikte kullanılmaya elverişli aksam ve parçalar	6	0	39
'8430	Toprak, maden, cevher kazıma, taşıma, ayırma, seçme makinaları, kazık varyoşları, kar küreyici ve püskürtücü, vb makine	8	0	36
'8538	Esas itibariyle 85.35, 85.36 veya 85.37 pozisyonlarında yer alan cihazlarda kullanılmaya uygun aksam ve parçalar	33	6	36
'6811	Amyantlı çimentodan, selülozlu çimentodan ve benzerlerinden eşya	0	0	35
'8419	Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar, elektrikli olmayan şofbenler veya depolu su ısıtıcıları	25	21	35
'3405	Ayakkabı, mobilya, döşeme, otomobil karoseri, cam veya metal boya ve cilaları, temizleme pat ve tozları, vb Müstahzarlar	26	59	33
'4418	Ağaçtan bina ve inşaat için marangozluk, mamülleri, doğrama parçaları	0	0	32

(%3,4). Zimbabve ve Türkiye istatistikleri arasında uyumsuzluk vardır. Nitekim Zimbabve'nin açıkladığı 2015 yılı verilerine göre Zimbabve Türkiye'ye ihracat gerçekleştirmemiştir. Ancak aynı yıl Türkiye'nin açıkladığı verilere göre, Türkiye Zimbabve'den 4,8 milyon dolar ithalat gerçekleştirmiştir.
Zimbabve'nin ithalatında Güney Afrika Cumhuriyeti %38,4 pay ile yine ilk sırada yer alırken; Singapur (%22,3), Çin (%7,6), Zambiya (%4,6), Hindistan (%4), Mozambik (%2,8) ve Japonya (%2,2) ülkenin diğer önemli tedarikçileridir. Zimbabve'nin açıkladığı 2015 yılı verilerine göre Zimbabve Türkiye'den 2,8 milyon ABD Doları ithalat gerçekleştirmiş ve Türkiye Zimbabve'nin ithalatında %0,05 pay ile 48. sırada yer almıştır. Türkiye'nin açıkladığı verilere göre ise Türkiye 2015 yılında Zimbabve'ye 4,4 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir.

Dış Ticaret Politikası: Dış ticarette ithalat ve ihracat açısından ayrımcı bir politika bulunmamakla birlikte devlet tarafından özellikle yatırımlar anlamında ihracata yönelik projelere öncelik verilmektedir. Ülkeye ithal edilen birçok mal için gümrük vergisi ve katma değer vergisinin dışında bazı ilave vergiler tahakkuk ettirilebilmektedir. Gümrük tarife oranları en yüksek %110 düzeyindedir. Özellikle 2009 yılından itibaren bölgesel ve uluslararası uygulamalara uyum anlamında gümrük vergilerinde indirimler yapılmıştır. Gümrük değerlemesi için GATT kuralları uygulanmaktadır. Ayrıca 2009 yılından itibaren çoklu para biriminin kabul edilmesiyle de cari hesaplar için uygulanan döviz denetimi uygulamasına son verilmiştir.
Tarife Dışı Engeller ve Anti-Damping Uygulamaları : Zimbabve tarafından geniş kapsamlı olarak uygulanan bir tarife dışı engel bulunmamaktadır. Ancak 2010 ve 2011 yıllarında et ve et ürünleri ithalatında tüketicileri ve yerel üreticileri koruma amacıyla bir takım geçici veya kısmi yasaklar uygulanmaya başlamıştır. Ayrıca nükleer reaktörler, radyoaktif maddeler, silah ve mühimmat, değerli ve yarı değerli taşlar, mücevherat ile perakende giyim ve karbonatlı içecek ürünlerinin ithalatı özel izne tabidir.

Türkiye ile Ticaret

Türkiye ile Zimbabve arasındaki ticaret hacmi çok düşük seviyelerdedir. Türkiye Zimbabve ile ticarette son yıllarda 2012 yılı dışında Zimbabve'ye karşı hep açık vermiştir. 2016 yılında ihracatımız bir önceki yıla göre %6, ithalatımız % 146 oranında artmıştır. Dış ticaret dengemizde ise 7 milyon Dolar açık verdik.
2016 yılında Türkiye'nin Zimbabve'ye ihracatının %17'sini traktörler oluşturdu. Toprak, taç yıkama makineleri, çikolata, plastik ambalaj malzemeleri, motorlu taşıt yedek parçaları ise bu ülkeye ihraç ettiğimiz diğer başlıca ürünlerdir.
Zimbabve'den 2016 yılında gerçekleştirdiğimiz ithalatın en önemli kalemi % 83 payla pay ile yaprak tütün ve döküntüleridir. Perlit, vermikülit ve klorit gibi mineral maddeler, altın, hayvan derileri saat, kauçuk ve kesme çiçek aynı yıl bu ülkeden ithal edilen diğer başlıca ürünlerdir.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Ülkeye yabancı yatırımların çekilmesi bakımından yatırım ortamının iyileştirilmesi gerekliliği Zimbabve hükümeti tarafından da kabul edilmekle birlikte, bu anlamda çalışmalar devam etmektedir.

Yatırımların önündeki en önemli engellerden biri olarak görülen, 2007 yılında çıkarılan ve 2010 yılında uygulanmaya başlanan Yerlileştirme Yasası (Indigenisation and Economic Empowernment Act), yabancı kökenli firmaların %51'ini yerli Zimbabveliler'e devrini öngörmektedir. 500 bin dolardan fazla sermayesi bulunan firmaların tabi olduğu söz konusu yasanın getirdiği kısıtlamaların yumuşatılması amacıyla Yerlileştirme ve Yetkilendirme Bakanlığının yeterlilik belgesini onaylamadaki merkezi rolü kaldırılmış ve yatırımcıların ilgili Bakanlıklar ile müzakere edip yatırım yeterlilik belgesini temin etmesine olanak tanıyan düzenleme getirilmiştir.
Zimbabve Hükümeti tarafından imalat sanayi, madencilik ve alt yapı yatırımlarına öncelik verilmektedir. Tarım, ulaşım, perakende ve toptan ticaret gibi bazı sektörlerde yapılacak yatırımlar sadece yerel firmalara açık bırakılmış olmakla birlikte yabancı yatırımcılar da yerel firmalarla joint venture anlaşması yapmak şartıyla bu işkollarında faaliyet gösterebilmekte ancak yabancı firma, şirketin %35'inden fazlasına sahip olamamaktadır.
Enerji, silahlanma ve demiryolu taşımacılığı gibi Zimbabve hükümeti tarafından stratejik olarak görülen alanlara yapılacak olan yatırımlarda devletin ortaklığı zorunlu tutulmaktadır. Yabancı yatırımcıların teknik ve yönetimsel eleman bakımından maksimum ölçüde Zimbabve işgücünü kullanmaları aksi takdirde yurt dışından getirecekleri elemanların oturma ve çalışma izinleri için söz konusu yatırım açısından gerekliliklerini kanıtlamaları istenmektedir.
Ülkede halihazırda yatırımlar madencilik sektöründe yoğunlaşmakta olup en fazla yatırım yapan ülkeler Çin, Güney Afrika Cumhuriyeti ve İngiltere'dir.

http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/disIliskiler/ulkeler/ulke-detay

Prof. Dr. Caner ARABACI
N.E.Ü. Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi

İNSAN UNSURU YÖNÜNDEN

ÇANAKKALE ÜZERİNE DÜŞÜNCELER

Çanakkale, bugün unutulan, unutturulan ma'şeri bir birliğin, yüksek bir vicdanî buluşmanın zaferidir. Mehmetçiğin yanında, Haçlılara karşı can veren, kara derili Zenci, Arap, Arnavut, Türk, Kürt, Çerkez şehitlerin koyun koyuna yatması ne demektir? "Tauna da zül olan o rezil" Haçlı birliği ve istila kuvvetlerine karşı aynı kitaba, aynı Allah'a, aynı Peygamber inanan insanlar, yüreklerindeki birliği orada göstermişlerdir. Çanakkale, herkesin hayretle karşıladığı bir destansı zaferin yazılma yeridir. Çünkü zaferi hazırlayan birlik duygusu, ortak değerleri elbirliği ile savunma ruhu en üst düzeyde burada vardır. Şehitler kervanındaki birlik, zaferi hak ettiren bir manzaradır. Çanakkale, Balkan Harplerinin aksine, ayrılık azabının da yenildiği yerdir. Orada, herkes saflarını belli etmiştir. İngiliz, Fransız askerlerinin yanında bütün sömürge topluluklarından zorla, kandırılarak getirilen askerler arasında; ibretlik olarak, üç yüz Yunan, yedi yüz kişilik Yahudi Siyon Katır Birliği de yer almıştır. İslâm Medeniyetine, Müslüman Türk'e karşı savaşta sembolik de olsa bütün şer güçler taraflarını belli etmişlerdir.

Bizim cephede ezan sesini duyduktan sonra, Fransız üniformasının, İngiliz kıyafetinin içinde Mehmetçiğe doğru koşan, ona katılmak için kurşun yağmurunu hiçe sayan inanmışlar vardır. Düşman sanılarak vurulanların kalpleri üstünde daha sonra bakıldığı zaman bulunan kabartının Kur'an olduğu anlaşılmış, bu şehit kanı ile ıslanmış Kur'an askerî müzeye kaldırılmıştır. İngiliz, Fransız, iki yüzlülüğünün, aldatmacasının, tehdit ve zorlamasının sonucu olarak Çanakkale'ye gelen, Hintli, Tunuslu, Cezayirli Müslümanlar, kardeşlerine karşı savaştırıldıklarını fark etmişlerdir. Osmanlı başkentini, dünya Müslümanlarının halifesini, Almanlardan kurtarmak için savaştıklarını söyleyerek kandıran emperyalistlerin oyununu, onlarca Mehmet'in sabah dinginliğinde okudukları Ezan sesleri, bir sis perdesini dağıtır gibi dağıtmıştır. İlk fırsatta cephe değiştirmek isteyen, silah bırakan, savaşmayan kitleler oluşmuştur.

Bunun sebebi nedir? Ortak değerler dışında bir izah yolu var mıdır? Bugün dünyada nereye bakarsanız bakın akan kan kimindir? Afganistan'da, Irak'ta, Filistin'de, Suriye'de, Kafkaslar'da, Afrika'da, Doğu Türkistan'da her gün onlarca-yüzlerce dökülen mazlum kanına karşı, Çanakkale'deki birlik, dayanışma ruhunun uyanması gerekmektedir. Değilse dünya, dünkü saldırgan, kan içici, insanlığını yitirmiş emperyalist güçlerin sömürgesi olmaya devam edecektir. Çanakkale, o anlam yükü ile anılmalıdır. Tarih, elbette geçmişe çakılıp kalmak değildir. Tam tersi, geleceği açmak, haldeki sorunları çözmek için köklere iz sürmektir. Köklere iz sürülmeli ki, göğe niçin boy atılmıyor, dallar meyveye niçin durmuyor iyi anlaşılabilsin..

Çanakkale, bizim vatanımızdır. Çanakkale; kalbimiz, beynimiz, kültür-ekonomi-siyaset merkezimiz, İslâm âleminin kalbi olan İstanbul'un kapısıdır..

İngiltere, Fransa, onun için binlerce kilometre öteden gelerek kapımızı kırmak üzere Çanakkale'ye saldırmıştır. İngiltere, üzerinde güneş batmayan sömürge imparatorluğu; Fransa, acımasız bir sömürge devletidir. Dış görünüşleri, aldatıcı propagandaları ile bizi, uzun süre yanıltmış, aydın zümre içinde kendilerine sempati besleyen zümreler elde etmişlerdir. Çanakkale kapısında, gerçek yüzlerini ortaya koymuşlardır. Buraya, Türk ve İslâm dünyasının kalbini sökmeye, başını koparmaya, acımasızca kanını dökmeye gelmişlerdir. Bu niyetlerini, dönemin hatıratlarında saklama gereği bile duymamışlardır. İstanbul'un kendilerinin olacağını, Ayasofya'yı geri alacaklarını, Türk Sultanının kanını bu çanağa akıtacaklarını, 'Türk Lokumu' dedikleri kadınlarımıza sahip olacaklarını söylemişlerdir.

Çanakkale, bugün de devam eden Haçlı saldırılarının, geçmişteki en oransız, en insafsız, en vicdansız olanlarındandır. Dün Çanakkale'ye saldıranlar, bugün kardeş ülkelere saldırmaya, işgale, öldürmeye, işkenceye devam ediyorlar. "Tek dişi kalmış canavar"ın, kana doymaz iştihası, yeni kurbanlar bulmaya devam ediyor..

Çanakkale bu yönüyle, tamamıyla bir savunma harbidir. Gücüne mağrur, haksız bir saldırıya karşı, vatanı, devleti, ırz ve namusu, bunlar olmayınca yok olacak olan imanı-değerleri koruma, başımızı cellâda teslim etmeme gayretidir. İngiliz, Fransız teknolojisine, askerine, sömürgelerinden toplayıp geldikleri "kimi Hindu kimi yamyam bilmem ne bela"ya karşı Mehmetçik destanı muhteşemdir. "Cehennem de olsa geleni göğsünde söndürmüş", "çelik tabyalara karşı gövdesini siper etmeyi" becermiştir.

Yenilmez armadanın yenilmesi, mağrur güçlerin "kayıp vermeden çekildik" diye saldırdıkları cephelerden kaçışlarını kutlar hale gelmeleri, bütün mazlum milletlere bir ışık yakmıştır. Bu yönüyle Çanakkale, sadece Cumhuriyetin kuruluş yeri olan Millî Mücadele'nin direniş ruhunu diriltmemiş, Avustralyalıların, diğer sömürge topluluklarının kendi istiklallerini kazanma düşüncelerini de diriltmiştir.

Mehmetçik, savaş sınavını yüzünün akıyla vermiştir. Vatanı, devleti, imanı, namusu, bayrağını savunma görevini, her türlü yokluk ve olumsuzlukları göğüsleyerek yerine getirmiştir. Elbisesi parça parça olanlar, kum torbalarını kasaturalar ile parçalayarak yamalık olarak kullanmışlar, potin yerine ayaklarına çaput parçalarını dolamışlar, mükemmel yemek yerine kuru peksimet ve üzüm suyunu, o da bulabildiklerinde içmişler, ama şikâyet etmeden şahadete koşmuşlardır. Tüfeklerinin kabzasında

teyemmüm ederek abdest alan, şehadete giderken Allah'ın huzuruna abdestsiz varmamayı düşünen askerî birlikler vardır. Kendi cenaze namazını kılıp süngü hücumuna geçen birlikleri, o yüksek ruhun şahadete sürdüğü askerleri yenecek olan kimdir? Ölmeden önce öleni öldürecek dünya yüzünde bir bahadır var mıdır?

Çanakkale şehitlerinin torunları, sadece atalarının o yüksek ruhu ile övünç duymamalıdır. Askerimiz dün vazifesini yapmış, bugün yapmaktadır. O halde okuyan gençliğimiz, yokluklar içinde vatanı savunmak zorunda bırakmayacak bir bilgi/teknolojik üstünlüğü yakalamayı, kendine şehitlerin verdiği görev olarak idrak etmelidir. Hasımların teknolojik üstünlüğü karşısında yılmayan, çok daha üstün teknoloji üretecek bir bilgi, bilim üstünlüğünü elde etmek üzere gayret göstermeyi, herkes alanında görev bilmelidir. Çanakkale'de silahlar çok çeşitli ve yabancılardan satın alınmıştır. Hâlâ askerimizin bazı silâhları dışarıdan alınmaktadır. Yüz yıldır kendi silâh sanayimiz niçin kurulmamıştır, sorgulanmalıdır? İsrail bile atom silahına sahipken, Türkiye yarım asırdan beridir bu enerji kaynağından niçin mahrum bırakılmıştır, sorulmalı ve en güçlü olma yönünde sivil bir azim gösterilmelidir. Çünkü Çanakkale şehitlerinin, gazilerinin canlarını feda ederek gösterdikleri azmin; ilim geliştirme, sanayi üretmek üzere aynı duygularla gerçekleştirilmesi, onlara karşı bir borçtur. Vatanseverlik, sadece er meydanında gösterilmez. Artık, ekonomi de, sanayi de bilim de er meydanı olarak algılanmalıdır. Çünkü vatana sıkılan silahlar, o alanlarda üretilmektedir. Öyleyse Çanakkale'den bugün anlaşılacak en önemli mesaj, her alanda vatan düşmanlarından ileri gitmek, Mehmetçiği yeniden onlardan geri şartlarda savaşmak zorunda bırakmamak olmalıdır. Çünkü dün saldıranlar bugün de saldırı halindedir. Irak, Filistin, Afganistan, Kırım, Kafkas, Doğu Türkistan; Çanakkale'nin kardeşleridir. Çünkü Çanakkale'de savaşılırken Filistin Mehmetçik elinde idi. Çanakkale'de Mehmetçik vuruşurken, İngiliz Basra'da Kut'da yenilmişti. Bağdat, Musul elimizde idi. Onlar günümüzde Çanakkale'ye değilse bile Çanakkale'nin kardeşlerine saldırmaya, haçlılık ruhunu yaşatmaya devam etmektedirler. Önemli olan onların bilinci karşısında şehitlerin torunlarının bilincidir. Haçlıya karşı Hilâl tarafında olanların, kendi bilinçlerini, sanayilerini, bilimlerini geliştirmeleri, savaşta döktükleri kandan fazla barışta ter dökmeleri gerekmektedir.

Çanakkale'de, sadece kara harbinin, 259 gün devam eden Siper Okulu olarak bize öğrettiği dersler bulunmaktadır. Bunların başındaki, birlik ve moral üstünlüğün, zaferi de peşinden getirdiği gerçeğidir. Ayrılığın azap, birliğin mutluluk getirdiği gerçeğini, iki olayla atalarımız bize hatırlatmışlardır. Bunların ilki, Çanakkale Zaferi öncesinde yaşadığımız Balkan utancı, ikincisi ona tepki olan Çanakkale'dir.

