

1. GİRİŞ

Mayıs ayı itibarıyla 2015 yılı için ilk çeyreğin verileri somutlaşmaya başladı. Siyasi açıdan ülkedeki seçim gündemi, Anayasa ve başkanlık tartışmaları; ekonomik açıdan kurdaki dalgalanmalar ve faiz tartışmaları; dış politika açısından ise Suriye'deki durum ve sınır bölgelerindeki tedirginlik ekonomiyi ve ihracatı direk etkileyen unsurlar olarak ele alınmaktadır. Bu gelişmelerle birlikte, seçim vaatleri, adayların gösterildiği iller için ürettikleri projeler de ekonomi odaklı olmaya başlayınca şehirlerdeki heyecan eski seçimlere göre az da olsa arttı. Konya'nın metro heyecanı, Karaman'ın aldığı markalaşma vaatleri TR-52 bölgesi için ayrı bir önem arz ediyor. Peki tüm bu gelişmelerle birlikte Konya'nın ihracatı ne durumda? Türkiye'de ihracat azalırken Konya'nın performansı nereye gidiyor biraz da buna bakmak gerekiyor.

2. TÜRKİYE'NİN İLK ÇEYREK KARNESİ

Ihracat

Dünyadaki ekonomik dalgalanmalar, 2015 yılında ihracat konusunda genel bir ihracat daralmasına sebep olmuştur. Türkiye ihracatı, 2015'in ilk 4 ayında geçen yıla göre %8,1 düşüşle 48 milyar 951 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatta Nisan ayında kilogram bazında %3 artış kaydedilirken, ağırlıklı olarak Euro-Dolar paritesine bağlı olarak gerileme yaşanmıştır. Sebeplerin özeline indiğimizde, tüm dünyada doların değer kazanması ve paritedeki düşüşün her ülkeye olduğu gibi Türkiye'nin ihracatına da baskı yaptığını görmekteyiz.

Geçtiğimiz yılın Nisan ayına göre ortalama 1,38 seviyesinden yüzde 22 düşüşle 1,08 seviyelerine inen paritenin negatif etkisi aylık 1,5 milyar doları bulmuş; kümülatif bazda bakıldığında sadece AB-28 ülkelerinde Euro-dolar paritesi kaybı sebebiyle yaşanan ihracat düşüşü ilk 4 ayda 4,5 milyar doları aşmıştır.

Bütçe

Yılın ilk çeyreğinde bütçe harcamaları bir önceki yılın aynı dönemine göre %12,1 oranında genişlerken, bütçe gelirlerindeki artış %8,5 düzeyinde kalmıştır. Böylece, 2014 yılının ilk çeyreğinde 1,5 milyar TL açık veren merkezi yönetim bütçesi 2015 yılının aynı döneminde 5,4 milyar TL açık vermiştir.

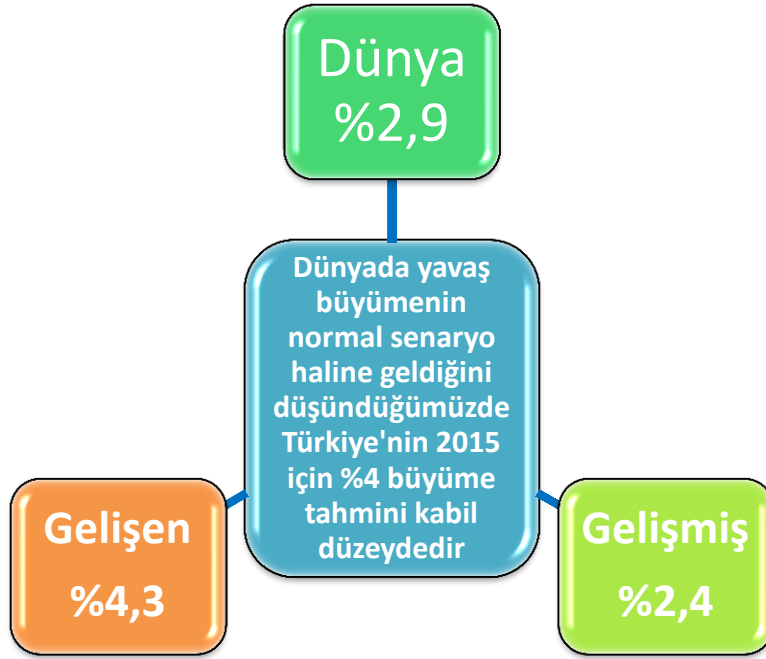
Enflasyon

TCMB, enflasyonun, %70 olasılıkla, 2015 yılı sonunda %5,6 ile %8,0 aralığında (orta noktası %6,8), 2016 yılı sonunda ise %3,7 ile %7,3 aralığında (orta noktası %5,5) gerçekleşeceğini tahmin etmektedir.

