

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi:

İHRACAT, KRİZDEN ÇIKIŞIN EN GÜÇLÜ ÇÖZÜM ORTAĞIDIR

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, 2009 yılı ihracatının 101 milyar dolar olduğunu hatırlatarak, 12 ilin 1 milyar doların üzerinde ihracat yapabildiğini söylüyor. Büyükekşi, ihracatçıya global krize entegre olmamış ya da daha az etkilenmiş ülkeleri hedef gösteriyor.



Küresel krizin ilacı olarak gösterilen ihracat 2009 yılını 101 milyar dolarla kapattı. 2010 yılında ise hedeflenen rakam 111 milyar dolar. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, “Yaşanan krizin sonlarına geldikimiz çok açık. 2010 bir toparlanma yılı olacak. Tüm dünya ekonomilerinin 2010 yılında daha pozitif seyredeceğini öngörüyoruz. Dünya ticareti de bu canlanmayla birlikte 2009’a oranla yükselecek. Türkiye olarak biz de bundan olumlu etkileneceğiz” diyor. İhracatta benimsedikleri alternatif pazarlar stratejisinin bu yıl da devam edeceğini belirten Büyükekşi, 2010 yılı hedeflerini KobiEfor’la paylaştı.

2010 yılı ihracat hedefinizi 111 milyar dolar olarak açıkladınız. Sizi iyimser kılan somut sebepler ve göstergeler nelerdir?

Türkiye ihracatı biliyorsunuz uzun bir süredir kesintisiz rekorlara alışmıştı. Her yıl, her ay yeni bir ihracat rekoruna imza attık. Bu süreci kesintiye uğratan şey de aslında iç dinamiklerimiz değil, küresel ekonomik kriz oldu. Küresel krizin özellikle gelişmiş piyasalarda bir anda talebi düşürmesi, doğal olarak dış piyasaya mal ve hizmet satan Türkiye ihracatçısını da doğrudan etkiledi. Bu nedenle 2009 yılının

ihracat düşüşünün müsebbibi uygulanan yanlış ihracat politikalarından ziyade, 1929 Bu-

nalımı’ndan bu yana yaşanan en kuv-

vetli ekonomik küresel krizin 2009

yılına denk gelmiş olmasıdır. Zira yine biliyorsunuz ki, 2008

yılıni biz 132 milyar dolarlık bir ihracatla kapatmıştık.

Yani 2010 yılında kendimize çok da iddialı bir rakam seçmedik. Hatta görüldüğü üzere, 2008 yılına oranla da daha düşük bir rakamı öngördük.

2009 son aylardaki verileri küresel krizin dip noktasını bulduğunu ve yeniden

KUR BASKISINA KARŞI ÖNLEMLER ALALIM

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, IMF ile bir stand-by anlaşmasının ihracatçıyı endişelendirdiğini söylüyor. Büyükekşi, IMF ve Merkez Bankası ile bir problemleri bulunmadığını, çıkan sonuçlardan rahatsız olduklarını ifade ediyor ve “IMF anlaşmasının sıcak para ve döviz üzerine yapacağı baskı bizi endişelendiriyor. Düşük kur, güçlü TL konusunda endişelerimiz var. ‘İhracatın kur baskısıyla karşılaşmaması için önlemler alalım’ diyoruz” ifadelerini kullanıyor.



dünya piyasalarının çıkışa geçtiğini gösterir nitelikteydi. Bizim de ihracat rakamlarındaki artışımız bu savı doğruluyor. Özellikle Aralık ayında çok büyük bir ihracat artışı gerçekleştirdik. Bu koşullar altında biz doğal olarak 111 milyar dolarlık ihracat hedefini oldukça gerçekçi ve olası buluyoruz. Burada bir iyimserlik değil, bir hesap kitap uğraşı görüyoruz.

Yeni bir ihracat stratejimiz var mı? Bu strateji hangi dış pazarlara odaklı? Alternatif pazar değerlendirmeniz ne yöndedir?