Osmanlı Devleti, Birinci Dünya Savaşı'nda dünya devleri ile savaşmıştır. Tabi bu karşılaşmada, bünyesinde bütün İslâm âleminden asker, gönüllü insanlar olduğu, ayrıca temsil gücü ve yetkisi bulunduğundan, Haçlı dünyasına karşı İslâm âlemini temsil ediyordu. Fakat ordu yönetimindeki, teknik yetersizlik yüzünden Çanakkale'deki "kanlı muharebelerde, Türk ordusunun çiçeği yenmiş bitirilmiştir". Çanakkale'de zafer kazanan ülke, sonunda cihan devletini de bağımsızlığını da yitirir. Başta payitaht İstanbul olmak üzere, bütün şehirleri, bütün vatan toprakları, dar bir alan hariç işgal edilir. Onun için tarihte çok kayıp verilerek kazanılan bu tür zaferler, farklı adlandırılmaktadır .

Bundan sonraki dönem itibariyle, Türk Milleti âdeta küme düşürülmüştür. Artık düşman, güneş batmayan imparatorluk Büyük Britanya, Rusya, Fransa değil; onların silah, malzeme verip kışkırttıkları çömezlerdir. Yani Ermeni çeteleri, Yunan palikaryası, dün asırlarca birlikte yaşadığımız, yanımızda, yöremizde olan halklardır. İngiltere ve diğerleri ise, bizim de üzerimizde kural koyucu, oyun kurucu, yönetici rolündedir. Başkumandan olarak M. Kemal, İzmir'e girerken, önüne dikilen bir İngiliz subayına, "sadece Yunan'ı değil sizi de yendik" diyecektir. Bu son sözdür. Bir daha tekrar edilmez. Lozan dâhil uluslararası ortamlarda, komisyon başkanı Türk görülmez. Lozan'da üç komisyon vardır Başkanları İngiliz, Fransız, İtalyan'dır. Türkiye, Yunanistan ve diğerleri alt kümede bırakılmıştır. Türkiye'nin yeniden temsil gücünü eline alması, gerçek rolünü üstlenmesi, gerçek gücüne kavuşması gerekmektedir.

Çanakkale'de Mehmetçik, düşmanın teknik üstünlüğü karşısında, yüreğini, bağrını açmış, öylece bin bir mahrumiyet içinde vatan savunmasına gayret etmiş, onun için de komuta hatası yanında, teknik yetersizlikten dolayı da çok can vermiştir. Yer yer siperler arası zemin, halı gibi ceset serili olmuştur. Makineli tüfek, top ateşine karşı, süngü takıp koşan er oğlu erler, çok defa "gök ekin gibi" biçilmişlerdir. Metre kareye altı bin merminin atıldığı, havada birbiri ile çarpışacak kadar merminin yağdığı savaş alanında, kaybın çokluğu savunmaya düşmüştür.

Yeni Çanakkale muharebeleri olursa Mehmetçiğin durumu ne olacaktır? Yüz yıl sonra, hamaset yapmak savunmanın durumunu da tartışmak gerekmektedir. Dün canını korumak üzere siperin önüne dizilen kum torbalarının bezini, kasatura ile kesip donuna yamalık yaparak vatanını savunan Mehmetçiğin eline, bugün yeni savaşlarda ne verilecektir? Önceki yıl İngiltere, denize indirdiği nükleer enerji kullanan bir gemisinin, yıl boyunca yakıt ikmali yapmadan dolaşacağını açıklamıştı. Cumhuriyet kurulalıdır, nükleer enerji santrallerini kurma konusunda Türkiye hangi mesafeyi almıştır? Çanakkale'de düşman, elli civarında uçak uçurmuştu. Bizim elimizde iki, "kılkuyruk" denilen gözetleme uçağı vardı. Şimdi kendi uçaklarımızı yapma konusunda aldığımız mesafe nedir? 1947'ye kadar uçak fabrikaları, bomba fabrikası olan ve 1938'den itibaren dışarıya bomba satan Türkiye, bu fabrikalarını niçin kapatmıştır?

Türkiye, insanı, insan çeşnisi, kültürü, tarımı, tabii güzellikleri ile zengin, büyük, güçlü ülke olmak durumundadır. Gelişme yerine, çatışma; ilerleme yerine bölünmenin fitne tohumlarını eken şebekelerden, şehit ruhları azap duymaktadır. Yaşayan vatan evlatlarının, şehit ıstırabını bitirmesi gerekmektedir.

Birinci Dünya Harbi, bir turnusol kâğıdı gibi, aidiyet yerlerini belli etmiştir. Bugün yerini şaşıranlar bulunmaktadır. Çanakkale şehitleri, yerini şaşıranlara, duracakları mevziyi hatırlatmaktadır.

ŞİVLİLİK

Şivlilik, Konya'ya has bir gelenektir. Üç ayların başlangıcı olan Recep ayının ilk Perşembe günü, Regaip kandili Konya'da "Şivlilik Günü" olarak kutlanır. Bu günü Konya merkez ve köylerde halk ilk namaz olarak da adlandırır. Fener alayı da yapılır.

FENER ALAYI

İlk aşama, bir önceki geceyle başlar. Üç aylar, o sene hangi mevsime denk gelmişse, Şivliliğin kutlanma şekli de ona göre şekillenir. Soğuk kış geceleri, bu kutlama için biraz elverişsizdir, ama yine de kutlama muhakkak yapılır. Akşam namazından sonra mahallenin bütün çocukları, gençleri, mahalledeki en uygun yere toplanırlar. Bu alanda herkesin toplanma amacı "Fener Alayı" denilen kutlamayı gerçekleştirmektir. Mahallenin çocukları, bakkallardan satın aldıkları, ortasında mum bulunan, kâğıttan yapılmış fenerleriyle gelir, kutlama alanındaki ateşin etrafında halka kurarlar.

KONYA'DA NAMAZ VE ŞİVLİLİK ÂDETLERİ

Sadece Konya'ya mahsus olmak üzere, Konyalı çocukların bir başka Namaz âdeti de şivlilik'tir. Konyalı, bu kelimenin, hicrî 334 tarihinde vefat eden ve büyük mutasavvıflardan olan Ebûbekir Muhammed Şiblî'nin isminden geldiğini bir menkıbeye de yaslayarak ifade eder. Hikâyeye göre bu zat, bir gece rüyasında Hazreti Peygamber (s)'in ana rahmine Receb ayının ilk Perşembe gecesi intikal ettiğini görür. Büyük bir sevinç içerisinde uyanarak bunu, oturduğu semtin bütün evlerine vararak "Şiblî!" nidâsıyla müjdeler. Her hâne sahibi de bu müjde karşısında şükür ve mutluluk nişânesi olarak ona bir parça yiyecek verir. Bu hadisenin sonucunda bu âdet doğmuş ve çocuklar tarafından da sürdürülmüştür. Bu âdetin adı da zatın ismine atfen "Şiblilik>Şivlilik" olmuştur.
Bu âdete gelince: Günümüzde de üç ayların, hususiyle Regaib kandilinin gelişini çarşı-pazarda dükkan önlerine çıkmış gofret-bisküvi kutularından, kırık leblebi, leblebi şeker ve kuru üzüm çuvallarından anlarız. Geçmişte şivlilik çerezi olarak genellikle kırık leblebi, siyah kuru üzüm, leblebi şeker, akide veya peynir şekeri ile mevsim durumuna göre meyveler, meyve kuruları ve kakları çocuklara dağıtılırdı. Konyalı, zenginlik-fakirlik gözetmeksizin, hâlince, şivliliklerini namazdan önce evlerinde hazır bulundururdu.
Receb ayının ilk Perşembe günü sabahını Konyalı çocuklar iple çekerler. Çocuklar sabahleyin kahvaltı yapma ihtiyacına bile gerek duymadan ellerine şivlilik kese veya torbalarını (şimdilerde naylon poşet) alarak sokağa fırlarlar. Büyüklü küçüklü arkadaşlarıyla buluşan çocuklar, bütün evlerin kapılarını çalarak, kendine özgü basit ezgisiyle hep bir ağızdan bağırarak şöyle söylerler:

Şivli şivli şişirmiş
Erken kalkan/olan bişirmiş
İki çörek bir börek
Bize şivlilik gerek

Önceden hazırlanan şivlilikler, genellikle evin hanımı tarafından, kapı önünde çığrışan irili ufaklı çocukların kese veya torbalarına dökülür.
Konya'da Namaz âdetleri bu kadarla kalmaz. Mütedeyyin Konya halkının nazarında üç ayların öneminin büyük olduğunu belirtmiştik. Üç ayların girmesiyle Konyalının Namaz mübareği ziyaretleri başlar. Evlenip yuvadan uçmuş evlatlar yanlarına kendi çocuklarını alarak, tıpkı bayram ziyaretlerinde olduğu gibi, ebeveynlerini, hısım-akrabadan büyükleri ziyaret ederler. Onların Namazlarını tebrik ederler. Bu tebrik, "Namazın mübârek olsun" temennisiyle hassaten belirtilir. Bu ziyaretler sırasında anneler/kayınvalideler, evlat ve torunlarına zengin ananevi-yöresel yemekler ikram ettikleri gibi, yemekten sonra da evde bulunan bütün çerez ve meyve çeşitlerinden bir çetnevir sofrası hazırlayarak şivlilik ikramı yaparlar. Konya'da ebeveynin, hısım-akrabaların Namaz mübareğini ihmal etmek önemli bir kusurdur.
Günümüzde zayıflayan insanî ilişkilerin yanı sıra, başka yörelerden alınan göçler sebebiyle birtakım eski, ancak güzel âdetlerimiz kaybolur gibi oluyorsa da; Konyalıların mahalle ve hânelerinde hâlâ inatla sürdürülmektedir. (Ali Işık)

REGAİP KANDİLİ VE ŞİVLİLİK

Üç ayların başlangıcı olan Recep ayı, manevi iklime geçişin ilk işaretlerini içinde barındırır. Oruç ayı Ramazan'a giden altmış günlük yolda ilk sınanma Regaib Kandili ile kendini gösterir. Dünyanın değişik coğrafyalarında farklı kültürel kutlamalara sahne olan Üç Aylar'ın başlangıcı Konya'da sadece ibadetle mükellef yetişkinler için değil, çocuklar için de bir teslimiyettir.
Üç Ayları iple çeken çocuklar için o gün, Ramazan Bayramı'na kadar sürecek mutluluk kervanının başlangıcıdır.
Konya'ya has bir kutlama olan Şivlilik, çocuklar için olsa bile kültürel yapının hala bozulmaya uğramadan sürdüğünün en önemli işaretidir.
Şivlilik ile ilgili Konya tarihçilerinin yaptığı tarif şöyledir;
"Regaip Kandili günü sabahı, sabah namazından sonra mahalledeki üç ile on beş yaş arasındaki kız erkek çocukları sokak başlarında toplanarak ilk kapıdan başlamak üzere kapıları birer birer çalarak açılmasını beklerler, kapı açılması biraz gecikti mi hep bir ağızdan ve tempo ile şu maniyi söylemeye başlarlar.
Şivli şivli şişirmiş, Erken kalkan pişirmiş, İki çörek bir börek, Bize namazlık gerek. Şivlilik...
Şivlilik sabahından önce ise Regaip Kandilinin müjdecisi olan fener alayı şehri ışıl ışıl aydınlatırken özellikle çocukların neşesi görülmeye değer oluyor. Ellerindeki fenerlerle birlikte sokaklara akın eden çocuklar fener alayı ateşleri etrafından çeşitli oyunlar oynuyor. Neredeyse Konya'nın her mahallesinde yakılan fener alayı ateşleri bir anda şehrin havasını değiştiriyor.(Lokman Koyuncuoğlu)

ŞİVLİLİK (PİŞİ'NİN) TARİHÇESİ

Şivlilik, Konya'ya has bir gelenektir. Üç ayların başlangıcı olan Receb ayının ilk Perşembe günü, Regaip Kandili Konya'da "Şivlilik Günü" olarak kutlanır. Bu günü Konya merkezi ve köyleri halkı, ilk namaz olarak da adlandırır. Türk İslam geleneğinin en önemli mihenk taşlarından biri de eskiden beri sürdürüle gelen pişi yapıp konu komşuya, namaz çıkışı cami cemaatine ve okul çocuklarına yani insanlara dağıtma yağlı ve şekerli olarak ağız tadı ile yedirip içirme geçmişlerimizin ruhlarını şaad etme onları bu güzel hasletlerden haberdar etmeye yönelik bir gelenektir.
Bizim köyümüzde böyle önemli dini mübarek günlere kandil denmez mevlit kandiline mevlit ayı, üç ayların başlangıcına ilk namaz pişi günü Regaip kandili Şaban ayının başlangıcına orta namaz ve ardından da Ramazan gelirdi. 1071 den önceleri Konya ya göçer olarak gelen atalarımız olan aileler

böyle bir ilk namaz günü daha yerleşik düzen kurup bir yerde iskan olmadan çadır hayatı yaşarlarken çadırdaki bilge analarımızdan birinin beyi yağlı bir hamur yemeği yapmasını istemiş. Göçer aileler devamlı yufka ekmeği yaparlar ki göçerken taşıması kolay olsun diye adam yufkanın içerisini zenginleştirmek için hanımından yağlı bir ekmek yapmasını isteyince hanımın aklına bugün bişi dediğimiz nesne takılmış. O zamanlar böyle haşgaş (haşhaş)yağı. Şırlağan (susam)yağı gibi likit yağlar yokmuş ama buna karşılık koyunlardan sağılan sütlerden oluşturulmuş sade yağı varmış. O yağ ile sabahın erken saatinde çadırın büyük anası çadırın önüne bir meydan ataşı yakmış ve dığan tavasında(Dığan tavası leğenin küçüğü olup geniş ekmek ocağına sığabilen içerisinde bolca et ve kalabalık aileler için yemek pişirilen bir kap) erittiği bolca sade yağının içerisine ufak bezelerden oluşan yaygınlaştırdığı yuvarlak hamurları salıvermiş onlar yağın içerisinde şiv şiv şiv civir civir diyerek tatlı sesler çıkarıyor ve etrafı saran mis kokusunu andıran sade yağının dayanılmaz kokusuna bütün obanın küçük büyüğü herkesler uyanmış ve kokunun geldiği çadıra doğru koşmuşlar. Bu gelen kalabalığı gören çadırın taze gelini tavada pişilerini unutmuş ve etrafa bakınmaya başlamış ve ana pişti ana pişti pişiiiyor deyince adı bişilerin kaynarken çıkardığı o şiv ve vicirler seslerinden dolayı da şivlilik adı verilmiş ve o gün bugün adı şivlilik olarak kalmış. O iyi niyetli eli vergili Allah dostu ana çadırına gelenleri hiç geri çevirmemiş ve şöyle bir mani uydurmuş kendince.
Ufak tavada yapsam azalır,
Dığan tavasında yaparsem çoğalır,
Gongşularım yedikçe bereket olur,
Buyurung buyurung çoluk çocuk herkesler
Bolca yeyin yağlı bişi bişiii
Derken elinde yaymakta olduğu bezeleri yetiştiremeyeceğim diye yuvarlak yuvarlak tavaya bırakmaya başlamış topak oluşuna insanlar şaşırınca lokma lokma yiyiverin işte pekmezde var tatlandırın ağzınız tatlansın deyince lokmanın türemi meydana gelmiş. Gelenlerin yiyip içenlerin bolluğu anaya hoş gelince gelinine seslenmiş gelin aklıma geldi çadırın ardındaki gasna dan(folluk) yumurta alıver gel der gelen yumurtaların beyazlarını tavadaki kızaran yağa boca eder kızardıktan sonra çıkarıp yiyenlere pekmez dökerek ikram edince kaynana aklı ile yapılan bu tatlıya da kaygana adı verilmiş. Obanın bilge anası böyle zevkle insanları doyurup maniler diyerek yaptığı bir tekne hamur ile tavaya koyduğu onca yağ ile bütün obanın halkını doyurmuş. Hatta, Ama esas kendisinden hamur işi yağlı bir şey isteyen kocasını unutmuş sonunda tavada iki pişi kalmış. o iki pişiyi eline alan ana doğru kocasının huzuruna varıp gusura galma herifim evimin direği gonu gomşuyu ağırlarken seni unutuverdim affet gel onca bereketten iki bişi galmış onu da sen yeyiver deyince durumdan çok memnun olan çadırın beyi hem hanımını taltifle miş, hem de sağ ol hanımım pişi pişi yağlı pişi bize galmış iki bişi yiyelim gezelim bişi bişi yağlı bişi bunu yiyen işte iki kişi deyivermiş bu deyimler oradan kalmış dedi. Bu pişi günü gelince Konya nın dağ köylerinde eli maharetli hanımlar iki gün önceden yufkalar açıp pişi günü pişiler yapıp yufka arsına dürüm yapıp içersini şeker ile tatlandırırlardı kış gününe rastlarsa şivlilik günü tekne tekne hamurdan bolca pişiler yapılır ölenler için dağıtıldıktan sonra ev halkının yemesi içinde evin ahalisine bolca alıkonurdu.
(İsmail Detseli)

Kaynaklar:
1- https://www.frmtr.com/islam-ve-insan/486812-bu-gece-fener-alayi-yarin-sivlilik-peki-nedir-sivlilik.html
2- http://www.memleket.com.tr/ismail-detseli-den-sivlilik-pisinin-tarihcesi-350342h.htm
3- http://www.ensonhaber.com/sivlilik-nedir-2013-05-16.html

DÜNYADAN İŞBİRLİĞİ TEKLİFLERİ

Tarım, bahçıvanlık, avcılık ve ilgili ürünler

YUNANİSTAN
201700058 - Alım

Kayıt Tarihi: 23.02.2017
Firma Adı: MODEL LINE
Adres:parasiyou 16 Gulcine 69100, GREECE, ,
Yetkili Kişi: Cevat Demir
Tel: +30.697.4835530; Faks:.. ; e-mail: modelshoes@hotmail.com ; web: www.modelline.eu
TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Programı kapsamında her yıl düzenlenen etkinliklerden birisine Yunanistan'dan katılan iş adamı Cevat Demir, Birliğimize başvurarak, bir Avrupa ülkesinden kendisine 60 Ton sarımsak talebi iletildiğini bildirmiştir. Talebi Türkiye'den temin ederek karşılamak isteyen Cevat Demir, sarımsakların 5 kg'lık filelerde sunulacağını ve çaplarının 38 mm'den az olmaması gerektiğini belirtmiştir.

