Yurt dışı fuarlara hazırlıklı olun

Türkiye 2007'de yurt dışında milli düzeyde 147 fuara katılacak. AB ülkelerinden Sudan'a, Çin'e kadar bir çok ülkede düzenlenecek fuarların inşaattan, züccaciye kadar geniş bir yelpazesi bulunuyor

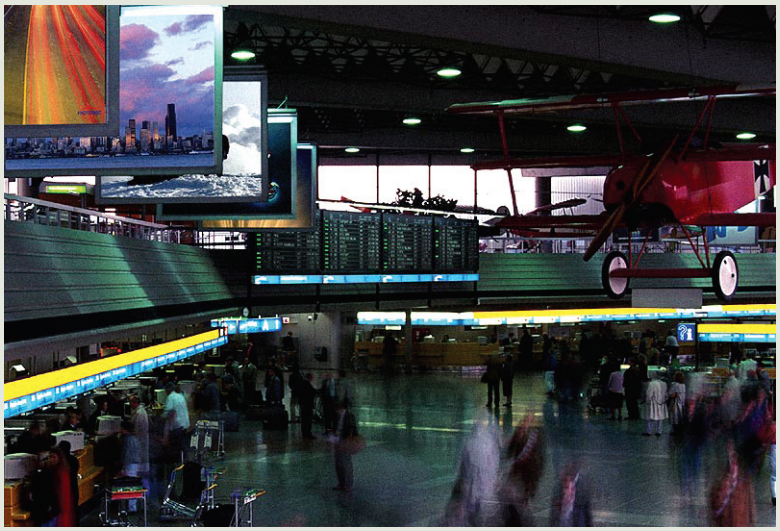
Türkiye fuarcılık alanında coğrafi konumunun avantajları ve bölgenin merkezi olabilecek potansiyeli ile giderek daha fazla önem taşırken, uluslararası pazarlamanın en etkin araçlarından birisi olan uluslararası ticaret fuarları da dış pazarlara açılmak isteyen firmalar için önemli bir fırsat oluşturuyor. Bu nedenle Türkiye, 2007 yılında, yurt dışında milli düzeyde 147 fuara katılacak. Avrupa Birliği ülkelerinden Sudan'a, Çin'e kadar birçok ülkede düzenlenecek fuarların inşaattan, züccaciyeye kadar geniş bir yelpazesi bulunuyor.

Türk firmaları milli düzeyde 1999 yılında 83, 2000 yılında 84, 2001 yılında 89, 2002 yılında 91, 2003 yılında 106, 2004 yılında 129, 2005 yılında 212, 2006 yılında da 212 fuara katıldı.

FUARLARIN YARARLARI

Katılımcı firma ile alıcının karşılaştığı bir merkez niteliğini taşıyan fuarlarla, satış, iletişim, araştırma ve stratejik yararlar elde edilirken, hedef pazarlara da ulaşma imkanı bulunuyor.

Yurt dışı fuarlar, firmaların kendi markalarını tanıtmaları bakımından uygun ortam yaratırken, yurt dışı fuarlarla Türk ihraç ürünlerinin yurt dışında tanıtılması ve yeni iş imkanlarının sağlanması amaçlanıyor. Bu arada, Dış



Ticaret Müsteşarlığı (DTM) yurt dışı fuar organizatörü firma ve kuruluşlarca düzenlenmek üzere DTM'ye başvuruda bulunulan fuarların ihracata katkısının ölçülmesi amacıyla Yurt Dışı Fuarların Etki Analizi uygulamasını yürütüyor.

Bu doğrultuda, yurt dışında düzenlenen fuarlara katılan Türk firmalarının, söz konusu iştirakleri sonucunda ilgili ülkelere yönelik ihracatlarının seyrini takip ederek, devlet yardımları kapsamında desteklenen fuarların dış ticaret açısından somut sonuçlarını inceliyor.

Uygulama ile yurt dışı fuarların dış ticarete yönelik sonuçları belirlenerek, kaynakların daha etkin kullanımının sağlanması ve önümüzdeki döneme ilişkin fuar taleplerinin değerlendirilmesi aşamasında daha selektif ve yönlendirici olunması amaçlanıyor.

Avrupa Birliği'nin 7'inci büyük ticaret ortağı olduk

Türkiye, yılın ilk altı ayında 42,1 milyar avroluk hacmiyle AB'nin 7'nci büyük ticaret ortağı oldu. Birliğin resmi istatistik kurumu Eurostat'ın verilerine göre, yılın ilk yarısında Türkiye'nin AB'ye olan ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 17 artışla 19 milyar avroya çıktı.



Aynı dönemde Türkiye'nin AB'den gerçekleştirdiği ithalat ise yüzde 20 büyüyerek 23,1 milyar avroya yükseldi.

Türkiye böylece yılın ilk altı ayında AB ile ikili ticaretinde 4,1 milyar avroluk açık verdi. Geçen yılın aynı döneminde Türkiye'nin AB ile olan ticaretinde verdiği açık 3 milyar avro seviyesinde gerçekleşmişti.

Yılın ilk yarısında Türkiye, 42,1 milyar avroluk ticaret hacmiyle AB'nin 7'nci büyük ticari ortağı haline gelirken Güney Kore, Kanada ve Hindistan gibi ülkelerin önünde yer aldı.

Bu dönemde 133,3 milyar avroluk ithalatı ve 89,8 milyar avroluk ihracatıyla ABD, AB'nin en büyük ticaret ortağı olma unvanını korurken hızlı büyümeyi sürdüren Çin, 29,3 milyar avroluk ithalatı ve 86,9 milyar avroluk ihracatıyla ikinci sıraya yükseldi.

AB ile ikili ticarette 30 milyar avroluk ithalatı ve 69,8 milyar avroluk ihracatıyla Rusya 3'üncü, 42 milyar avroluk ithalatı ve 35,4 milyar avroluk ihracatıyla İsviçre 4'üncü, 22 milyar avroluk ithalatı ve 38,3 milyar avroluk ihracatıyla Japonya 5'nci, 19,1 milyar avroluk ithalatı ve 40,8 milyar avroluk ihracatıyla Norveç 6'ncı sırada yer aldı.