

Hububat ihracatı yılın ilk 8 ayında 8,1 milyar dolar oldu

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından paylaşılan verilere göre; çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şekerleme çeşitleri ile makarna ve buğday unu gibi temel gıda kalemlerini kapsayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, 2025 yılının ilk 8 ayında toplam 8,1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Miktar bazında sektörün ihracatı geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 4,6 azalış gösterirken; birim ihracat fiyatlarındaki yüzde 9,2'lik artış değer bazında yüzde 4,2 oranında bir yükseliş getirdi. İhracat sıralamasında, 844,1 milyon dolarlık tutar ve yüzde 61,8'lik artışla çikolata ve kakao bazlı ürünler ilk sırayı alırken, ikinci sırada yüzde 17,3 artış ve 708,6 milyon dolarlık ihracatla ayçiçek yağı yer aldı. 8 ayda 1,2 milyar dolara yaklaşarak sektörün en fazla ihracat yaptığı pazar konumundaki Irak'ta, ihracattaki gerileme yüzde 14,5'e ulaşırken; ABD pazarında yüzde 34'lük dikkat çekici bir artış yaşandı ve bu ülkeye yapılan ihracat 570,9 milyon dolara ulaştı. Irak ve ABD'yi, ihracatta öne çıkan diğer ülkeler olarak Suriye, Cezayir ve Suudi Arabistan izledi. Almanya ile Birleşik Krallık da sektörün en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülke arasında yer aldı.

“Yeni dönemde tarımsal üretim yeniden önceliklendirilecektir”

Türkiye ekonomisinin yüzde 4,8 büyüme kaydederek istikrarını koruduğu yılın ikinci çeyreğinde, gıda enflasyonunun yüksek seyrinin devam ettiğine dikkat çeken **TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Gıda alanında faaliyet gösteren işletmelerin mevcut üretim ve ihracat performansları, sektörümüzün ekonomik büyümeye katkı sunmaya devam ettiğini gösteriyor. Ancak TÜİK verilerine göre tarımın üst üste iki dönem küçülmesi ve genel büyümenin başta inşaat ve sanayi olmak üzere ağırlıklı olarak diğer sektörlerden kaynaklanması, tarımın ekonomideki payının artırılması gerektiğini ortaya koyuyor. Geçmiş deneyimlerimiz, tarımsal üretimin yeniden önceliklendirilmesi ve verimlilik artışı sağlayacak politikalara desteğin artırılması konularında ümitlerimizi artırıyor. Gıda işletmelerimiz, artan finansman maliyetleri ve daralan kârlılıklara rağmen esnek üretim kapasiteleri ve güçlü ihracat ağlarıyla uluslararası pazarlarda rekabetçiliklerini sürdürüyorlar. Bu direnç, tarımsal atılımlarla pekiştirildiğinde; her ne kadar döviz, enerji, küresel fiyatlar ve lojistik gibi çeşitli faktörlere bağlı olsa da gıda enflasyonu ile ilgili sıkıntıların yurt içinde de azalmaya başladığını görebiliriz.”

“ABD'ye ihracatımız, Irak pazarının neredeyse yarısına ulaştı”

İklim değişikliğine bağlı sebeplerle buğday, arpa ve ayçiçeği gibi temel ürünlerde yaşanan rekolte kayıplarının, tarımsal üretimin sürdürülebilirliği açısından riskleri arttırdığına dikkat çeken **Tiryakioğlu** şunları söyledi:

“Yağışların azalması ve kuraklık gibi faktörler hammadde tedarikinde istikrarsızlık yaratırken, küçük ve parçalı işletme yapıları bu riskleri daha da derinleştiriyor. Bu durum, havza bazlı üretim ve ortak yönetim modellerinin gerekli hale geldiğini gösteriyor. Aynı zamanda lisanslı depoculukta denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi, dijital takibin yaygınlaşması ve şeffaflığın artırılması sektörde güven ortamını destekleyecek unsurlar olarak öne çıkıyor. Küresel ölçekte, Irak ve Rusya gibi pazarlarda ortaya çıkan yeni fabrika yatırımları, sektörümüzdeki bazı ürünlerin ihracatında rekabetin daha yoğunlaşacağına bir işareti. Bu nedenle firmalarımızın, sadece mevcut pazarlara odaklanmak yerine yeni bölgelerde etkinliklerini artırmaları, kurumsallaşmayı hızlandırmaları ve değişen dinamiklere uyum sağlayacak stratejiler geliştirmeleri zorunlu hale geliyor. Bunun bir örneğini ABD pazarında yaşıyoruz. Yılın geride kalan kısmında yüzde 34 artış sağladığımız bu pazarın, yüzde 7,1'lik pay ile hububat ihracatımızda Irak pazarının neredeyse yarısı kadar bir paya ulaştığını görüyoruz. Bu ivmeyi, Ticaret Bakanlığı destekli tanıtım projeleriyle artıracığımız yeni dönemde ABD pazarında yeni başarı hikayeleri yazabiliriz.”

TGİ 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 (TGİ) markasıyla yürütüyor. İştigal alanları arasında bisküvi-pasta, buğday unu, bitkisel yağlar, şeker ve kakao mamulleri, makarna, bakliyat ve baharat gibi birçok gıda ürününün yer aldığı 6 İhracatçı Birliğinin oluşturduğu TGİ, yurt dışında ortaklaşa yürüttüğü faaliyetlerde Turkish Food Exporters markasını kullanıyor. Ayrıntılı bilgi için: www.tgi.org.tr

Ayrıntılı bilgi için

Cihan Aydın

Commpass Kurumsal İletişim

caydin@commpass.com.tr