Gıda maddeleri ve içecekler

YUNANİSTAN
201700061 - Alım

Kayıt Tarihi: 27.02.2017
Firma Adı: MODEL LINE
Adres:parasiyou 16 Gulcine 69100, GREECE, ,
Yetkili Kişi: Cevat Demir
Tel: +30.697.4835530; Faks:.. ; e-mail: modelshoes@hotmail.com ; web: www.modelline.eu
TOBB Türkçe Konuşan Girişimciler Programı kapsamında her yıl düzenlenen etkinliklerden birisine Yunanistan'dan katılan iş adamı Cevat Demir, bir Avrupa ülkesinden kendisine helal kesim kuzu eti talebinde bulunulduğunu ve söz konusu talebi Türkiye'den temin ederek karşılamak istediğini bildirmiştir.

Tekstil ve tekstil malzemeleri

MAKEDONYA CUMHURİYETİ
201700052 - Alım

Kayıt Tarihi: 20.02.2017
Firma Adı: ECONOMIC CHAMBER OF MACEDONIA
Yetkili Kişi: Vasko Ristovski / Independent Consultant
Tel: +389.2.3244 014; Faks:+389.2.3244 088 ; e-mail: Vasko@mchamber.mk ; web:
Makedonya Ekonomi Odası tarafından, Makedonya Ticaret Odası'nın üyesi olan Makedon bir şirketin turizm sektörü için havlu, yatak takımı ve üzerinde turistik objeler bulunan örtüler vb. otel tekstili ürünleri üreten Türk firmalarıyla temas kurmak istediği bildirilmiştir.

Metalik olmayan diğer ürünler

TUNUS
201700044 - Alım

Kayıt Tarihi: 10.02.2017
Firma Adı: Slama Huile S.A.
Adres:14, rue du Tissage ZI Ksar Said, ,
Yetkili Kişi: Lotfi HERMI
Tel: +216.71.546 620 / 98 75; Faks:+216.71.546 332 ; e-mail: lotfi.hermi@slama.com.tn ; web:
T.C. Tunus Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, Slama Huile S.A. adlı Tunus firmasının zeytinyağı şişelemek için 30000 adet 1000 ml'lik (1000 cc) cam şişe ithal etmek istediğini bildirilmiştir.

Tarım, bahçıvanlık, avcılık ve ilgili ürünler

UKRAYNA
201700038 - Satım

Kayıt Tarihi: 09.02.2017
Firma Adı: Agrofirm Pole Ltd.
Adres:14a/1 Surikova St, Cherkasy city, Ukraine
Yetkili Kişi: Paul Sivtsov
e-mail: paulsl@agropole.com.ua
web: www.agropole.com.ua
Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından, organik ve geleneksel tahıl türleri üreten ve en önemli ürünü organik glütensiz kabuksuz akdarı olan Agrofirm Pole Ltd. Şirketinin, darı, buğday, makarnalık buğday, arpa, kolza tohumları, mercimek, bezelye, ayçiçeği tohumu, buğday, nohut, kişniş tohumları, keten tohumları, yulaf, çavdar, hardal tohumları vb. ürünlerini ülkemize de satmak istediği bildirilmiştir. Şirketin tüm Avrupa'nın organik kabuksuz akdarı ürünlerinin % 50'sini tedarik ettiği, Organic Standard Ltd. tarafından UA-BIO-108 organik olarak sertifikalandırıldığı ve bu yıl ayrıca kabuklu darı ile organik kepekli darı ununda organik un üretimine de başladığı belirtilmiştir.

Balık, balıkçılık ürünleri ve diğer balıkçılık yan ürünleri

RUSYA
201700037 - Satım

Kayıt Tarihi: 06.02.2017
Firma Adı: Kalipso LLC
Adres:Russia, 414000, Astrakhan region, Astrakhan city, Pushkin street, 70A, ,
Yetkili Kişi:
Tel: +8.8512.455-001
e-mail: astkalipsoinfo@mail.ru
Rusya Federasyonu Astrakhan Bölgesi Ekonomik Kalkınma Bakanlığı tarafından kurulan Astrakhan İhracat Destek Merkezi tarafından; kurutulmuş balık (içi temizlenmiş, vakumlu paketli), kurutulmuş balık atıştırmalıkları, dondurulmuş balık, dondurulmuş filetolar, pastörize edilmiş balık yumurtası, salamura edilmiş balık ve tuzlanmış balık üreten Kalipso LLC Şirketi'nin ürünlerini Türkiye piyasasına da sunmak istediği bildirilmiştir.

UKRAYNA
201700049 - Satım

Kayıt Tarihi: 16.02.2017
Firma Adı: INTERRYBFLOT
Adres:bld. 8, Akademika Paladina 44 str., Kiev, Ukraine, 03680, ,
Tel: +380.44.391 51 53; Faks:+380.44.391 51 53
e-mail: sales-krill@irf.com.ua
web: www.irf.com.ua
Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği'nden alınan bir iletide, balık ve deniz ürünleri avcılığı ve işlenmesi alanında faaliyet gösteren, konserve balık ve deniz ürünleri üretimi ve dağıtımı yapan INTERRYBFLOT Şirketi'nin ürünlerini ülkemize de satmak istediği bildirilmiştir. INTERRYBFLOT'un krill etinden yapılan konserve, kaynatılmış ve dondurulmuş krill eti ve kültür balıkçılığında yem olarak kullanılan krill eti satmak istediği belirtilmiştir. Antarktika karidesi olarak da adlandırılan 'krill', her iki yarımküredeki okyanuslarının orta ve yüksek enlemlerinde bulunan suların yüzey katmanlarında yaşayan, planktonik kabuklulardan olup, ortalama büyüklüğü 10-65 mm ve ortalama ağırlığı 2 gram olan ve ufak karidese benzer bir deniz canlısıdır.

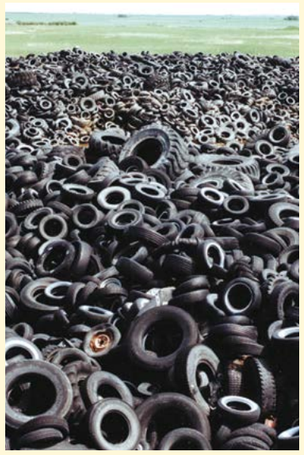
Gıda maddeleri ve içecekler

UKRAYNA
201700039 - Satım

Kayıt Tarihi: 09.02.2017
Firma Adı: Agrofirm Pole Ltd.
Adres:14a/1 Surikova St, Cherkasy city, 18028 Ukraine, ,
Yetkili Kişi: Paul Sivtsov
e-mail: paulsl@agropole.com.ua
web: www.agropole.com.ua
Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından, organik ve geleneksel tahıl türleri üreten ve en önemli ürünü organik glütensiz kabuksuz akdarı olan Agrofirm Pole Ltd. Şirketinin, darı, buğday, makarnalık buğday, arpa, kolza tohumları, mercimek, bezelye, ayçiçeği tohumu, buğday, nohut, kişniş tohumları, keten tohumları, yulaf, çavdar, hardal tohumları vb. ürünlerini ülkemize de satmak istediği bildirilmiştir.

201700051 - Satım

Kayıt Tarihi: 20.02.2017
Firma Adı: KHOROL FACTORY FOR BABY FOOD LLC.
Adres:Poltava region., t. Horol, 17 Molodizhna str.
Yetkili Kişi: Roman Shnyrov
Tel: +380.67.6345077; Faks:.. ; e-mail: export@malysh.ua ; web: http://www.malysh.ua/en/
Ukrayna'nın Ankara Büyükelçiliği tarafından, yenidoğan ve sonrası dönem bebekler için bebek sütü, maması, püresi ve içme suyu üreten firmanın ürünlerini ihraç etmek istediği bildirilmiştir.



Kauçuk, plastik ve pelikülfilm ürünler

HİNDİSTAN
201700059 - Satım

Kayıt Tarihi: 23.02.2017
Firma Adı: Tinna Rubber & Infrastructure Limited
Adres:Tinna House, No 6, Sultanpur, Mandi Road, Mehrauli (Opp. C DOT), New Delhi 110030, Delhi, India, ,
Yetkili Kişi: Subodh Sharma / GM – Sales
Tel: +91.98.10806117; Faks:.. ; e-mail: subodh.sharma@tinna.in ; web: www.tinna.in
Hindistan'daki en büyük atık lastik geri dönüşümcüsü olup, yüksek çekme ve 'reach' uyumluluğu olan kamyon / otobüs radyal lastiklerinden tam lastik geri kazanım lastiği üreticisi ve ayrıca en büyük kauçuk kırıntısı üreticisi olduğu belirtilen firmanın, ürünlerini Türkiye'de de satmak için kauçuk & geri kazanım kauçuk ithalatçısı firmalar, lastik üreticileri / kauçuk konveyör üreticileri / kauçuk kalıp ürünleri üreticileri ile bağlantı kurmak istediği bildirilmiştir. Firmanın ayrıca Türkiye'de gerçekleştirilecek kauçuk / lastik endüstrisi konulu fuar ve sergilere de katılmak istediği belirtilmiştir.

Madencilik, taş ocağı işletme ve diğer ilgili ürünler

PORTEKİZ
201700053 - İşbirliği

Kayıt Tarihi: 22.02.2017
Firma Adı: NERSANT BUSINESS INTERNATIONAL MEETING
Adres:, ,
Yetkili Kişi: Antonio Ferrao / Consultant
Tel: +351.91.9242255; Faks:.. ; e-mail: nersant@leadership-bc.com ; web: www.business.nersant.pt/
Portekiz ile diğer ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin güçlendirilmesi ve ticari ortaklıklar kurulması, şirketlerin ve ürünlerin uluslararasılaşmasının teşvik edilmesi amacıyla uluslararası etkinlikler düzenleyen organizasyon şirketinin 'NERSANT Business 2017' adıyla düzenlediği etkinliğe Türkiye'den de ithalatçı şirketleri davet ettiği bildirilmiştir.

Gıda maddeleri ve içecekler

ALMANYA
201700035 - İşbirliği

Kayıt Tarihi: 03.02.2017
Firma Adı: InnoTrading
Adres:Kardinal-Albrecht-Strasse 40, Sachsen-Anhalt, 06108 Halle-Saale - Germany , ,
Yetkili Kişi: Alexander C. Barth / Marketing & Distribution
Tel: ..; Faks:+49.345.6915 4951 ; e-mail: innotrading@gmx.de ; web: http://innotrading-halle.jimdo.com
Firmanın, Almanya'da doğal kaynak suyuyla üretilen "BEAR TRACK CANADA" markalı alkolsüz enerji içeceğinin Türkiye'de pazara sunulmasını üstlenecek; geniş dağıtım ağına sahip, deneyimli, örgütlenme ve eleman yapısı yeterli, maddi yönden güçlü ve uzun vadeli ortak çalışmaya hazır bir firma aradığı bildirilmiştir.

Tekstil ve tekstil malzemeleri

TUNUS
201700046-- İşbirliği

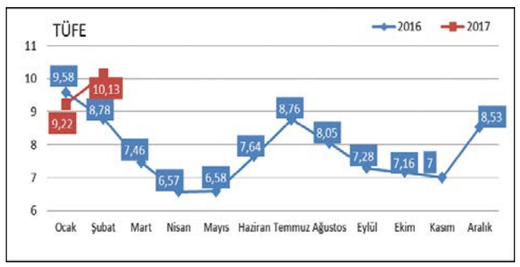
Kayıt Tarihi: 10.02.2017
Firma Adı: Mezghani Textile & Logistique
Adres:Rte de Gremda km 7, 3012 Sfax, ,
Yetkili Kişi: Sami MEZGHANI
Tel: +216.31.596 070; Faks:.. ; e-mail: mtl.confection@gmail.com ; web:
T.C. Tunus Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, Mezghani Textile & Logistique adlı Tunus firmasının, tekstil, konfeksiyon ve fason üretim alanında işbirliği/ortaklık yapmak istediğini bildirilmiştir.

Hakan KARAGÖZ
KTO-Ekonomik Araştırmalar ve Proje Uzmanı

ENFLASYON

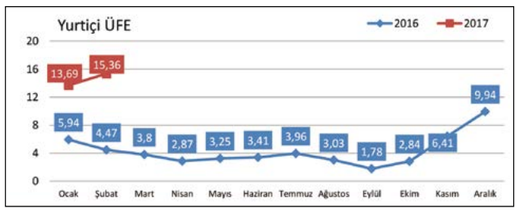
Şubat ayında TÜFE, aylık %0,81 arttı.
2017 yılı Şubat ayında bir önceki aya göre %0,81, bir önceki yılın Aralık ayına göre %3,29, bir önceki yılın aynı ayına göre %10,13 ve on iki aylık ortalamalara göre %7,88 artış gerçekleşti.

Yurt İçi ÜFE, aylık %1,26 arttı.
2017 yılı Şubat ayında bir önceki aya göre %1,26, bir önceki yılın Aralık ayına göre %5,29, bir önceki yılın aynı ayına göre %15,36 ve on iki aylık ortalamalara göre %5,87 artış gösterdi.



Kaynak: TUİK

En Fazla Artan			En Fazla Azalan		
S.	Ürün Adı	Oran(%)	S.	Ürün Adı	Oran(%)
1	Mandalina	27,52	1	Domates	-22,30
2	Nar	23,29	2	Karnabahar	-21,11
3	Limon	10,69	3	Patlıcan	-18,04

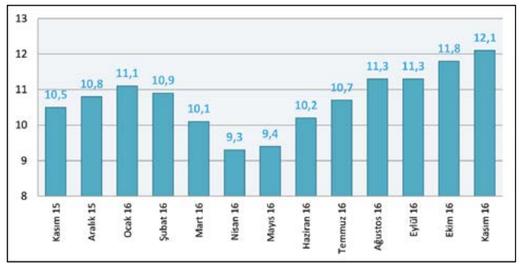


En Fazla Artan			En Fazla Azalan		
S	Sektör Adı	Oran	S	Sektör Adı	Oran
1	Kok ve rafine petrol ürünleri	98,45	1	Ağaç ve mantar ürünleri (Mobilya hariç)	2,65
2	Ana metaller	43,86	2	Diğer metalik olmayan mineral ürünler	5,32
3	Diğer mamul eşyalar	21,65	3	Diğer ulaşım araçları	5,86

İSTİHDAM VE İŞSİZLİK

Kasım 2016 döneminde işsizlik oranı %12,1.
Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2016 yılı Kasım döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 590 bin kişi artarak 3 milyon 715 bin kişi oldu. İşsizlik oranı ise 1,6 puanlık artış ile %12,1 seviyesinde gerçekleşti. Aynı dönemde; tarım dışı işsizlik oranı 1,9 puanlık artış ile %14,3 olarak tahmin edildi. Genç nüfusta (15-24 yaş) işsizlik oranı 3,5 puanlık artış ile %22,6 olurken,15-64 yaş grubunda bu oran 1,6 puanlık artış ile %12,3 olarak gerçekleşti.

İşgücüne katılma oranı ise %52,1.
İşgücü 2016 yılı Kasım döneminde 30 milyon 781 bin kişi, istihdam oranı ise %45,8 olarak gerçekleşti. İşgücüne katılma oranı erkeklerde %71,9, kadınlarda ise %32,7 oldu.



MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇESİ

2016 Ocak ayında 4,1 TL fazla veren bütçe, 2017 yılının aynı ayında 11,4 milyar TL fazla vermiştir.
► 2016 Ocak ayında 9,8 milyar TL faiz alışı fazla verilmişken, 2017 yılının aynı ayında 18 milyar TL faiz alışı fazla verilmiştir.
► Bütçe gelirleri bir önceki yıla göre % 25,8 artarak 58,7 milyar TL olmuştur.
► Bütçe giderleri ise % 11,3 artarak 47,3 milyar TL gerçekleşmiştir.

Merkezi Yönetim Bütçe (Ocak-Aralık, Milyon TL)

Milyon TL	2016			2017			Değişim (%)
	Ocak			Ocak			
	Yıl. Gerç.	Gerç.	%	Bütçe	Gerç.	%	
Bütçe Gideri	583.689	42.521	7,3	645.124	47.347	7,3	11,3
Bütçe Geliri	554.431	46.720	8,4	598.274	58.778	9,8	25,8
Bütçe Dengesi	-29.258	4.199	-14,4	-46.851	11.431	-24,4	172,3
Faiz Dışı Denge	20.989	9.811	46,7	10.649	18.019	169,2	83,7

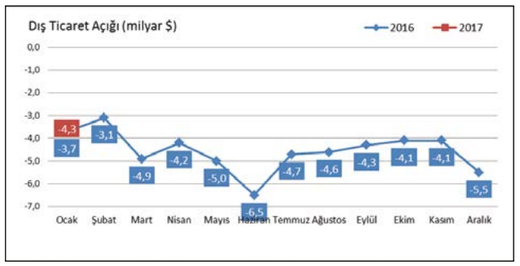
DIŞ TİCARET

Ocak ayında ihracat %18,1, ithalat %15,9 arttı.
2017 yılı Ocak ayında, 2016 yılının aynı ayına göre %18,1 artarak 11 milyar 278 milyon dolar, ithalat %15,9 artarak 15 milyar 586 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ocak ayında dış ticaret açığı %10,3 artarak 4 milyar 309 milyon dolara yükseldi.
İhracatın ithalatı karşılama oranı 2016 Ocak ayında %71 iken, 2017 Ocak ayında %72,4'e yükseldi.

Avrupa Birliği'ne ihracat %12 arttı.
Avrupa Birliği'nin (AB-28) ihracattaki payı 2016 Ocak ayında %49,6 iken, 2017 Ocak ayında %47 oldu. AB'ye yapılan ihracat, 2016 yılının aynı ayına göre %12 artarak 5 milyar 302 milyon dolar olarak gerçekleşti.