Büyüme

Çin ve ABD gibi lokomotif ülkelerdeki büyüme hızı yavaşlaması trend haline gelerek tüm ülkeleri etkilemiştir. Türkiye'nin 2015 yılı için hedeflenen %4'lük büyüme gerçekleştirildiği takdirde bu dalgalı denizden gemiyi su almadan çıkarmak anlamına gelecektir.

Dünya ve Ülkelerin Büyüme Tahminleri



Türkiye'nin dış ticaretini ve buna bağlı olarak büyümesini alternatifli olarak sağlama almak için yürütmesi gereken stratejinin meyvelerini Konya'nın aldığını görmekteyiz. **Bu sebeple, konjonktürel gelişmelerin daima yaşanacağını düşünürsek 7 kıtanın tamamına potansiyel pazar ve müşteri gözüyle bakılması gerekmektedir.**

Tablo-1 En Yüksek İhracat Artışı Elde Edilen 10 Ülke*

ÜLKE (Bin\$)	2014 NİSAN	2015 NİSAN	Değ. %
Cibuti	3.820	12.003	214,3%
Umman	10.963	30.872	181,6%
Singapur	17.425	39.656	127,6%
Kuveyt	30.096	58.504	94,4%
Etiyopya	15.460	27.652	78,9%
Güney Kore	27.993	43.673	56,0%
Gana	10.609	16.025	51,0%
Bahreyn	13.541	20.162	48,9%
Malta	47.535	70.377	48,1%
Katar	26.342	38.130	44,7%

*10 milyon \$ üzeri ihracat yapılan ülkeler arasında

Tabloya baktığımızda ülke gezilerinin ve dış politikadaki başarının ekonomiye nasıl yansıdığını görmekteyiz. Nisan ayında en fazla ihracat artışı görülen ülkelerin neredeyse tamamı; Cumhurbaşkanlık, Başbakanlık ve Bakan düzeyinde ziyarette bulunulan ülkeler. Cumhurbaşkanı'nın Etiyopya, Cibuti; Başbakan'ın Katar ve Bahreyn; Ekonomi Bakanı'nın ise Somali ve Cibuti ziyaretleri meyvelerini ihracat artışı olarak vermiştir. Bakıldığında görüşmeden ibaret zannedilen ziyaretler arka planında yeni ilişkiler ve yeni ticaret kapıları oluşturmaktadır. Bu ziyaretlerin İskandinav ülkelerine doğru daha yüksek ziyaret trafiğiyle gerçekleştirilmesi yeni ticaret kapıları açacak ve mevcut pazarları daha da güçlü hale getirecektir.

3. KONYA'NIN İLK ÇEYREK KARNESİ

2015 yılı için 2, 2023 yılı için de 15 milyar dolar hedefi koyan Konya, 2015'in 4. ayı itibarıyla geçen yıla göre biraz geride kalmış durumda. 2014 Nisan ayı itibarıyla 534 milyon dolar ihracat yapan Konya, 2015 Nisan itibarıyla %9,24'lük düşüşle 485 milyon dolar ihracat yapmıştır. Bununla birlikte tüm dünyada ihracatta daralma olduğunu da göz önünde bulundurmamak kıyaslamalar için büyük önem taşımaktadır. Konya, en fazla ihracat yapan ilk 14 il içerisinde ihracatı en az düşen 3. ildir. Yani Konya, ihracat düşüşüne en fazla direnç gösteren ilk üç ilden bir tanesidir. Bu başarının unsuru olarak ilk sıraya, Konya'nın Pazar ve ürün çeşitliliği konusunda birçok ilden önde olmasını koymak yanlış olmayacaktır.

Tablo-2 Geçen Yıla Göre İhr. Değişimleri

TR İhr. Sırası	Geçen Yıla Göre Değişim	
3	KOCAELİ	-4,39%
6	GAZİANTEP	-8,09%
14	KONYA	-9,24%
5	ANKARA	-10,24%
2	BURSA	-10,97%
1	İSTANBUL	-11,11%
12	KAYSERİ	-13,02%
10	HATAY	-14,04%
8	DENİZLİ	-16,96%
4	İZMİR	-16,99%
13	MERSİN	-17,41%
11	ADANA	-17,56%
7	MANİSA	-17,90%
9	SAKARYA	-32,76%

Konya, 2015 yılı ilk çeyreğinde, genel ihracat listesinde 14. sırada olmasına rağmen ihracat düşüş trendine, geçen yıla göre Türkiye'de en fazla direnç gösteren 3. il olmuştur. Tablonun ihracat düşüşüne göre değil; gösterilen dirence göre okunması daha doğru sonuç verecektir. Çünkü Konya, listede ihracata göre sonuncu, dirence göre 3. sıradadır. Bu durum Konya'nın alternatif pazarlar üretme stratejisini başarıyla uyguladığını göstermektedir.