Türkiye kriz öncesinde ağırlıklı olarak gelişmiş piyasalara ihracat yapan bir ülkediydi. İhracatımızın yüzde 50'sinden fazlasını AB ülkelerine gerçekleştiriyorduk. Bu rakama ABD ve Kanada gibi gelişmiş ülkeleri de eklediğimizde Türkiye'nin en büyük ihracat pazarının dünyanın gelişmiş ülkeleri olduğunu görüyoruz. Elbette küresel krizde en çok ekonomik kayıp veren piyasalar gelişmiş ekonomiler olduğundan, Türkiye de bu süreçte oldukça etkilendi. Türkiye ihracat portföyünü çeşitlendirmeli ve katmanlandırmalıdır. Bu nedenle de komşu ülkeler stratejisi, Afrika stratejisi ve Asya stratejisi gibi çeşitli açılımları gerçekleştirmekten yanayız. Yine son zamanlarda Latin Amerika'da Türkiye ihracatçısı için yeni pazarlardan birisine dönüşüyor. Bizim bu süreçten en çok önem verdiğimiz bölge Komşularımız ve Afrika-Asya kıtaları. Tüm bu hedefler gelişmekte olan piyasalardan oluşuyor ve özellikle Afrika kıtası küreselleşme sürecine henüz tam eklenemediğinden kendi iç dinamikleriyle büyüyor ve bu nedenle de küresel krizden görece etkilenmemiş bir görünüm arz ediyor. Yani Afrika ülkeleri büyümeye devam ediyorlar. Bu da elbette oradaki pazarları Türkiye için cazip kılıyor.

İhracat Türkiye'nin krizden çıkışında çözüm olabilir mi?

Bu soruya çok net bir yanıt vereyim: Türkiye'nin krizden çıkmak için en önemli çözüm ortağı ihracattır. İhracatın artması demek, Türkiye'de üretimin artması, istihdamın artması, ülkeye giren dövizin artması, şirketlerin kazançlarının artması, ülkenin iç piyasa riskinin hafifletilmesi, piyasaya para pompalanması anlamlarına gelmektedir. Makro ekonomik tüm göstergeler, ihracatın artmasından olumlu yönde etkilenmektedirler. Güçlü ihracatla cari açık, dış ticaret

IRAK, TÜRKİYE İÇİN ŞANS

Irak'ın 2009 yılında Türkiye için şans olduğunu belirten Büyükekşi, "Irak, bundan sonraki aşamada önemli pazarımız olmaya devam edecek. Rakamın birkaç yıl içinde 10 milyar dolara çıkacağını düşünüyorum. İhracatçılar bu pazarı her zaman göz önünde tutsunlar" diyor. Büyükekşi, 1 milyar doların üzerinde yıllık ihracat yapılan ülkeler arasında en fazla ihracat düşüşünün Birleşik Arap Emirlikleri'nde gözlemlendiğini de belirterek, "Ukrayna, Rusya, Romanya, Bulgaristan gibi ülkelerdeki düşüş oldukça yüksek oldu. Listede çok sayıda AB ülkesinin yanı sıra ABD de yer alıyor. Bu da ihracatımızın gerilemesinde gelişmiş ülkelerin krizden etkilenmesinin payının büyük olduğunu gösteriyor" diye konuşuyor. Büyükekşi, Mısır'a ihracatın da iki katın üzerinde arttığını vurguluyor.



açığı düşerken, işsizlik oranı azalmakta, üreticilerin uluslararası piyasalarda rekabet gücü artmakta, sermaye birikimi gerçekleşmekte, Türkiye zenginleşmektedir. Elbette ihracat Türkiye'nin krizden çıkması konusundaki en önemli silahı ve Türkiye ekonomisi için de en büyük çözüm ortağıdır.

Size göre ihracatımızın yeniden yükselişinde öncülükü hangi sektörler yapacaktır?

Geçtiğimiz sene en fazla ihracat yapan sektörlerimiz taşıt araçları ve yan sanayi, hazır giyim ve konfeksiyon, demir çelik, kimyevi ürünler ve elektronik-elektronik sektörümüz oldu. Krizden çıkış sürecinde yine bu sektörlerimizin hızlı bir toparlanma içerisine gireceğini ve ihracatı sürükleyeceğini düşünüyoruz. Diğer taraftan tüm sektörlerimizin de bu sürece katkı vereceğini ve krizden tüm sektörlerin atılımıyla çıkacağımızı da belirtmek isterim.

Mevcut ihracat teşvikleri sizce yeterli midir? Başka beklentileriniz var mı?

Türkiye'nin ihracattaki rekabet gücünü artırabilmesi için maliyet noktasında daha rekabetçi olması gerekiyor. Özellikle istihdam ve vergi yükleri tüm reel sektör için oldukça yüksek. Rakiplerimizle karşılaştığımızda gerek enerji maliyetlerinde gerek işgücü maliyetlerinde çok ciddi anlamda dezavantajlı olduğumuzu görüyoruz. Eğer ihracatımızı daha da yükseltmek, daha fazla üretim yapmak ve daha fazla istihdam üretmek istiyorsak maliyetlerimizi rekabetçi seviyelerde tutmamız gerekiyor.