En çok ihracat yapılan ülke Almanya oldu
Almanya'ya yapılan ihracat 2017 Ocak ayında 1 milyar 122 milyon dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla 684 milyon dolar ile Irak, 676 milyon dolar ile İngiltere ve 655 milyon dolar ile Birleşik Arap Emirlikleri takip etti.

İthalatta ilk sırayı Çin aldı.
Çin'den yapılan ithalat, 2017 yılı Ocak ayında 1 milyar 851 milyon dolar oldu. Bu ülkeyi sırasıyla 1 milyar 480 milyon dolar ile Rusya, 1 milyar 187 milyon dolar ile Almanya ve 734 milyon dolar ile ABD izledi.



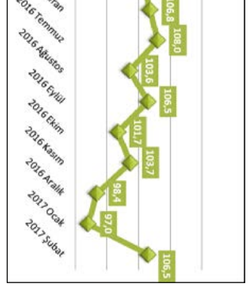
TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ

2017 Şubat ayında tüketici güveni azaldı.
Tüketici güven endeksi, Şubat ayında bir önceki aya göre %1,8 oranında azaldı; Ocak ayında 66,9 olan endeks değeri Şubat ayında 65,7 oldu
Tüketici Güven endeksindeki artış; hanenin maddi durum, genel ekonomik durum, işsiz sayısı ve tasarruf etme beklentileri değerlendirmelerinin iyileştiğini göstermektedir.

REEL KESİM GÜVEN ENDEKSİ

2017 Şubat ayında endeks, bir önceki aya göre 8,3 puan artarak 106,5 seviyesinde gerçekleşmiştir.

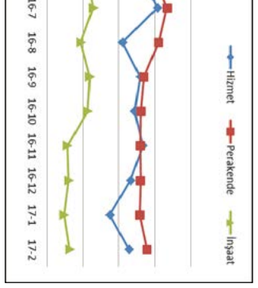
Endeksi oluşturan anket sorularına ait yayılma endeksleri incelendiğinde, genel gidişat, gelecek üç aydaki üretim, ihracat sipariş ve toplam istihdam miktarları, mevcut toplam sipariş ve mamul mal stoku miktarları ile sabit sermaye yatırım harcaması endeksi artış yönünde etkilerken, son üç aydaki toplam sipariş miktarına ilişkin değerlendirmeler endeksi azalış yönünde etkilemiştir.



SEKTÖREL GÜVEN ENDEKSLERİ

Şubat ayında hizmet, perakende ve inşaat sektörleri güven endeksleri arttı.

Sektörel Güven Endeksleri 0-200 aralığında değer alabilmekte, endeksin 100'den büyük olması sektörün mevcut ve gelecek döneme ilişkin iyimserliğini, 100'den küçük olması ise kötümserliğini göstermektedir.

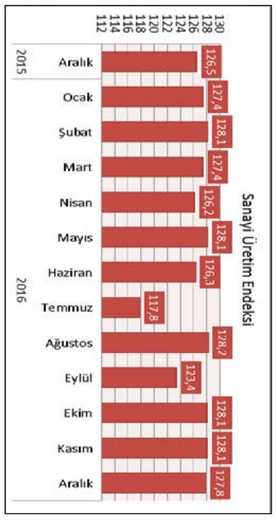


SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ

2017 Ocak ayında sanayi üretimi aynı kaldı.

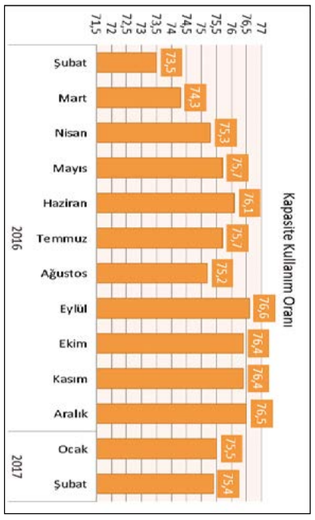
Sanayinin alt sektörleri incelendiğinde,
2017 yılı Ocak ayında bir önceki yılın aynı ayına göre;

- madencilik ve taşocakçılığı sektörü endeksi %13,7 azalırken
- imalat sanayi sektörü endeksi %2,8,
- elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı sektörü endeksi %7,2 arttı.



KAPASİTE KULLANIM ORANI

2017 Şubat ayında imalat sanayi genelinde kapasite kullanım oranı, bir önceki aya göre 0,1 puan azalarak %75,4 seviyesinde gerçekleşmiştir.



Bu çalışma yalnızca bilgilendirme amaçlıdır. Çalışmada yer alan analiz ve değerlendirmeler yatırım tavsiyesi olarak yorumlanmamalıdır. Veriler kamuya açık ve güvenilir olduğu düşünülen kaynaklardan derlenmiştir. Çalışmadaki bilgiler Konya Ticaret Odası için bağlayıcı değildir.

FUAR REHBERİ

BAŞLAMA	BİTİŞ	FUARIN ADI	KONUSU	BAŞLICA ÜRÜN HİZMET GRUPLARI	TÜRÜ	YER	ŞEHİR	DÜZENLEYİCİ
18.04.2017	22.04.2017	Diyarbakır 8.Ortadoğu Tarım-Hayvancılık Fuarı	Tarım, Hayvancılık, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi	Tarım Hayvancılık, Tavukçuluk ve Süt Endüstrisi	İhtisas Fuarı	Tüyap Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi	Diyarbakır	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
19.04.2017	21.04.2017	5.Uluslararası İstanbul Akıllı Şebekeler ve Şehirler Kongre ve Fuarı (ICSG ISTANBUL 2017)	Akıllı Şebekeler, Akıllı Şehirler, Enerji IT, Akıllı Sayaçlar	Akıllı Şebekeler ve Sistemler, Faturalama, Siber Güvenlik, Otomasyon,IOT, Akıllı Kent Teknolojileri, Kentsel Dönüşüm, Bulut Bilişim,	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul	HHB Fuar Organizasyon Reklam Ltd. Şti
19.04.2017	22.04.2017	TESKON-SODEX 2017	Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Klima, Pompa, Vana,	Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Klima, Havalandırma, Yalıtım, Pompa, Vana, Tesisat, Su Arıtma, Jeotermal ve Güneş Enerji Sistemleri Ekipmanları	İhtisas Fuarı	Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi	İzmir	Hannover Messe Sodeks Fuarcılık A.Ş.
19.04.2017	23.04.2017	Rising City Bursa 2.Gayrimenkul Fuarı	Konut, İşyeri, Arsa, Yatırım, Finansman ve Danışmanlık	Konut, İşyeri, Arsa, Bankalar, Emlakçılar, Yatırım, Finansman ve Danışmanlık Firmaları, Mimari Maket Firmaları, Devremülk, Kooperatif, Gayrimenkul ve Danışmanlık Şirketleri	İhtisas Fuarı	Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa	Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş.
19.04.2017	23.04.2017	Bursa İnşaat 2017 15.Yapı, İnşaat Malzemeleri, Tesisat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri Fuarı	Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Tesisat, Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Teknolojileri (Mutfak, Banyo, Seramik, Özel Bölümü)	Yapı ve İnşaat Malzemeleri, Mutfak, Banyo, Vitrifiye Ürünler, Yapı Kimyasalları, Asansör ve Donanımları, İş ve İnşaat Makineleri Kapılar, Güneş Enejisi, İklimlendirme, Tesisat	İhtisas Fuarı	Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa	Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş.
19.04.2017	23.04.2017	K.MOB 2017 Kayseri 7.Mobilya Fuarı	Mobilya, Dekorasyon ve Aksesuarlar	Mobilya, Dekorasyon, Aksesuar, Mutfak ve Banyo Mobilyaları, Aydınlatma, Halı,	İhtisas Fuarı	Kayseri Dünya Ticaret Merkezi	Kayseri	Tüyap Anadolu Fuarları A.Ş.
19.04.2017	23.04.2017	KÜTAF'17 Kütahya 9.Tarım, Hayvancılık, Seracılık ve Süt Endüstrisi Fuarı	Tarım, Hayvancılık, Seracılık ve Süt Endüstrisi	Ziraaat ve Tarım Makineleri, Tohum, Fide, Fidan Üreticileri, Seracılık Ekipmanları, Zirai İlaçlama, Gübre, Hayvancılık ve Ekipmanları,Veteriner, Yem	İhtisas Fuarı	Kütahya Belediyesi Fuar Alanı	Kütahya	Frig Fuarcılık ve Org. Hizm. San. Ve Tic. Ltd. Şti.
20.04.2017	22.04.2017	Cleanroom Uluslararası Temiz Oda Teknolojisi, Bakımı ve Donanımları Fuarı	Temiz Oda Teknolojisi, Bakımı ve Donanımları	Temizoda Uygulamaları için Mühendislik Tasarım, İklimlendirme, Havalandırma, Bakım, Kontrol ve Ölçümleme, Temizoda Cihaz ve Ekipmanları,Biyoteknoloji, Mikrobiyoloji, Biyomedikal ve Laboratuar Ekipmanları	Uluslararası İhtisas Fuarı	Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul	Akdeniz Reklamcılık ve Tanıtım Hizmetleri A.Ş.
20.04.2017	22.04.2017	Analytech Analiz ve Labaratuvar Teknolojileri, Ekipmanları Fuarı	Analiz ve Labaratuvar Teknolojileri, Kimyasallar, Kalite Kontrol Ölçümleme	Analiz Sistemleri, Tanı Sistemleri, Uygulamalar, Teknikler, Yazılımlar, Labaratuvar Cihazları, Otomasyon ve Robotik Sistemler, Ölçümleme, Test, Kalite Kontrol	İhtisas Fuarı	Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul	Akdeniz Reklamcılık ve Tanıtım Hizmetleri A.Ş.
20.04.2017	22.04.2017	Biotech Eurasia "Biyoteknoloji, Yaşam Bilimleri ve Endüstrileri Fuarı	Biyoproses, Biyoanalitik, Biyoenformasyon, Endüstriyel Biyoteknoloji, AR-GE	Biyoproses Mühendisliği, Biyoanalitik Teknolojileri,, Biyoenformasyon, Endüstriyel Biyoteknoloji, Danışmanlık, Akreditasyon, AR-GE	İhtisas Fuarı	Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul	Akdeniz Reklamcılık ve Tanıtım Hizmetleri A.Ş.
20.04.2017	23.04.2017	11.Uluslararası Yapıdecoor Ankara 2017	11. Ankara İnşaat Malzemeleri, Yapı Yenileme Fuarı	Doğal Taş, Arıtma Sis., Mutfak-Banyo, Boya, İzolasyon, Cephe Kaplama, Peyzaj, Kapı Pencere, Havuz, Şömine, Güneş Enerjisi, Aydınlatma, Zemin Kaplama	Uluslararası İhtisas Fuarı	ATO Kongre ve Sergi Sarayı	Ankara	CYF Fuarcılık A.Ş.
20.04.2017	23.04.2017	6.Uluslararası İstanbul Av, Silah ve Doğa Sporları Fuarı	Av, Silah, Balıkçılık ve Doğa Sporları Ürünleri	Av ve Avcılık Silahları, Malzemeleri, Doğa Sporları ve Malzemeleri,	Uluslararası İhtisas Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul	EFEM Uluslararası Fuar ve Org. Hiz. A.Ş.
20.04.2017	23.04.2017	KIDS 2017 3.Anne ve Çocuk İhtiyaçları Fuarı	Anne ve Çocuk İhtiyaçları	Anne, Bebek ve Çocuk İhtiyaçlarıOyuncak, Tekstil, Mobilya, Gıda ve Besin Ürünleri, Çocuk ve Anne Genel İhtiyaçlar	İhtisas Fuarı	ANFA Altınpark Fuar Merkezi	Ankara	İnfo Uluslararası Fuar Tan. Org. A.Ş.
06.04.2017	09.04.2017	7.Doğu Anadolu Tarım, Hayvancılık ve Gıda Fuarı	Tarım Hayvancılık, Seracılık, Organik Gıda, Sulama	Tarımsal Üretim Geliştirme, Makine ve Yan Sanayi, Sulama Sistemleri, Seracılık, Hayvancılık, Arıcılık, Organik Gıda, Gübre, Peyzaj	İhtisas Fuarı	Ortadoğu Expo Fuar ve Kongre Merkezi	Van	Ajansasya Fuarcılık Org. Ltd. Şti.
08.04.2017	09.04.2017	Ankara Forexpo-Forex, Hisse ve Türev Ürünleri Fuarı	Forex Eğitimi, Tanıtım ve Bilinçlendirme Organizasyonu	Finansal Sunumlar ve Eğitimler, Yatırım Şirketleri, Aracı Kurumlar	İhtisas Fuarı	Meyra Palace Hotel	Ankara	Ünal Fuarcılık Ltd. Şti.
08.04.2017	12.04.2017	İZWOOD 2017 İzmir Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı	Ağaç İşleme Makineleri, Mobilya İmal Makine ve Tezgahları, Kesici Takımlar, El Aletleri	Ağaç İşleme Makineleri, Kurutucular, Mobilya İmal Makine ve Tezgahları, Prester, Toz Emme Üniteleri, Kesici Takımlar, Elektrikli Mekanik El Aletleri, Ağaç Kesme Makineleri	İhtisas Fuarı	FuarİzmIr - Gaziemir	İzmir	Tüyap Fuar ve Fuarcılık Hizmetleri A.Ş.

KONYA PERAKENDE GÜVEN ENDEKSİ

KONYA PERAKENDE GÜVENİ TOPARLANIYOR

Konya Perakende Güven Endeksi (KOPE) Şubat 2017'de geçen aya göre artarken, geçen yıla göre azaldı. Geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu göstergesi geçen yıla göre azalış, geçen aya göre artış gösterdi. Önümüzdeki 3 ayda satış ve istihdam beklentisi ise hem Şubat 2016'ya göre hem de Ocak 2017'ye göre arttı. Konya perakende sektörü, Şubat 2017'de Türkiye genelinden daha iyi performans sergiledi.

Konya'da perakende güveni geçen aya göre arttı:

Şubat 2017'de TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE) -17,3 puan değerini alırken, KOPE -2,9 puan değerini aldı. Geçen yılın aynı dönemine göre KOPE 4 puan, TEPE 14,3 puan azaldı. Geçen aya göre KOPE 2,6 puan artış, TEPE ise 0,7 puan azalış gösterdi. Konya perakendesi, Türkiye genelinden daha iyi performans gösterirken; AB-28'den kötü performans gösterdi. KOPE değerinin Şubat 2016'ya göre azalmasında, geçen yıla göre geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu göstergesindeki düşüş etkili oldu.

Konyalı perakendecilerin satış beklentileri arttı:

Şubat 2017'de Konya'da faaliyet gösteren perakendecilerin yüzde 46,3'ü önümüzdeki 3 ayda satışlarının artmasını beklerken, satışlarının düşmesini bekleyenlerin oranı yüzde 16 düzeyinde oldu. Satışlarında bir değişiklik beklemeyenlerin oranı ise yüzde 37,7 olarak belirlendi.
Gelecek 3 aydaki satış beklentileri Şubat 2016'ya göre 0,7 puan, Ocak 2017'ye göre 1,9 puan arttı. Gelecek 3 aya ilişkin satış beklentilerinde Konya, Şubat 2017'de Türkiye genelinden ve AB-28'den daha iyi performans sergiledi.

Konya'da perakendecilerin işlerdeki toparlanma algısı azaldı:

Şubat 2017'de işlerdeki toparlanma algısı geçen aya göre 5,3 puan azalarak -47,6 değerini aldı. İşlerdeki toparlanma algısı geçen yılın aynı ayına göre ise 19,9 puan azaldı. İşlerinin geçen yılın aynı dönemine göre arttığını belirtenlerin oranı Şubat 2017'de yüzde 10,3 olurken, azaldığını belirtenlerin oranı yüzde 57 oldu. KOPE anketine katılanların yüzde 32,7'si ise işlerinin geçen yılın aynı dönemine göre değişmediğini belirtti. Şubat ayında Konya'daki perakendecilerin işlerdeki toparlanma algısının Türkiye genelindeki perakendecilere göre daha olumsuz olduğu görüldü.

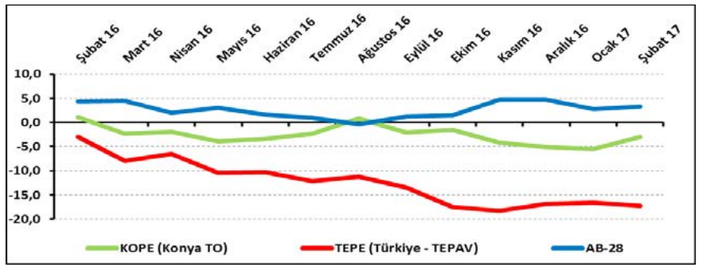
Perakende güveni en çok "mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri" sektöründe arttı:

Konya'da perakende sektörüne alt sektörler itibarıyla bakıldığında şubat ayında geçen yılın aynı dönemine göre "mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri", "tekstil, hazır giyim ve ayakkabı", "motorlu taşıtlar" ve "birden fazla türde ürün satan bakkal, market ve büyük mağazalar" sektörleri artış gösterdi. Bu sektörler ortalamanın üzerinde değer alırken; "diğer (akaryakıt istasyonu, eczane, parfümeri, nalbur, züccaciye, kırtasiye, vb.)", "yiyecek, içecek ve tütün ürünleri" ve "elektrikli ev aletleri, radyo ve televizyonlar" sektörleri ortalamanın altında değer aldı. En fazla azalış gözlenen sektör şubat ayında da "elektrikli ev aletleri, radyo ve televizyonlar" sektörü oldu.