Konya Nisan ayında ihracatını bir önceki aya göre %9,6 artırarak 121 milyon dolardan 131 milyon dolara çıkarmıştır. Mart ayına göre en fazla ihracat yapan ilk 14 il içerisinde Konya ihracatını en çok artıran 4. ildir. **Temel müşterilerinden olan Suriye, İran ve Irak'taki belirsizliklere rağmen ilk çeyreğin son ayında ihracatını toparlamaya başlayan Konya, seçim sürecindeki belirsizliği de en iyi şekilde atlattıysa, Temmuz-Ağustos aylarında ihracat rekoru kırması hiç de uzak ihtimal değildir.**

Tablo-3 Türkiye’de Nisan Ayında En Fazla İhracat Yapılan 10 Sektör

	SEKTÖR (Bin\$)	2014 NİSAN	2015 NİSAN	Değ. %
★	1 Otomotiv Endüstrisi	2.085.927	1.843.349	-11,6%
★	2 Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.481.193	1.437.212	-3,0%
★	3 Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.543.768	1.391.142	-9,9%
★	4 Çelik	1.200.628	987.239	-17,8%
★	5 Elektrik Elektronik ve Hizmet	1.079.057	886.310	-17,9%
★	6 Tekstil ve Hammaddeleri	790.452	725.723	-8,2%
★	7 Demir ve Demir Dışı Metaller	648.814	567.628	-12,5%
★	8 Makine ve Aksamları	525.178	497.677	-5,2%
★	9 Hububat, Bakliyat, Tohum ve Mam.	610.687	488.986	-19,9%
★	10 Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	394.701	364.432	-7,7%

★ Bu sektörler, Konya'nın ihracat listesinde de ilk 10'da yer alan sektörlerdir.

Geçtiğimiz aylarda hazırladığımız raporda da belirttiğimiz gibi, Konya hala Türkiye'ye paralel ihracat yapmaya devam etmektedir. Buradan çıkarılacak önemli sonuçlardan bir tanesi de, Konya'nın teknik sektörlerde başı çekebilecek büyük bir kapasiteye sahip olmasıdır. Nitelikli ürün kabiliyetinde Türkiye'de 4. olan Konya, yeni ekonomi planları içinde yer alan "yerli sanayi" için ne kadar güçlü ve hazır olduğunu da bir nevi göstermektedir.

TÜBİTAK Başkan Vekili Prof. Dr. Mehmet Çelik de geçtiğimiz hafta katıldığı TÜBİTAK Destekleri programında "Yerli üretimde sanayisi en hazır illerden bir tanesi Konya'dır; Konyalı bu teknik sermayesini kullanmak için daha fazla çabalamalıdır" diyerek söylenenlerin hamaset olmadığını ve somut verilere dayandığını göstermektedir.

Bir başka önemli veri de, Türkiye'nin Nisan ayında ihracatını en çok artırdığı ülkelere, Konya'nın da ihracatını artırmış olmasıdır. **Örneğin; Konya Cibuti'ye ihracatını %163, Katar'a %208, Gana'ya %148 ve Kuveyt'e %45 artırmıştır.** Bu paralelden bakınca Konya'nın sadece

sektör olarak değil ülke olarak da Türkiye'yle çok benzeştiğini söyleyebiliriz. Bu durumun tesadüf olup olmadığını ise ikinci çeyrekteki verileri görünce doğrulayabiliriz.

Konya'nın ihracat listesindeki lokomotif sektörler son birkaç yıldır aynı kalmaktadır. Bu ihracattaki istikrarı göstermekle birlikte yeni sektörlerin de canlandırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan büyük artış yaşanan sektörler de ilerisi için ümit vermektedir.

