

## Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı 3 ayda 2,8 milyar dolar

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından paylaşılan verilere göre; ayçiçek yağı, çikolata ve kakaolu ürünler, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi temel gıda kalemlerini kapsayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü yılın ilk üç ayında 2,8 milyar dolarlık ihracat yaptı. Miktar bazında ihracat geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 24,6 gerilemiş olsa da ihracat birim fiyatlarında dolar bazında yaşanan yüzde 17'4'lük yükselişin etkisiyle, değer bazındaki düşüş yüzde 11,5 seviyesinde kaldı. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ihracatın yüzde 17,2 artışla 316,8 milyon dolara yükseldiği ayçiçek yağı, sektörde ilk sırada yer alırken; yüzde 14,7 düşüşle 248,7 milyon dolar olarak kayıtlara geçen çikolata ve kakao bazlı ürünler ikinci sırada yer aldı. Tatlı bisküvi ve gofretler ile makarna, ihracatı bu dönemde 200 milyon doları aşan diğer ürün grupları oldu. 315,2 milyon dolar ihracat yapılan Irak'taki yüzde 40,1'lik düşüşün de etkisiyle Orta Doğu pazarında yüzde 25,3'lük düşüş kaydedildi. 3 aylık süreçte geçtiğimiz yıla göre yüzde 4 artışla 68 milyon dolar ihracat yapılan İran, Türkiye'nin toplam hububat sektörü ihracatında ilk 7 içerisinde yer aldı.

### “Krizlere dayanıklı yapımız, küresel sarmalı soğukkanlı yönetebilmemizi sağlıyor”

Küresel gıda ticaretinin Hürmüz Boğazı odağında gelişen enerji ve lojistik darboğazı nedeniyle kritik süreçten geçtiği bu dönemde yaşanan aksamaların ihracata etkilerini değerlendiren **TİM Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Orta Doğu'da devam eden süreç, 2022 yılında yaşanan ve tahıl ile yağlı tohum arzını doğrudan etkileyen Rusya-Ukrayna Savaşı'ndan farklı bir dinamikle ilerliyor. O dönemde ürün arzı sekteye uğramıştı; bugünse sahaya yansımalar enerji, gübre ve navlun maliyetleri üzerinden dünya üretim altyapısını baskılayan sistematik bir şekilde geliyor. Bu tablonun küresel bir riski temel gıda maddeleri olan pirinç, buğday, mısır ve soya rekoltesinde muhtemel düşüşleri tetikleyerek, özellikle ithalata bağımlı ülkeleri uzun süreli istikrarsızlığa mahkûm edebilecek olması. Bunun yanında yüksek petrol fiyatlarının biyoyakıt talebini artırması mısır, soya ve palm yağı gibi ürünlerde ek bir fiyat baskısı oluşturabilir, tüm bu gelişmeler de gıda ticaretini sadece bir tarım meselesi olmaktan çıkararak küresel ekonomi için istikrar başlığına dönüştürebilir Türkiye gıda sanayii, şu an tüm ülkeleri etkileyen bu sarmalı; geçmiş krizlerde test edilmiş çevik yapısı, hammaddeye erişim ve onu katma değerli ürüne dönüştürme kabiliyetiyle soğukkanlı bir şekilde yönetiyor. Mart'ta aylık bazda yaşanan yüzde 14,2'lik daralmaya rağmen sektörel ihracatımızın 1 milyar dolar sınırına yaklaşması, ticari ilişkiler normale döndüğü zaman ticari verilerde hızlı bir toparlanma yaşanabileceğine işaret ediyor.”

### “Dinamik lojistik altyapımız en stratejik kalkanımız”

Hürmüz Boğazı gibi kritik geçiş noktalarındaki tıkanıklıklar küresel petrol ticaretinin üçte birini işlevsiz bırakma potansiyeline sahip olsa da Türkiye'nin, lojistik açıdan tek bir rotaya mahkûm olan diğer ülkelerden ayrıştığına dikkat çeken **Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Akdeniz'den Karadeniz'e uzanan geniş liman ağımız, gelişmiş kara yolu taşımacılığımız ve stratejik demir yolu bağlantılarımız; bölgesel blokajları alternatif güzergahlarla bypass edebilmemize imkân tanıyan eşsiz bir esneklik sunuyor. Bu lojistik çeşitlilik sayesinde, küresel tedarik zincirindeki kopmaları minimize ederek hem tedarik akışımızı güvence altına alıyor hem de ihracat menzilimizi koruyabiliyoruz. Bölgedeki deniz yolu trafiğinin yüzde 90 oranında aksadığı bu gibi dönemlerde, Türkiye'nin sahip olduğu taşımacılık altyapısının, sanayicimize hammaddeye erişim konusunda rakiplerinin önüne geçen bir avantaj sağlayacağını düşünüyoruz. Jeopolitik risklerin deniz yolu rotalarını felç ettiği bir süreçte, ülkemizin alternatifli ve dinamik lojistik altyapısı sadece ticari bir avantaj değil, aynı zamanda geniş bir coğrafyanın gıda arz güvenliğini sürdürülebilir kılan en stratejik kalkanımız olmaya devam ediyor.”

## **Türkiye Gıda İhracatçıları hakkında**

*GAİB, İİB, AKİB, OAİB, EİB ve KİB çatısı altındaki 6 İhracatçı Birliğini bir araya getiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu, yeni dönemde tanıtım çalışmalarını Türkiye Gıda İhracatçıları (TGI) markasıyla yürütüyor. İştigal alanları arasında çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi birçok gıda ürününün yer aldığı 6 İhracatçı Birliği'nin oluşturduğu TGI, yurt dışında ortaklaşa yürüttüğü faaliyetlerde Turkish Food Exporters markasını kullanıyor. TGI ve bünyesinde bulunan tüm İhracatçı Birlikleri'nin, TGDF ve ETÜDER'le bir araya gelerek oluşturduğu Türkiye Gıda Platformu'nun (TGP) desteğiyle, Tüyp Fuarcılık Grubu ve ALZ Fuar tarafından düzenlenen FOODİST İstanbul, 1-4 Eylül 2026 tarihlerinde gerçekleştirilecek.*

*Ayrıntılı bilgi için: [www.tgi.org.tr](http://www.tgi.org.tr)*

### **Ayrıntılı bilgi için**

Cihan Aydın

Commpass Kurumsal İletişim

[caydin@commpass.com.tr](mailto:caydin@commpass.com.tr)