Perakendecilerin satış ve istihdam beklentileri arttı:

KOPE ve TEPE değerleri sorular bazında karşılaştırıldığında, Şubat 2017'de "geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu" ve "önümüzdeki 3 ayda tedarikçilerden sipariş, satış, satış fiyatı ve istihdam

Şekil-1. KOPE ile TEPE karşılaştırılması* (Şubat 2016 - Şubat 2017)

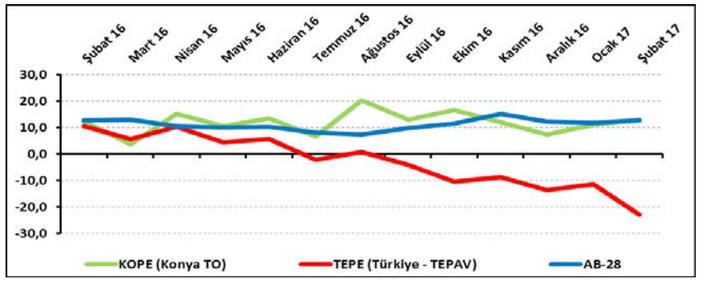


*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-1. Konya Perakende Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	2,5	2,9	-0,3	-0,8	2,3	1,2	1,9	-1,0	-3,7	0,0	10,2	6,2
2016	3,8	1,1	-2,3	-1,9	-3,9	-3,4	-2,3	0,8	-2,1	-1,5	-4,2	-5,1
2017	-5,5	-2,9										

Şekil-2. Önümüzdeki 3 aya ilişkin satış beklentisi* (Şubat 2016 – Şubat 2017)

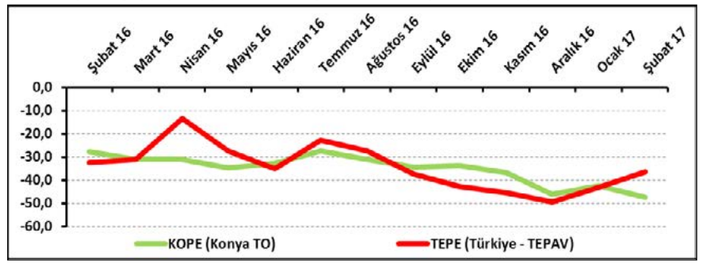


*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-2. Önümüzdeki 3 aya ilişkin beklenti*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	26,7	13,3	17,3	17,2	23,4	15,0	21,2	14,5	13,7	16,8	43,2	21,7
2016	21,0	12,2	3,7	15,2	10,4	13,4	6,6	20,2	13,0	16,5	11,9	7,4
2017	11,0	12,9										

Şekil-3. İşlerin geçen yılın aynı dönemine göre durumu* (Şubat 2016 – Şubat 2017)

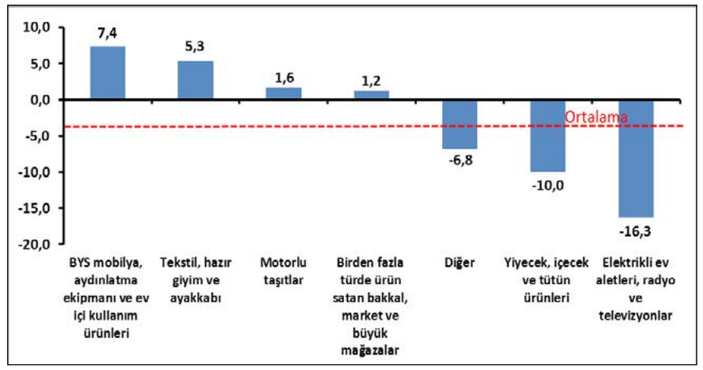


*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-3. İşlerin geçen yılın aynı dönemine göre durumu*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2015	-12,7	-13,9	-18,9	-13,6	-12,2	-12,3	-14,7	-23,4	-24,5	-26,0	-29,1	-26,5
2016	-28,9	-27,7	-31,3	-31,2	-34,7	-32,7	-27,5	-31,3	-34,4	-33,8	-36,8	-46,1
2017	-42,3	-47,6										

Şekil-4. Alt sektör bazında KOPE'nin Şubat 2017'de bir önceki yıla göre değişimi* (puan)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

beklentileri” göstergelerinde Konya’nın Türkiye’ye göre daha iyi bir performans sergilediği görüldü. Konya perakendesinde “önümüzdeki 3 ayda satış ve istihdam beklentileri” göstergeleri hem Şubat 2016’ya hem de Ocak 2017’ye göre artarken; “geçen yıla göre işlerin durumu” ve “gelecek yıl mağaza sayısı beklentisi” göstergeleri azaldı. “Geçtiğimiz 3 ayda işlerin durumu” ve “önümüzdeki 3 ayda tedarikçilerden sipariş beklentisi“ göstergeleri Şubat 2016’ya göre azalış, Ocak 2017’ye göre artış gösterirken; “önümüzdeki 3 ayda satış fiyatı beklentisi ise ters seyir izledi.

Tablo-4. KOPE ve TEPE soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	KOPE (Konya) 02/2016	KOPE (Konya) 01/2017	KOPE (Konya) 02/2017	Bir önceki aya göre değişim 02/2017	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 02/2017	TEPE (Türkiye) 02/2017
Geçtiğimiz üç ayda işlerinizin gelişimi ne yönde oldu?	-17,8	-39,5	-32,1	7,4	-14,3	-39,9
Mevcut stok düzeyiniz hakkında ne düşünüyorsunuz?	9,0	12,0	10,3	-1,7	1,3	11,0
Tedarikçilerden siparişlerinizin önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	8,7	-7,3	8,3	15,6	-0,4	-29,3
Satışlarınızın önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	12,2	11,0	12,9	1,9	0,7	-22,9
İstihdam ettiğiniz personel sayısının önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	1,2	-0,6	2,4	3,0	1,2	-8,8
Satış fiyatlarınızın önümüzdeki üç ayda ne yönde değişeceğini düşünüyorsunuz?	35,6	42,5	36,8	-5,7	1,2	18,1
İşleriniz geçen yılın aynı dönemine göre bu yıl nasıl gelişti?	-27,7	-42,3	-47,6	-5,3	-19,9	-36,3
Mağaza sayınızın gelecek yıl nasıl değişmesini bekliyorsunuz?	2,0	2,3	0,7	-1,6	-1,3	2,9

[1] Stok düzeyinde pozitif değer stok düzeyinin normalin altında olduğunu ifade etmektedir. Tablo-4’deki [-] değerler negatif beklentilerin pozitif beklentilerden fazla olduğunu ifade etmektedir.

Perakende güveninde Türkiye, AB-28 ve Euro Bölgesi’nin gerisinde kaldı:
AB-28 ülkeleri ve Türkiye’nin Perakende Güven Endeksi değerlerine bakıldığında Finlandiya’nın şubat ayında geçen yıla göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Finlandiya’yı; Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Fransa ve Polonya takip etti. Türkiye, Romanya ve Danimarka ise perakende güveninde geçen yıla göre en fazla düşüş yaşanan ülkeler oldu. Euro Bölgesi’nde perakende güveni geçen yıla göre artarken, AB-28’de azaldı. Türkiye, geçen yıla göre perakende güveni değişiminde AB-28 ve Euro Bölgesine göre daha kötü performans sergiledi.

Tablo-5. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye’nin Perakende Güven Endeksi karşılaştırmaları*(Şubat 2016’ya göre)

Ülkeler/ (Puan)	Şubat 2016’ya göre Perakende Güven Endeksi’ndeki Değişim	Aralık 2016
Finlandiya	14,0	-2,4
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	7,5	4,9
Fransa	5,4	-1,6
Polonya	4,1	5,3
Hollanda	2,5	10,4
Bulgaristan	2,4	15,2
Letonya	2,2	8,5
Portekiz	2,0	1,9
Çek Cumhuriyeti	1,4	24,3
Avusturya	1,0	-3,7
Euro Bölgesi-19	0,6	1,9
İtalya	-0,1	9,8
Almanya	-0,5	-2,1
AB-28	-1,1	3,3
Yunanistan	-1,3	1,9
Macaristan	-1,6	9,3
Malta	-1,7	15,6
İspanya	-3,8	10,5
İsveç	-3,9	14,6
Hırvatistan	-4,4	7,8
Litvanya	-4,8	10,3
İngiltere	-6,7	5,7
Slovenya	-6,9	17,5
Belçika	-8,0	-17,7
Estonya	-10,2	8,0
Slovakya	-10,3	4,4
Danimarka	-10,6	0,6
Romanya	**-14,2**	**-1,3**
Türkiye	-14,3	-17,3

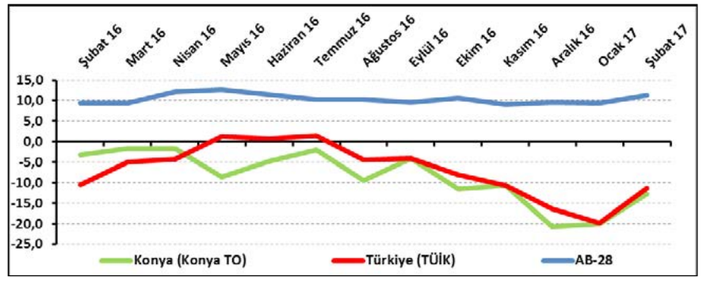
**Mevsimsellikten arındırılmış seriler*

KONYA HİZMETLER SEKTÖRÜ GÜVEN ENDEKSİ

KONYA HİZMETLER SEKTÖRÜNÜN ÇALIŞAN SAYISI BEKLENTİSİ DÜŞTÜ

Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, geçen aya göre yükselirken, geçen yılın aynı ayına göre düştü. Önümüzdeki 3 ayda hizmetlere olan talep beklentisi Ocak 2017’ye göre artarken, Şubat 2016’ya göre düştü. Konya hizmetler sektörünün önümüzdeki dönemde hizmetlere olan talep beklentisi, Türkiye geneli ve AB-28’den daha yüksek bir değer aldı. Önümüzdeki 3 ayda çalışan sayısı beklentisi ve fiyat beklentisinde geçen aya göre düşüş gözlendi.

Şekil-1. Hizmetler Sektörü Güven Endeksi karşılaştırması* (Şubat 2016 - Şubat 2017)



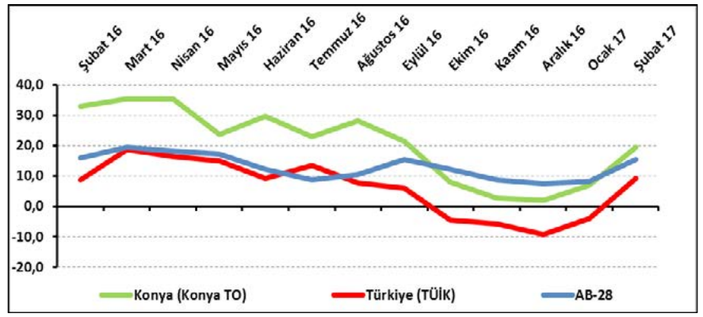
Tablo-1. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014	7,3	-0,1	-5,6	-2,6	-4,1	1,7	0,9	7,0	9,8	7,9	3,7	2,2
2015	6,4	7,3	3,6	5,8	1,3	-6,1	1,8	-8,8	-12,0	-6,0	4,2	5,8
2016	-6,3	-3,3	-1,7	-1,7	-8,6	-4,8	-2,0	-9,4	-4,1	-11,5	-10,7	-20,7
2017	-20,0	-12,7										

Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi geçen aya göre yükseldi:
Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi geçen aya göre 7,3 puan yükselirken, geçen yıla göre 9,4 puan düşerek -12,7 puan değerini aldı. Türkiye genelini temsil eden Hizmetler Sektörü Güven Endeksi ise Şubat 2017’de geçen aya göre 8,6 puan yükselirken, geçen yıla göre 0,8 puan düşerek -11,3 puan değerini aldı. Buna karşın AB-28’i temsil eden hizmetler sektörü güven endeksi Şubat 2017’de bir önceki aya göre 1,9 puan, geçen yılın aynı dönemine göre 1,8 puan yükselerek 11,2 puan değerini aldı. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, Şubat ayında Türkiye geneli ve AB-28’den daha kötü performans sergiledi. Konya Hizmetler Sektörü Güven Endeksinin bir önceki aya göre yükselmesinde en çok gelecek 3 ayda verilecek hizmetlere olan talep beklentisindeki artış etkili olmuştur.

Konya hizmetler sektörünün yüzde 42’si önümüzdeki dönemden umutlu:
Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere olan talep beklentisinin denge değeri Şubat 2017’de bir önceki aya göre 12,4 puan yükselirken, geçen yılın aynı dönemine göre 13,6 puan düşerek 19,4 puan değerini aldı. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere olan talep beklentisi bir önceki aya göre hem Konya ve Türkiye genelinde hem de AB-28’de yükseldi. Şubat ayında Konya, Türkiye geneli ve AB-28’den daha iyi bir performans sergiledi.

Şekil-2. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere talep beklentisi* (%arttı - %azaldı) (Şubat 2016 – Şubat 2017)



Tablo-2. Önümüzdeki 3 ayda verilen hizmetlere talep beklentisi* (%arttı – %azaldı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014	35,0	38,7	36,0	34,3	28,0	31,0	36,7	45,3	36,0	17,0	9,0	19,7
2015	34,7	38,0	25,7	24,7	26,3	5,0	28,7	6,3	8,7	22,7	46,3	35,3
2016	20,7	33,0	35,3	35,3	23,7	29,7	23,0	28,1	21,3	8,0	2,7	2,0
2017	7,0	19,4										

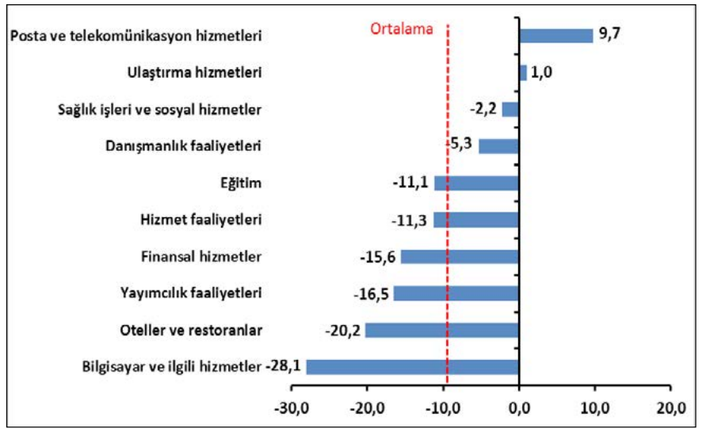
Şubat ayının lideri posta ve telekomünikasyon hizmetleri sektörü oldu:
Şubat ayında Konya’da hizmetler sektörüne alt sektörler itibarıyla bakıldığında; Şubat 2017’de Konya’da hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 42,1’i önümüzdeki 3 ayda verdikleri hizmetlere olan talepte artış beklerken, yüzde 22,7’si talepte düşme beklediklerini ifade etti.

kıldığında, “posta ve telekomünikasyon hizmetleri” sektörünün en iyi performans gösteren sektör olduğu görüldü. Bu sektörü “ulaştırma hizmetleri” sektörü takip etti. Bu sektörlerde geçen yıla göre artış yaşandı. “Sağlık işleri ve sosyal hizmetler”, “danışmanlık faaliyetleri”, “eğitim”, “hizmet faaliyetleri”, “finansal hizmetler”, “yayımcılık faaliyetleri”, “oteller ve restoranlar” ve “bilgisayar ve ilgili hizmetler” sektörleri geçen yıla göre düşüş yaşanan sektörler oldu. Endeks değerine göre bir önceki yıla göre gözlenen azalmanın en yüksek olduğu sektör, “bilgisayar ve ilgili hizmetler“ sektörü oldu.

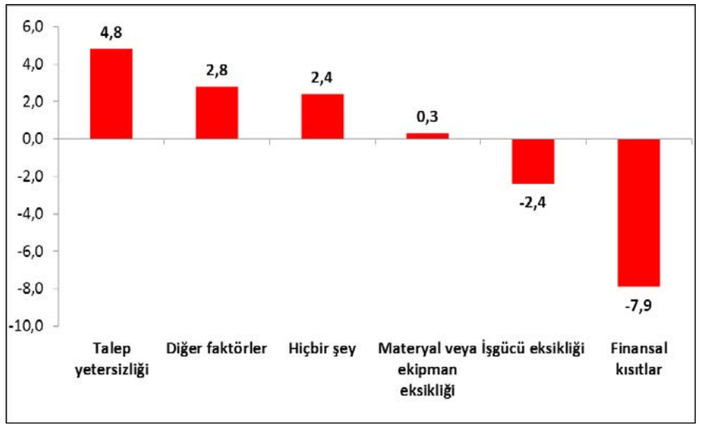
Firmaların yüzde 41’i talep yetersizliğinden şikâyet ediyor:
Konya’da hizmetler sektöründe faaliyetleri kısıtlayan faktörlerin geçen yıla göre değişimleri incelendiğinde talep yetersizliğinden, diğer faktörlerden ve materyal veya ekipman eksikliğinden şikayet edenlerin oranında geçen yıla göre artış yaşanmıştır. Faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını söyleyenlerin oranında da geçen yıla göre artış yaşanmıştır. İşgücü eksikliğinden ve finansal kısıtlardan şikayet edenlerin oranında geçen yıla göre düşüş yaşanmıştır.

Şubat ayında hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 41,5’i faaliyetlerini kısıtlayan temel etmenin talep yetersizliği olduğunu dile getirmiştir. Firmaların yüzde 21,1’i diğer faktörlerin, yüzde 19,1’i finansal kısıtların, yüzde 2,3’ü işgücü eksikliğinin ve yüzde 1’i materyal veya ekipman eksikliğinin faaliyetlerini kısıtladığını vurgulamıştır. Faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını ifade edenlerin oranı ise yüzde 15,1 olmuştur.