Tablo-3 Konya'nın İhracattaki İlk 10 Sektörü (bin dolar)

	SEKTÖR	2014 Nisan	2015 Nisan	Değişim
1	Makine ve Aksamları	117.698,45	131.228,67	11,50%
2	Otomotiv Endüstrisi	108.550,59	96.634,23	-10,98%
3	Hububat, Bakliyat, Tohum ve Mam.	71.618,52	72.087,59	0,65%
4	Demir ve Demir Dışı Metaller	31.497,61	33.132,46	5,19%
5	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	39.455,33	30.941,69	-21,58%
6	İklimlendirme Sanayii	32.559,97	27.389,71	-15,88%
7	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	55.799,98	23.228,35	-58,37%
8	Madencilik Ürünleri	13.949,28	12.832,31	-8,01%
9	Çelik	10.645,85	10.424,94	-2,08%
10	Savunma ve Havacılık Sanayii	11.893,32	9.642,56	-18,92%

Örneğin; tekstil ve hammaddelerinde %91, halı sektöründe %32, elektrik-elektronik ve hizmette %26 ve makine ve aksamlarında %11 artan ihracat geçen yıla göre katma değerli ürünlerde büyümenin gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye otomotiv sektöründe son dört ayda büyük bir artış yaşarken, tekstil sektöründe ise tam tersi bir durum yaşamıştır. Konya ise tekstil ve hammaddelerinde 2014'ün ayın dönemine göre %91'lik artış yakalamış ve ihracatı 3 milyon dolara çıkarmıştır. Bu durum Konya'nın, Türkiye'nin ihracat deseniyle benzeştiğini göstermekle birlikte, fırsat sektör ve ülkeler için ne denli hazırlıklı olduğunu da göstermektedir.

4. SONUÇ

Türkiye 2013 Gezi Olaylarından bu yana geçirdiği onca badireye rağmen ekonomisini ayakta tutabilmeyi başarmıştır. Son tahlilde ise 2015'te tüm dünya ekonomide daralmayla karşı karşıya kalmıştır; bu açıdan son günlerdeki gelişmelerin ekonomideki etkisini hem iç hem de dış etkenlerle birlikte değerlendirmekte fayda vardır. Siyasi mekanizmaların Merkez

Bankası ile kurduğu spekülâtif ilişkiler TCMB'nin manevra alanını daraltmış ve TCMB'nin tepkisel hamlelerini sınırlı tutmasına neden olmuştur. Elbette muktedirler, ülkenin ekonomik çarklarına etki edecek her kurumu yönlendirebilirler. Ama kendi içinde bir kurgusu ve tutarlılığı olması elzem olan TCMB'nin, baskılardan dolayı –zoraki- attığı adımlarla 2015'in ilk çeyreğindeki kur dalgalanmaları sonucu birçok KOBİ ve şirket zor durumda kalmıştır. Hem Konya özelinde hem de Türkiye genelinde dış ticaretteki daralma son gelişmelerin tabii sonucudur. Bu bağlamda, ikinci çeyrekte bir toparlanma bekleniyorsa;

- Döviz giriş çıkışındaki tutarsızlıklara,
- EUR/USD paritesindeki dalgalanmalara,
- Sanayi üretimindeki mevzuat ve yönetmelik sorunlarına,
- Teşviklerdeki belirsizliklere,
- Seçim gündemi nedeniyle radikal çözümlere ara verilmiş olmasına,
- TCMB-Ekonomi-Maliye denklemindeki sıkıntılara,

bir an evvel odaklanılmalı ve çözüm süreci sadece siyasi alanlarda değil, öncelikli olarak ekonomi alanında başlatılmalıdır.

Nitelikli ürün üretilebilen bir ekonomi yolunda büyümesi beklenen Konya'nın, **yeni eylem planlarını benimsemesi ve "sorgulayarak somut adımlar atılmasını" sağlaması gerekmektedir.** Çünkü vaatlere, seçim öncesinde "heyecanlı olalım" seçim sonrasında ise bazı önceliklerden dolayı "tez canlı olmayalım" politikasıyla yaklaşıldığı için, seçim sonrasında çalışmaları iki katına çıkarmak gerekiyor. Seçim sonrası süreç Türkiye'de, İngiltere'de olduğu gibi kaybedenlerin istifasıyla değil, kaybedenlerin "ama yine de iyiydik" argümanlarıyla zorlaştırıldığı ve iktidara yüklenildiği için zor geçmekte. Bu değişkenler hesaba katılarak, Yeni Türkiye'nin planlandığı bu yıllarda, "Yeni Konya'nın" bu yeni pastadan olabildiğince büyük bir dilim alması için lokomotif sektörlerdeki varlığını ve gücünü daha da fazla hissettirmeli. Yoksa Yerli Silikon Vadisi'nin kurulacağı Gebze'yi, Mobilya'nın yeni başkenti olma yolunda ilerleyen İnegöl-Bursa'yu, Fatma Şahin'le birlikte beşeri sermayesi de kalkınan Gaziantep'i, markalaşmada uzmanlaşan Denizli'yi yakalamak gün geçtikçe zorlaşacak.