Şekil-3. Alt sektörler bazında endeksin Şubat 2017’de bir önceki yıla göre değişimi (puan)



Şekil-4. Faaliyetleri kısıtlayan temel etkenlerin Şubat 2017’de bir önceki yıla göre değişimi (puan)



Tablo-5. Soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	Konya (Konya TO) 02/2016	Konya (Konya TO) 01/2017	Konya (Konya TO) 02/2017	Bir önceki aya göre değişim 02/2017	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 02/2017	Türkiye (TÜİK) 02/2017
Geçtiğimiz üç ayda işleriniz nasıl değişti?	-21,7	-35,0	-31,4	3,6	-9,7	-21,9
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlere olan talep nasıl değişti?	-21,3	-32,0	-26,1	5,9	-4,8	-21,1
Gelecek üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlere olan talebin ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	33,0	7,0	19,4	12,4	-13,6	9,1
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısı nasıl değişti?	-9,3	-6,7	-7,0	-0,3	2,3	-16,1
Gelecek üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	8,0	7,3	6,0	-1,3	-2,0	4,3
Gelecek üç ayda şirketinizin verdiği hizmetlerin fiyatlarının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	33,7	37,7	26,1	-11,6	-7,6	12,3
Geçen yılın aynı dönemine göre iş hacminizde (hizmet satışlarınızda) nasıl bir gelişme oldu?	-12,3	-37,7	-35,1	2,6	-22,8	

Konya hizmetler sektörü, gelecek döneme ilişkin göstergelerde Türkiye genelinden daha yüksek:
Konya ve Türkiye, Hizmetler Sektörü Güven Endeksi Anketi soruları bazında karşılaştırıldığında, şubat ayında Konya’nın gelecek dönemki göstergelerde Türkiye’ye göre daha iyi bir performans sergilediği görüldü. Geçtiğimiz üç ayda şirketin çalışan sayısında bir önceki yıla göre artış yaşandığı gözlendi. Diğer tüm göstergelerde aynı dönemde düşüş yaşandı.

Hizmetler sektöründe AB, Türkiye’ye göre daha iyi performans sergiledi:
AB-28 ülkeleri ve Türkiye’nin Hizmetler Sektörü Güven Endeksi değerlerine bakıldığında, Avusturya’nın geçen yıla göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Avusturya’yı; Yunanistan, İsveç, Malta ve Slovenya takip etti. Geçen yıla göre en fazla düşüş ise Macaristan’da yaşandı. Macaristan’ı, Romanya takip etti. Türkiye Hizmetler Sektörü Güven Endeksi, geçen yıla göre Euro bölgesine ve AB-28 ülkelerine kıyasla daha kötü performans sergiledi.

Tablo-4. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye’nin Hizmetler Sektörü Güven Endeksi karşılaştırmaları (Şubat 2016’ya göre)

Ülkeler/ (Puan)	Şubat 2016’ya göre Hizmetler Sektörü Güven Endeksi’ndeki Değişim	Ocak 2017
Avusturya	24,3	21,0
Yunanistan	21,4	-2,9
İsveç	20,2	29,7
Malta	17,5	27,4
Slovenya	15,5	20,8
Estonya	12,3	3,3
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	8,6	22,5
Litvanya	5,5	7,9
Letonya	4,5	6,3
Slovakya	4,3	15,3
İspanya	3,8	19,5
Euro Bölgesi-19	3,7	12,8
Bulgaristan	3,3	12,2
Almanya	3,0	21,7
Hollanda	2,7	13,9

Ülkeler/ (Puan)	Şubat 2016’ya göre Hizmetler Sektörü Güven Endeksi’ndeki Değişim	Ocak 2017
Fransa	2,7	-0,8
İtalya	2,6	10,3
Portekiz	2,5	8,1
AB-28	1,9	11,2
Çek Cumhuriyet	1,7	34,2
Hırvatistan	1,4	16,4
Danimarka	-0,6	6,4
Türkiye	-0,8	-11,3
Polonya	-1,8	0,1
Belçika	-2,8	17,1
Finlandiya	-4,7	19,0
İngiltere	-6,1	3,4
Romanya	-10,6	4,8
Macaristan	-10,7	7,1

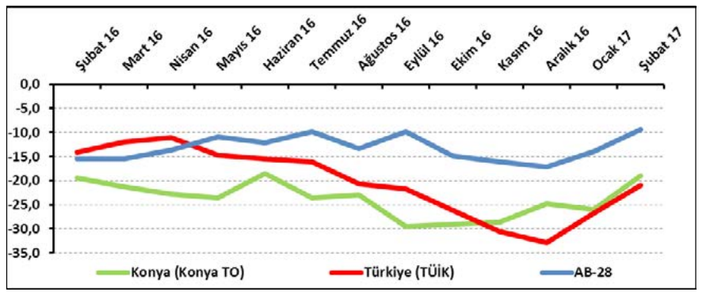
KONYA İNŞAAT SEKTÖRÜ GÜVEN ENDEKSİ

KONYA İNŞAAT SEKTÖRÜNÜN ÇALIŞAN SAYISI BEKLENTİSİ ARTTI

Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi geçen aya ve geçen yılın aynı dönemine göre yükseldi. Mevcut siparişler ise; Şubat 2016 ve Ocak 2017'ye göre arttı. Konya inşaat sektörünün önümüzdeki dönem işlere olan talep beklentisinde ve çalışan sayısı beklentisinde geçen aya göre artış gözlenirken, fiyat beklentisinde düşüş gözlendi.

Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi geçen aya ve geçen yıla göre yükseldi:

Şekil-1. İnşaat Sektörü Güven Endeksi karşılaştırılması* (Şubat 2016 – Şubat 2017)



*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-1. Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi*

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014	-8,3	6,5	-0,3	-6,8	-5,0	-3,8	-10,0	-6,3	-14,1	-14,5	-13,3	-13,3
2015	-16,3	-8,3	-14,0	-14,0	-15,8	-20,5	-26,3	-24,0	-28,0	-37,0	-24,6	-30,0
2016	-25,3	-19,5	-21,3	-22,8	-23,5	-18,5	-23,5	-23,0	-29,5	-29,0	-28,5	-24,8
2017	-26,0	-19,0										

Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi, Şubat 2017'de geçen aya ve geçen yılın aynı dönemine göre yükseldi. Endeks değeri, geçen yılın aynı dönemine göre 0,5 puan, geçen aya göre 7 puan yükseldi ve -19 puan değerini aldı. Şubat 2017'de Türkiye genelini temsil eden inşaat sektörü güven endeksi -20,9 puan, AB-28'i temsil eden endeks ise -9,3 puan değerini aldı. Şubat ayında inşaat sektörü güven endeksi, geçen aya göre hem Konya ve Türkiye genelinde hem AB-28'de yükseldi. Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi, şubat ayında Türkiye genelinden daha iyi performans sergiledi.

Konya'da inşaat sektörünün yüzde 56'sı mevcut siparişlerin normal seviyede olduğunu ifade etti:

Mevcut sipariş durumunun denge değeri, bir önceki aya göre ve geçen yılın aynı dönemine göre yükseldi. Böylelikle söz konusu değer, Şubat 2017'de -34 puan değerini almış oldu.

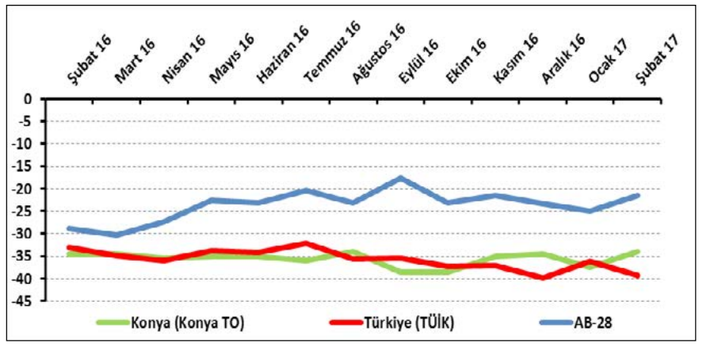
Şubat 2017'de Konya'da inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 5'i mevcut siparişlerinin normalin üzerinde olduğunu belirtirken, yüzde 39'u normalin altında olduğunu ifade etti. Mevcut siparişlerinin normal seviyede olduğunu belirtenlerin oranı ise yüzde 56 oldu.

Mevcut siparişlerin durumu geçen yıla göre Konya ve AB-28'de yükselirken, Türkiye genelinde düştü. Konya inşaat sektöründeki mevcut siparişlerin denge değeri, şubat ayında Türkiye genelinden daha iyi performans gösterdi.

Konya'da gelecek dönemdeki istihdam beklentisi geçen aya göre yükseldi:

Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi Şubat 2017'de bir önceki aya göre 10,5 puan, geçen yılın aynı dönemine göre 0,5 puan yükseldi. Böylelikle

Şekil-2. Mevcut siparişlerin durumu* (%normalin üzeri – %normalin altı) (Şubat 2016 – Şubat 2017)

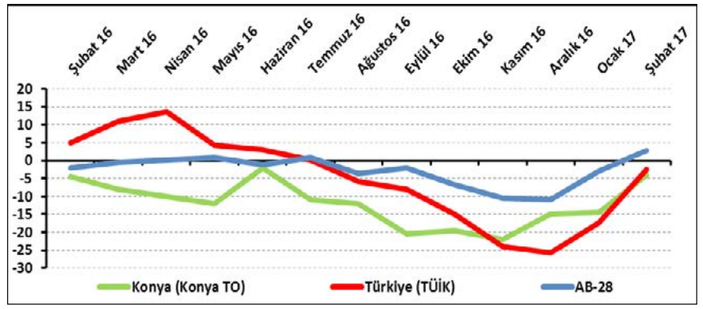


*Mevsimsellikten arındırılmış seriler

Tablo-2. Mevcut siparişlerin durumu* (%normalin üzeri – %normalin altı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014	-31,0	-19,0	-19,0	-28,0	-26,5	-19,5	-28,0	-19,5	-23,1	-18,0	-23,5	-22,0
2015	-32,0	-28,0	-28,5	-26,5	-26,5	-30,0	-37,0	-29,5	-31,0	-43,5	-33,7	-35,0
2016	-37,0	-34,5	-34,5	-35,5	-35,0	-35,0	-36,0	-34,0	-38,5	-38,5	-35,0	-34,5
2017	-37,5	-34,0										

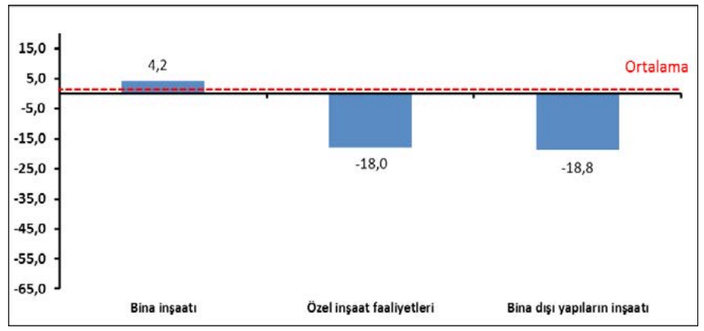
Şekil-3. Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi* (%arttı – %azaldı)(Şubat 2016 – Şubat 2017)



Tablo-3. Önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısı beklentisi* (%arttı – %azaldı)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014	14,5	32,0	18,5	14,5	16,5	12,0	8,0	7,0	-5,0	-11,0	-3,0	-4,5
2015	-0,5	11,5	0,5	-1,5	-5,0	-11,0	-15,5	-18,5	-26,0	-30,5	-15,6	-25,0
2016	-13,5	-4,5	-8,0	-10,0	-12,0	-2,0	-11,0	-12,0	-20,5	-19,5	-22,0	-15,0
2017	-14,5	-4,0										

Şekil-4. Alt sektörler bazında endeksin Şubat 2017'de bir önceki yıla göre değişimi (puan)

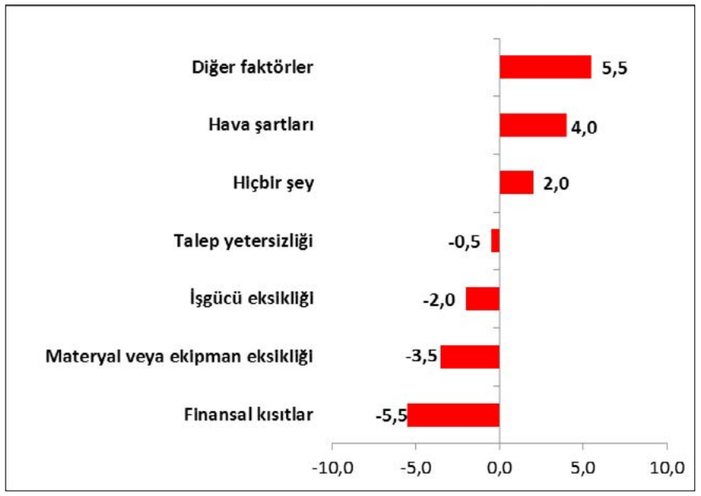


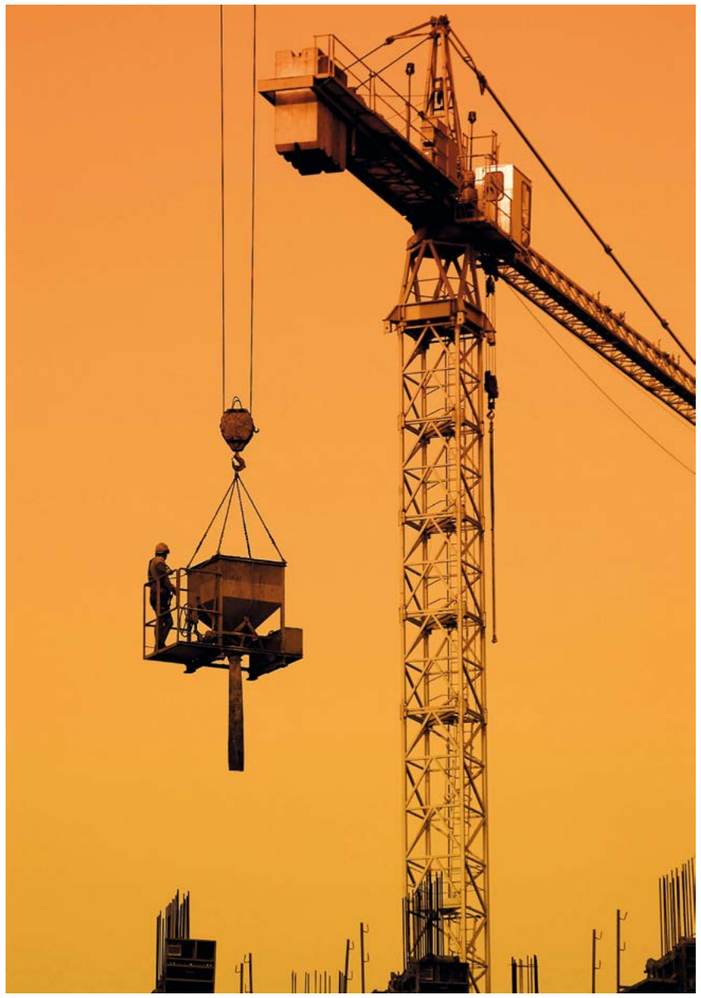
istihdam beklentisinin denge değeri -4 puan oldu.
Şubat 2017'de, Konya'da inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 19'u önümüzdeki 3 aydaki çalışan sayısında artış beklerken, çalışan sayısında düşüş bekleyenlerin oranı yüzde 23 oldu. Çalışan sayısı beklentisi geçen yılın aynı dönemine göre Konya ve AB-28'de yükselirken, Türkiye genelinde düştü. Konya inşaat sektöründe önümüzdeki döneme ilişkin istihdam beklentisi, şubat ayında Türkiye genelinden daha kötü performans sergiledi.

Şubat ayında bina inşaatı sektöründe artış oldu:
Konya İnşaat Sektörü Güven Endeksi alt sektörler itibarıyla incelendiğinde, Şubat 2017'de geçen yılın aynı dönemine göre "bina inşaatı" sektöründe artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu sektörde geçen yıla göre gerçekleşen artış, ortalama artışın üzerinde gerçekleşti. "Özel inşaat faaliyetleri" ve "bina dışı yapıların inşaatı" sektörlerinde ise geçen yıla göre düşüş olduğu gözlemlenmiştir.

Firmaların yüzde 34'ü hava şartlarının faaliyetlerini kısıtladığını söylüyor:
Konya'da inşaat sektöründe faaliyetleri kısıtlayan faktörlerin geçen yıla göre değişimi incelendiğinde Şubat 2017'de "diğer faktörler" ve "hava şartları" gibi unsurlardan şikayet edenlerin oranında geçen yıla göre artış yaşandığı görülmüştür. Faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şeyin olmadığını söyleyenlerin oranında da artış yaşanmıştır. "Talep yetersizliği", "işgücü eksikliği", "materyal veya ekipman eksikliği" ve "finansal kısıtlar" gibi unsurlardan şikayet edenlerin oranında düşüş yaşanmıştır. Faaliyetleri kısıtlayan faktörler dile getirilme sıklığına göre ele alındığında Şubat 2017'de

Şekil-5. İnşaat faaliyetlerini kısıtlayan temel etkenlerin Şubat 2017'de bir önceki yıla göre değişimi (puan)





firmaların, en çok hava şartlarından şikayet ettiği görülmüştür. Bu dönemde hava şartlarından şikayet eden firmaların toplam içindeki payı yüzde 34'tür. Dile getirilen diğer kısıtların yüzdesel dağılımları sırasıyla şöyledir: talep yetersizliği (yüzde 19,5), finansal kısıtlar (yüzde 15), diğer faktörler (yüzde 12), materyal veya ekipman eksikliği (yüzde 11,5), işgücü eksikliği (yüzde 5). Firmaların yüzde 3'ü ise faaliyetlerini kısıtlayan hiçbir şey olmadığını belirtmiştir.

Konya, inşaat sektörünün gelecek döneme ilişkin satış fiyatı beklentisi Türkiye genelinden daha yüksek:
Konya ve Türkiye İnşaat Sektörü Güven Endeksi Anketi sorular bazında karşılaştırıldığında, Konya'nın "mevcut siparişlerin durumu" ve "gelecek üç ayda satış fiyatı beklentisi" göstergelerinde Türkiye'ye kıyasla daha iyi bir performans sergilediği görülmüştür. Konya inşaat sektörü alt göstergeler itibarıyla incelendiğinde, bir önceki aya göre "geçtiğimiz üç ayda inşaat faaliyetleri durumu" ve "gelecek üç ayda satış fiyatı beklentisi" göstergelerinde düşüş olduğu gözlenmiştir. Diğer tüm göstergelerde artış yaşanmıştır.

Türkiye, Euro Bölgesi ve AB-28'e kıyasla daha kötü performans sergiledi:
AB-28 ülkeleri ve Türkiye'nin inşaat sektörü güven endeksi değerlerine bakıldığında, Slovenya'nın geçen yılın aynı ayına göre en fazla artış yaşanan ülke olduğu görüldü. Slovenya'yı; Fransa, Letonya, Macaristan ve Estonya takip etti. Geçen yıla göre en fazla düşüş ise Yunanistan'da yaşandı. Türkiye, geçen yıla göre Euro Bölgesi ve AB-28'e kıyasla daha kötü performans sergiledi.

Tablo-4. Soru bazında detaylı sonuçlar* (puan)

Sorular	Konya (Konya TO) 02/2016	Konya (Konya TO) 01/2017	Konya (Konya TO) 02/2017	Bir önceki aya göre değişim 02/2017	Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim 02/2017	Türkiye (TÜİK) 02/2017
Geçtiğimiz üç ayda inşaat (yapma) faaliyetleriniz nasıl değişti?	-28,5	-32,5	-39,0	-6,5	-10,5	-27,7
Mevcut siparişlerinizin (mevsim normallerine göre) ne durumda olduğunu düşünüyorsunuz?	-34,5	-37,5	-34,0	3,5	0,5	-39,2
Gelecek üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısının ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-4,5	-14,5	-4,0	10,5	0,5	-2,6
Gelecek üç ayda satış fiyatlarınızın ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	17,5	10,5	7,0	-3,5	-10,5	5,9
Gelecek üç ayda şirketinizin yaptığı işlere olan talebin ne yönde değişmesini bekliyorsunuz?	-3,0	-13,0	-7,0	6,0	-4,0	
Geçtiğimiz üç ayda şirketinizin toplam çalışan sayısı nasıl değişti?	-19,5	-25,5	-23,5	2,0	-4,0	
Geçen yılın aynı dönemine göre iş hacminizde nasıl bir gelişme oldu?	-19,0	-36,5	-18,5	18,0	0,5	

Tablo-5. AB-28 Ülkeleri ve Türkiye'nin İnşaat Sektörü Güven Endeksi karşılaştırmaları (Şubat 2016'ya göre)

Ülkeler/ (Puan)	Şubat 2016'ya göre İnşaat Sektörü Güven Endeksi'ndeki Değişim	Ocak 2017
Slovenya	24,2	2,8
Fransa	18,5	-18,1
Letonya	15,2	-19,5
Macaristan	15,0	-0,8
Estonya	12,8	6,4
İsveç	12,6	23,0
Finlandiya	11,5	3,0
Avusturya	10,9	10,8
Portekiz	10,3	-23,7
Hırvatistan	10,2	-5,8
Almanya	9,0	4,0
Hollanda	9,0	19,7
Belçika	8,3	-8,2
Euro Bölgesi-19	8,0	-10,0
Slovakya	7,5	-10,5

Ülkeler/ (Puan)	Şubat 2016'ya göre İnşaat Sektörü Güven Endeksi'ndeki Değişim	Ocak 2017
AB-28	6,1	-9,3
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	5,4	-25,7
Lüksemburg	4,9	0,6
İtalya	3,0	-18,2
Polonya	2,6	-25,4
Romanya	1,6	-15,6
Danimarka	1,3	-7,9
Bulgaristan	0,3	-24,3
Litvanya	-0,3	-31,6
İngiltere	-0,6	-5,9
Çek Cumhuriyet	-2,4	-22,1
İspanya	-3,8	-29,5
Malta	-4,5	-11,9
Türkiye	-6,8	-20,9
Yunanistan	-25,3	-56,0

EKONOMİK GÖSTERGELER

KONYA İSTİHDAM İZLEME BÜLTENİ

Tablo-1. Sigortalı Ücretli (4/a) Çalışan Sayısı (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

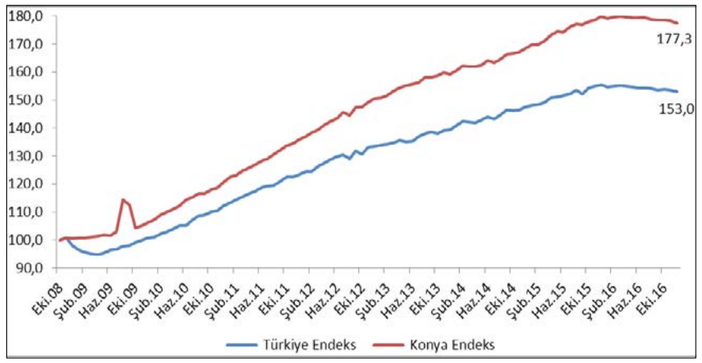
	Konya	Türkiye
Aralık 2015	299.879	13.999.398
Aralık 2016	293.784	13.775.188
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	-6.095	-224.210
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	-2,0	-1,6
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	5,2	4,0
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	11,8	10,3
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	18,4	15,4
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	31,6	24,9
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	-1.686	-34.418
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	-0,6	-0,2

**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar*
Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

KONYA'DA SİGORTALI ÇALIŞAN SAYISI 294 BİN OLDU:
Konya İstihdam İzleme Bülteni; SGK ve İŞKUR verilerine göre "sigortalı ücretli çalışan sayısı, kadın çalışan sayısı, işyeri, esnaf, çiftçi ve kamu çalışan sayılarına" yer vermektedir. Aralık 2016 verilerine göre Konya'da bir yılda sigortalı ücretli çalışan sayısı 6 bin azalarak 294 bin oldu.

Konya'da, istihdam 1 yılda 6 bin azaldı:
SGK verilerine göre Aralık 2016'da sigortalı ücretli (4/a) çalışanların sayısı Türkiye genelinde 13 milyon 775 bin, Konya'da ise 294 bin olmuştur.
Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya sigortalı ücretli çalışan sayısı Türkiye'de 224 bin (yüzde 1,6), Konya'da 6 bin (yüzde 2) azalmıştır. Son beş yıllık dönem değerlendirildiğinde ise Konya'daki sigortalı çalışan sayısı artış oranı (yüzde 31,6), Türkiye genelindeki sigortalı çalışan sayısı artış oranından (yüzde 24,9) daha yüksek olmuştur.
Mevsimsellikten arındırılmış serilerde sigortalı ücretli istihdamı son bir ayda Türkiye'de yüzde 0,2, Konya'da yüzde 0,6 azalmıştır.

Şekil-1. Aylara Göre Sigortalı Ücretli (4/a) Çalışan Sayısı (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir)



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

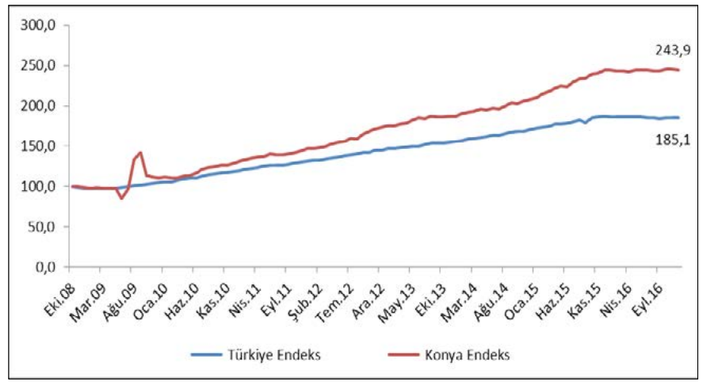
Tablo-2. Sigortalı Ücretli (4/a) Kadın Çalışan Sayısı (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye	Konya'daki Kadın İstihdamının Konya'daki Toplam İstihdama Oranı (%)
Aralık 2015	56.026	3.865.696	18,7
Aralık 2016	55.786	3.825.218	19,0
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	-240	-40.478	
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	-0,4	-1,0	
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	18,2	9,4	
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	31,4	20,0	
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	41,4	28,3	
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	68,7	42,7	
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	-366	4.832	
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	-0,7	0,1	

**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

Konya'da 1 yılda kadın istihdamı azaldı:
SGK verilerine göre Aralık 2016'da sigortalı ücretli (4/a) kadın çalışan sayısı Türkiye genelinde 3 milyon 825 bin, Konya'da ise 56 bin olmuştur. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı Türkiye'de 40 bin (yüzde 1), Konya'da 240 (yüzde 0,4) azalmıştır.
Son beş yıllık dönem değerlendirildiğinde ise Konya'daki sigortalı ücretli (4/a) kadın çalışan sayısı artış oranının (yüzde 68,7) Türkiye genelindeki sigortalı ücretli (4/a) kadın çalışan sayısı artış oranından (yüzde 42,7) daha yüksek olduğu gözlenmiştir.
Toplam istihdam içerisinde kadın istihdamının payı Aralık 2015'te yüzde 18,7 iken bu oranın Aralık 2016'da yüzde 19'a çıktığı görülmektedir.
Mevsimsellikten arındırılmış serilerde ise Konya'da sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı son bir ayda yüzde 0,7 azalırken, Türkiye'de yüzde 0,1 oranında artmıştır.

Şekil-2. Aylara Göre Sigortalı Ücretli (4/a) Kadın Çalışan Sayısı (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

Tablo-3. İşyeri Sayısı (4/a) (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Aralık 2015	42.900	1.740.187
Aralık 2016	43.400	1.749.240
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	500	9.053
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	1,2	0,5
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	7,2	4,1
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	9,2	8,6
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	14,4	13,7
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	23,5	21,8
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	9	156
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	0,02	0,01

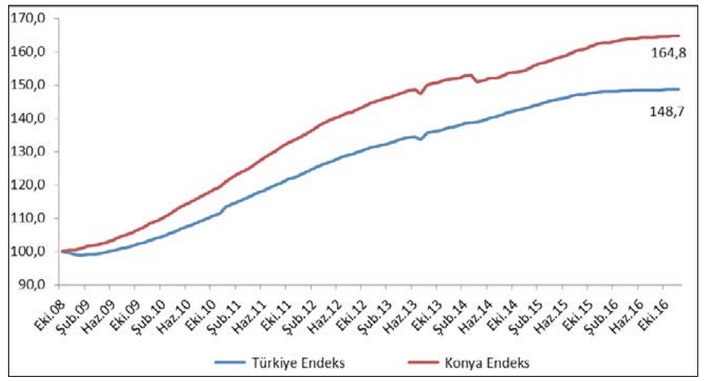
**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar*
Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo-4. Kayıtlı Esnaf (Kendi Hesabına Çalışan) (4/b) Sayısı (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Aralık 2015	59.474	2.035.701
Aralık 2016	59.104	1.983.661
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	-370	-52.040
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	-0,6	-2,6
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	4,0	1,0
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	11,2	8,3
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	5,6	3,8
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	10,2	5,5
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	110	2.792
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	0,2	0,1

**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar*
Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Şekil-3. Aylara Göre İşyeri Sayıları (4/a) (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir)



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

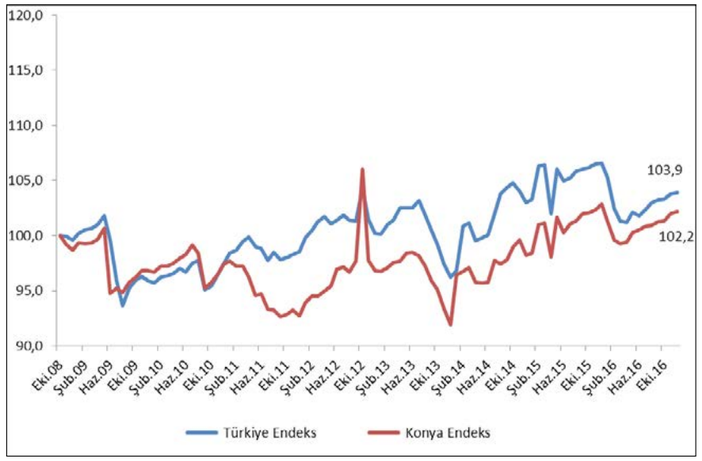
Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı değişiminde Konya, yüzde 0,4'lük azalış oranı ile 81 il arasında 26'ıncı sıradadır. Konya, aralık ayında sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı en fazla olan iller arasında 12'nci sıradadır. Son bir yıldaki artış oranında ise sigortalı ücretli kadın çalışan sayısı en fazla olan 15 il arasında 8'inci sırada yer almaktadır. Türkiye ve Konya'daki sigortalı ücretli (4/a) kadın çalışan sayısı Ekim 2008'de 100 kabul edildiğinde söz konusu değer, Aralık 2016'da Türkiye için 185,1 olurken, Konya için 243,9 olmuştur.

Konya'da 1 yılda işyeri sayısı yüzde 1 arttı:

Aralık 2016'da işyeri sayısı Türkiye genelinde 1 milyon 749 bin olurken, Konya'da 43 bin olmuştur. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya işyeri sayısındaki artış, Türkiye'de 9 bin (yüzde 0,5), Konya'da ise 500 (yüzde 1,2) olmuştur. Son beş yılda Türkiye'deki işyeri sayısı yüzde 21,8, Konya'da yüzde 23,5 artmıştır. Mevsimsellikten arındırılmış serilerde ise son bir ayda işyeri sayısı Konya'da yüzde 0,02 ve Türkiye'de yüzde 0,01 artmıştır.

Konya, Aralık 2016 verilerine göre son bir yılda işyeri sayısı artışına katkıda bulunan iller arasında 11'inci sırada yer almıştır. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya işyeri sayısı değişiminde Konya, yüzde 1,2'lik artış ile 81 il arasında 50'nci sıradadır. Konya, aralık ayında işyeri sayısı en fazla olan iller arasında 7'nci sırada bulunmaktadır. Son bir yıldaki artış oranında ise işyeri sayısı en fazla olan 15 il arasında 4'üncü sırada yer almaktadır.
İşyeri sayısı Ekim 2008'de 100 kabul edildiğinde söz konusu değer Aralık 2016'da Konya için 164,8 olmuştur. Aynı dönemde Türkiye genelindeki işyeri sayısı 100'den 148,7'ye yükselmiştir.

Şekil-4. Aylara Göre Kayıtlı Esnaf (Kendi Hesabına Çalışan) (4/b) Sayısı (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir)



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

Tablo-5. Kayıtlı Çiftçi (Tarım) (4/b) Sayısı (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Aralık 2015	45.168	797.334
Aralık 2016	41.368	717.876
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	-3.800	-79.458
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	-8,4	-10,0
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	-15,2	-17,0
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	-18,3	-22,7
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	-27,8	-32,1
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	-31,8	-36,0
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	-48	-4.359
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	-0,1	-0,6

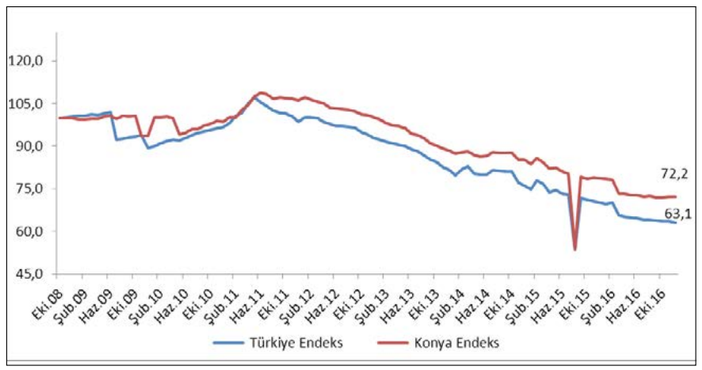
**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar*
Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Tablo-6. Kamu Çalışanı (4/c) Sayısı (Aralık 2015 ve Kasım 2016'ya göre yüzde değişim)

	Konya	Türkiye
Aralık 2015	78.193	3.032.971
Aralık 2016	76.644	2.982.548
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Fark)	-1.549	-50.423
Aralık 2016 - Aralık 2015 (Artış, %)	-2,0	-1,7
Aralık 2016 - Aralık 2014 (Artış, %)	2,8	2,5
Aralık 2016 - Aralık 2013 (Artış, %)	7,5	5,6
Aralık 2016 - Aralık 2012 (Artış, %)	14,6	12,0
Aralık 2016 - Aralık 2011 (Artış, %)	19,9	16,8
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Fark)*	167	-6.726
Aralık 2016 - Kasım 2016 (Artış, %)*	0,2	-0,2

**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar*
Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları

Şekil-5. Aylara Göre Kayıtlı Çiftçi (Tarım) (4/b) Sayısı (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir)



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

Konya'da kayıtlı esnaf sayısı 59 bin oldu:

SGK verilerine göre Aralık 2016'da kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf (4/b) sayısı Türkiye genelinde 1 milyon 984 bin olurken, Konya'da 59 bin olmuştur. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kayıtlı esnaf sayısında, Türkiye'de 52 bin (yüzde 2,6), Konya'da ise 370 (yüzde 0,6) azalış olmuştur. Son beş yılda Türkiye'deki kayıtlı esnaf sayısı yüzde 5,5, Konya'da yüzde 10,2 artmıştır.
Mevsimsellikten arındırılmış serilerde ise son bir ayda kayıtlı esnaf sayısı Konya'da yüzde 0,2, Türkiye'de yüzde 0,1 artmıştır.

Konya, aralık ayında kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf sayısı en fazla olan iller arasında 6'ncı sırada yer almıştır. Konya'da kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaflar Aralık 2016 verilerine göre Türkiye genelindeki kayıtlı esnafların yüzde 3'ünü oluşturmaktadır.
Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf sayısı değişiminde Konya, yüzde 0,6'lık azalış ile 81 il arasında 13'üncü sıradadır. Türkiye ve Konya'daki kendi hesabına çalışan kayıtlı esnaf sayısı Ekim 2008'de 100 kabul edildiğinde söz konusu değer, Aralık 2016'da Türkiye için 103,9 olurken, Konya için 102,2 olmuştur.

Konya'da 1 yılda çiftçi sayısı 4 bin azaldı:

SGK verilerine göre Aralık 2016'da tarım kapsamında çalışan kayıtlı çiftçi (4/b) sayısı Türkiye genelinde 718 bin, Konya'da ise 41 bin olmuştur. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kayıtlı çiftçi sayısı Türkiye'de 79 bin (yüzde 10,0), Konya'da 4 bin (yüzde 8,4) azalmıştır. Son beş yılda Türkiye'de kayıtlı çiftçi sayısı yüzde 36,0 oranında, Konya'da ise yüzde 31,8 oranında azalmıştır.
Mevsimsellikten arındırılmış serilerde ise son bir ayda kayıtlı çiftçi sayısı Türkiye'de yüzde 0,6, Konya'da yüzde 0,1 oranında azalmıştır.

Konya, aralık ayında kayıtlı çiftçi sayısı en fazla olan iller arasında 41 bin çiftçi ile ilk sırada yer almıştır. Konya'da kayıtlı çiftçiler Aralık 2016 verilerine göre Türkiye genelindeki kayıtlı çiftçilerin yüzde 5,8'ini oluşturmaktır.
Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kayıtlı çiftçi sayısı değişiminde Konya, yüzde 8,4'lük azalış ile 81 il arasında 25'inci sırada yer almıştır.
Türkiye ve Konya'daki kayıtlı çiftçi sayısı Ekim 2008'de 100 kabul edildiğinde söz konusu değer, Aralık 2016'da Türkiye için 63,1 olurken, Konya için 72,2 olmuştur.

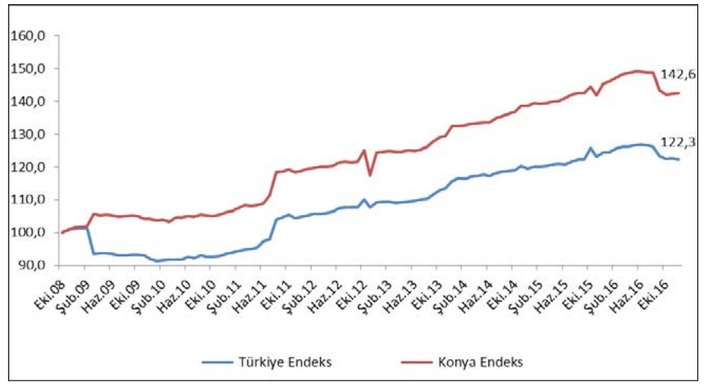
Konya'da 1 yılda kamu çalışanı sayısı yüzde 2 azaldı:

SGK verilerine göre Aralık 2016'da kamu çalışanlarının (4/c) sayısı Türkiye genelinde 2 milyon 983 bin olurken, Konya'da 77 bin olmuştur. Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kamu çalışanı sayısı Türkiye'de 50 bin (yüzde 1,7), Konya'da 2 bin (yüzde 2) azalmıştır. Son beş yılda Türkiye'de kamu çalışanı sayısı yüzde 16,8 oranında, Konya'da ise yüzde 19,9 oranında artmıştır.
Mevsimsellikten arındırılmış serilerde ise son bir ayda kamu çalışanı sayısı Konya'da yüzde 0,2 artarken, Türkiye genelinde yüzde 0,2 azalmıştır.

Aralık 2015'ten Aralık 2016'ya kamu çalışanı sayısı değişiminde Konya, yüzde 2'lik azalış ile 81 il arasında 45'inci sıradadır. Türkiye genelinde kamu çalışanı sayısı en fazla olan iller arasında Konya 5'inci sıradadır. Son bir yıldaki artış oranında kamu çalışanı sayısı en fazla olan 15 il arasında 13'üncü sırada yer almaktadır.

Türkiye ve Konya'daki kamu çalışanı sayısı (4/c) sayısı Ekim 2008'de 100 kabul edildiğinde söz konusu değer, Aralık 2016'da Türkiye için 122,3 olurken, Konya için 142,6 olmuştur.

Şekil-6. Kamu Çalışanı (4/c) Sayısı (Ekim 2008=100 olarak endekslenmiştir)



**Mevsimsellikten arındırılmış rakamlar* *Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), KTO Hesaplamaları*

EKONOMİK GÖSTERGELER

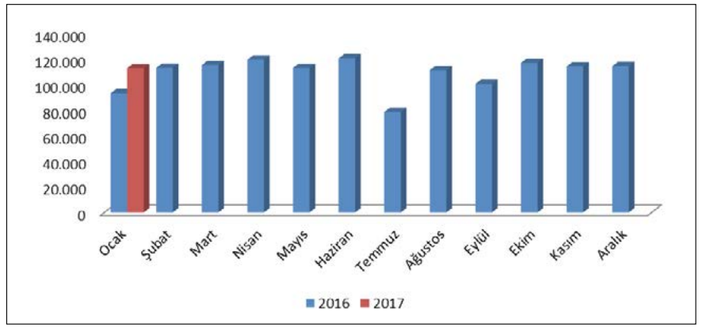
MART 2017 *Konya İli Ekonomik Göstergeler*

KONYA DIŞ TİCARET BÜLTENİ

Konya Ticaret Odası (KTO) tarafından Türkiye İstatistik Kurumu'ndan ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nden alınan verilere dayalı olarak hazırlanan "Konya Dış Ticaret Bülteni" ile Konya'nın dış ticaret durumu güncel veriler ışığında analiz edilmekte ve Konya ile Türkiye'nin dış ticareti arasında bir kıyaslama yapmak mümkün olmaktadır.

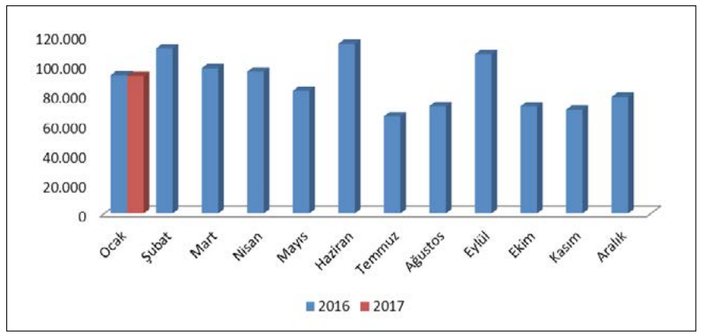
Konya'nın ihracatı geçen aya göre azaldı:
Konya'da ihracat Aralık 2016'da 114,6 milyon dolar seviyesinde iken 2017 Ocak ayında bir önceki aya kıyasla yaklaşık 1,5 milyon dolar azalırken, bir önceki yılın aynı ayına kıyasla ise 20 milyon dolar artarak 113 milyon dolara yükseldi. Türkiye'nin Ocak 2017 ihracatı ise 11,3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.

Şekil-1. Aylara Göre Konya'nın İhracatı 2016-2017 (1000$)



Kaynak: TÜİK

Şekil-2. Aylara Göre Konya'nın İthalatı 2016-2017 (1000$)



Kaynak: TÜİK

Tablo-1. Aylara Göre Konya'nın İhracatı (2016-2017) (1000$)

İhracat (1000 $)												
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2016	93.447	113.328	115.521	119.732	113.274	120.772	78.747	111.492	100.790	117.236	114.418	114.625
2017	113.118											

Kaynak: TÜİK

Tablo-2. Aylara Göre Konya'nın İthalatı (2016-2017) (1000$)

İthalat (1000 $)												
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2016	93.293	111.360	98.021	95.698	82.766	114.422	65.507	72.400	107.494	72.199	69.925	78.658
2017	92.713											

Kaynak: TÜİK

Konya'nın ithalatı geçen aya göre arttı:
Aralık 2016'da 79 milyon dolar seviyesinde olan ithalat rakamları, Ocak 2017'de bir önceki aya göre yüzde 17,9 artarken, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,6 azalarak 93 milyon dolar seviyesine geriledi. Türkiye ithalat rakamlarına bakıldığında ise Ocak 2017'de bir önceki aya göre 2,8 milyar dolarlık bir azalma olduğu ve ithalatın 15,6 milyar dolar seviyesine gerilediği görülmektedir.

2017 Ocak ayı itibarıyla Konya'nın Türkiye'nin toplam ihracat ve ithalatından aldığı pay sırasıyla, yüzde 1 ve yüzde 0,59 olarak gerçekleşmiştir. Konya'nın Ocak 2017'deki 206 milyon dolarlık dış ticaret hacmi ise Türkiye'nin toplam dış ticaret hacminin yüzde 0,77'sini oluşturmaktadır. Türkiye 2017 Ocak ayı itibarıyla 4,3 milyar dolarlık dış ticaret açığı verirken, Konya 20 milyon dolarlık dış ticaret fazlası vermiştir. Ocak ayında Türkiye için ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 72 iken Konya için bu oran yüzde 122 olmuştur.

Konya'nın Ocak ayı ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 21,1 artarken, Türkiye'nin ihracatı aynı dönemde yüzde 18,1 artmıştır. Öte yandan Konya'nın Ocak ayı ithalatı bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 0,6 azalırken, Türkiye'nin Ocak ayı ithalatı yüzde 15,9 artmıştır. Konya'nın dış ticaret verilerine göre, bir önceki aya oranla 2017 Ocak ayı ithalatında

Tablo-3. Türkiye – Konya Karşılaştırmalı Dış Ticaret İstatistikleri – 2017 Ocak (milyon $)

	İhracat (milyon $)	İthalat (milyon $)	Dış Ticaret Dengesi (milyon $)	Dış Ticaret Hacmi (milyon $)	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)	İhracat (Ocak; 2016-2017) Fark (%)	İthalat (Ocak; 2016-2017) Fark (%)
Türkiye	11.278	15.586	-4.309	26.863	72%	18,1%	15,9%
Konya	113	93	20	206	122%	21,1%	-0,6%

Kaynak: TÜİK

Tablo-4. İhracatın Sektörel Dağılımı (Ocak; 2016-2017)

	Ocak-İhracat ($)		Değişim	Konya'nın Toplam İhracatı İçindeki Pay (%)-Ocak 2017
	2016	2015		
Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	29.979.780	28.678.165	4,5%	26,5%
Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	19.726.219	17.114.397	15,3%	17,4%
Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	7.797.781	5.760.924	35,4%	6,9%
Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	7.405.935	5.476.618	35,2%	6,5%
Alüminyum ve alüminyumdan eşya	6.877.304	2.589.524	165,6%	6,1%
Demir veya çelikten eşya	6.243.526	5.471.145	14,1%	5,5%
Kakao ve kakao müstahzarları	5.764.400	4.508.367	27,9%	5,1%
Plastikler ve mamulleri	5.383.551	4.589.244	17,3%	4,8%
Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	2.456.311	2.152.433	14,1%	2,2%
Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	2.377.536	2.145.166	10,8%	2,1%
Toplam	**113.117.646**	**93.446.746**	**21,1%**	**100,0%**

Kaynak: TÜİK

Tablo-5. İhracat Partnerleri (Ocak-2017)

	Partner	İhracat ($)	Pay
1	Irak	16.956.973	15%
2	Almanya	7.863.048	7%
3	Cezayir	5.939.100	5%
4	İran	4.831.801	4%
5	Suudi Arabistan	4.423.140	4%
6	İtalya	3.325.836	3%
7	Özbekistan	3.266.840	3%
8	ABD	2.713.890	2%
9	Belçika	2.442.980	2%
10	Mısır	2.290.813	2%
	Diğer	59.063.225	52%
	Toplam	**113.117.646**	**100%**

Kaynak: TÜİK

Tablo-6. İthalat Partnerleri (Ocak-2017)

	Partner	İhracat ($)	Pay
1	Almanya	28.862.141	31%
2	Çin	16.857.377	18%
3	Rusya Federasyonu	7.432.896	8%
4	Brezilya	4.439.741	5%
5	Nijerya	3.578.555	4%
6	İtalya	3.208.108	3%
7	Malezya	3.200.885	3%
8	Tayvan	1.989.532	2%
9	Uruguay	1.949.232	2%
10	Bosna-Hersek	1.722.029	2%
	Diğer	19.472.178	21%
	Toplam	**92.712.674**	**100%**

Kaynak: TÜİK

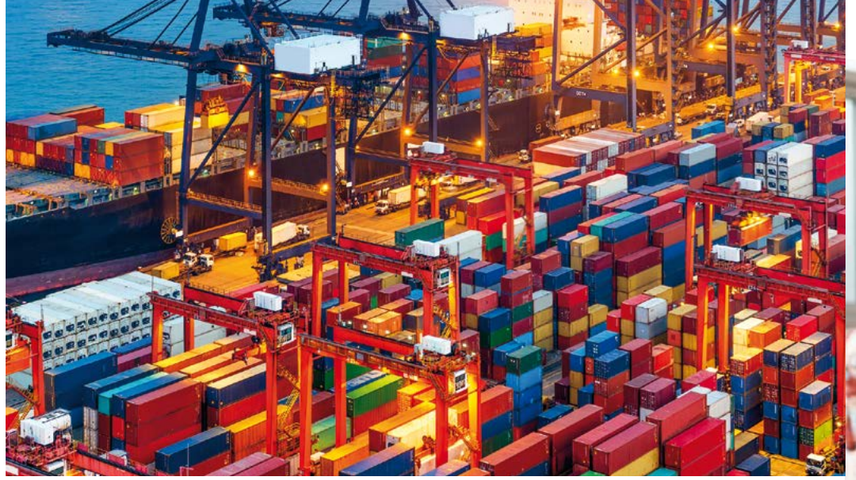
EKONOMİK GÖSTERGELER

yüzde 17,9'luk bir artış gözlenirken, ihracatında yüzde 1,3'lük bir azalma yaşanmıştır. Türkiye'nin bir önceki aya oranla 2017 Ocak ayı ithalatında yüzde 15,3'lük bir azalma gözlenirken, ihracatında da yüzde 11,8'lik bir azalma olmuştur.

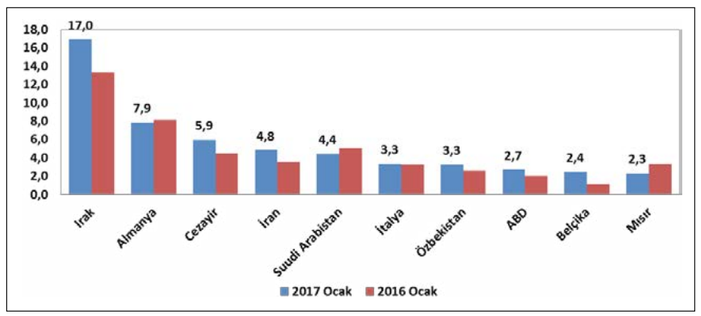
Sektörlere göre ihracat verileri incelendiğinde, 2017 Ocak ayında Konya'nın en fazla ihracat yaptığı ilk 10 sektörde bir önceki aya kıyasla çok fazla değişiklikler olmadığı gözlenmiştir. Aralık 2016'da listede yer almayan ancak Ocak 2017'de yer alan sektörler; "Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar" ve "Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı" sektörleri olduğu görülmektedir. "Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları" sektörü 30 milyon dolarlık ihracatı ile Ocak ayında Konya'nın toplam ihracatının yüzde 26,5'ini oluşturmaktadır; geçen yılın aynı ayına göre sektörün ihracatı yüzde 4,5 artmıştır. Geçen yılın aynı ayına göre listedeki ürünler arasında ihracatı en çok artan ürün grubu "Alüminyum ve alüminyumdan eşya" sektörü olmuştur. İhracatı en az artan sektör ise, geçen yıla göre yüzde 4,5'lik bir artış ile "kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları" sektörü olmuştur.

Konya'nın ithalatında Almanya'nın payı yüzde 31 seviyesinde

Ülkeler bazında Konya'nın ihracat rakamlarına bakıldığında, Ocak 2017'de, ilk sırada 17 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Irak yer almaktadır. Konya'nın Irak'a olan ihracatı geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık 4 milyon dolar artarak 17 milyon dolara yükselmiştir. Irak, Konya'nın toplam ihracatının yüzde 15'ini oluşturmaktadır.

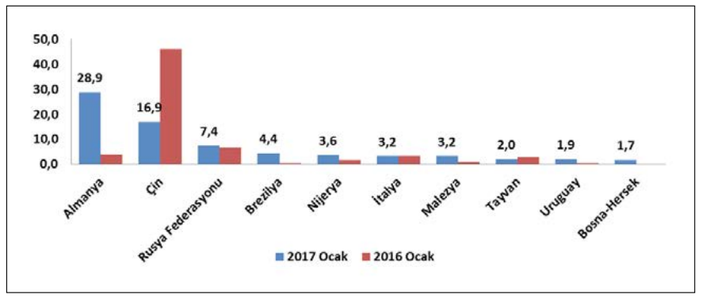


Şekil-3. Ülkelere Göre Konya'nın İhracatı (milyon $) – İlk 10 Ülke (Ocak -2017)



Kaynak: TÜİK

Şekil-4. Ülkelere Göre Konya'nın İthalatı (milyon $) – İlk 10 Ülke (Ocak -2017)



Kaynak: TÜİK

Irak'ın ardından 7,9 milyon dolarlık ihracat hacmi ile Almanya gelmektedir. Almanya, Konya'nın toplam ihracatının yüzde 7'sini oluşturmaktadır. Konya'nın en fazla ihracat yaptığı diğer ülkeler sırasıyla, Cezayir, İran, Suudi Arabistan, İtalya, Özbekistan, ABD, Belçika ve Mısır'dır.

Konya, Ocak ayında en fazla ithalatı ise Almanya'dan yapmıştır. Konya'nın Almanya'dan yaptığı ithalat, yaklaşık 28,9 milyon dolar seviyesindedir ve yapılan toplam ithalatın yüzde 31'ini oluşturmaktadır. Konya'nın Almanya'dan sonra en fazla ithalat yaptığı ülke ise Çin olmuştur. Konya'nın Çin'den yaptığı ithalat, geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık yüzde 63 azalarak 46 milyon dolar seviyesinden, 17 milyon dolar seviyesine gerilemiş ve toplam ithalatın yüzde 18'ini oluşturmaktadır. Konya'nın en fazla ithalat yaptığı diğer ülkeler sırasıyla Rusya, Brezilya, Nijerya, İtalya, Malezya, Tayvan, Uruguay ve Bosna Hersek'tir.

NEFİS VE FARKLI LEZZETLERİN ADRESİ

444 0 346
İstanbul Yolu Polis Evi Yanı - KONYA
www.yataganliosmanaga.com.tr
/yataganliosmanaga

yatağanlı Osmanağa®

dgn