



TÜRKMENİSTAN



HUBUBAT ve BAKLİYAT SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Mart 2026

Raporu Hazırlayan: Aşkabat Ticaret Müşavirliği

İÇİNDEKİLER

1. Sektörün Küresel Ticaret Görünümü	3
1.1. Sektörün Tanımı	4
1.2. Sektördeki Ürünlere İlişkin Gümrük Tarife Pozisyonları	5
1.3. Sektörde En Fazla İhracatı Olan İlk 10 Ülke (son 4 yıl)	6
1.4. Sektörde En Fazla İthalatı Olan İlk 10 Ülke (son 4 yıl)	7
2. Türkmenistan Pazarında Hububat ve Bakliyat Sektörü	8
3. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti.....	9
4. Sektörde Ülkemizden İhracat.....	12
5. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş.....	15
5.1. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı.....	15
5.2. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler	15
5.3. Gümrük Vergileri	16
5.4. İç Vergiler.....	17
5.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri.....	17
5.6. Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	17
5.7. Ürün Güvenliği Denetimi	18
5.8. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme.....	18
5.9. Dağıtım Kanalları	18
5.10. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat).....	19
6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar.....	19
7. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler	20
8. İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler	21
9. Genel Değerlendirme	22

1. Sektörün Küresel Ticaret Görünümü

Hububat ve bakliyat sektörü, dünya nüfusunun temel kalori ve protein ihtiyacını karşılaması nedeniyle stratejik bir öneme sahiptir. Küresel ticaret hacmi; iklim değişikliğine bağlı kuraklıklar, jeopolitik gerginlikler ve lojistik maliyetlerdeki dalgalanmalar gibi faktörlerden doğrudan etkilenmektedir. Özellikle Karadeniz havzasındaki arz güvenliği sorunları, küresel buğday ve mısır fiyatlarında oynaklığı artırırken, ülkelerin stok yönetimi ve yerli üretim kapasitelerini artırma eğilimine girmesine neden olmuştur.

Sektördeki en dikkat çekici trendlerden biri, bitkisel bazlı proteinlere olan ilginin artmasıyla birlikte bakliyat grubunun kazandığı ivmedir. Nohut, mercimek ve bezelye gibi ürünler, hem sürdürülebilir tarım (toprağı iyileştirme özelliği) hem de sağlıklı beslenme trendleri sayesinde küresel ticarete payını artırmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde nüfus artışı hububat talebini diri tutarken, gelişmiş ekonomilerde fonksiyonel gıda ve glütensiz seçeneklere yönelim, sektörün ürün çeşitliliğini zorlamaktadır.

Önümüzdeki dönemde sektörün görünümü, "verimlilik" ve "sürdürülebilirlik" odaklı şekillenecektir. Hassas tarım teknolojileri ve kuraklığa dayanıklı tohum çeşitlerinin yaygınlaşması, arz tarafındaki riskleri minimize etmede kritik rol oynayacaktır. Ticari açıdan ise dijitalleşen tedarik zincirleri ve gıda izlenebilirliği standartları, uluslararası pazarda rekabetin yeni kurallarını belirleyecektir. İklim krizine rağmen, protein odaklı yeni beslenme modelleri sayesinde bakliyatın küresel ticaret pastasındaki ağırlığının artmaya devam etmesi beklenmektedir.

Hububat ve bakliyat sektörü, 2024 ve 2025 yıllarında arz güvenliği ile fiyat oynaklığı arasında hassas bir dengede ilerlemektedir. FAO Gıda Fiyat Endeksi verilerine göre, 2024 yılında küresel tahıl fiyatları bir önceki yıla göre ortalama %13,3 oranında gerileyerek bir rahatlama sinyali vermiştir. Ancak bu düşüş, fiyatların pandemi öncesi seviyelere döndüğü anlamına gelmemektedir; aksine jeopolitik riskler ve iklim olayları fiyatlar üzerindeki yukarı yönlü baskıyı canlı tutmaktadır.

Hububat sektörü buğday, mısır, pirinç ve arpa gibi temel ürünleri kapsar.

Gösterge	Veri (2024/2025 Tahmini)
Toplam Dünya Üretimi	~2,85 Milyar Ton
Küresel Pazar Değeri	~1,2 Trilyon USD
Ticarete Konu Olan Miktar	~485 - 500 Milyon Ton
İkili Ticaret Hacmi (Değer)	~180 - 200 Milyar USD

Toplam üretimin sadece %17-18'i uluslararası ticarete konu olur. Bunun nedeni, Çin ve Hindistan gibi dev üreticilerin ürettikleri tahılın çok büyük bir kısmını kendi iç tüketimlerinde (insan gıdası ve hayvan yemi olarak) kullanmalarındır.

Bakliyat sektörü; nohut, mercimek, kuru fasulye ve bezelye gibi ürünleri kapsar.

Gösterge Veri (2024/2025 Tahmini)

Toplam Dünya Üretimi ~95 - 100 Milyon Ton

Küresel Pazar Değeri ~95 - 105 Milyar USD

Ticarete Konu Olan Miktar ~18 - 21 Milyon Ton

İkili Ticaret Hacmi (Değer) ~15 - 18 Milyar USD

Bakliyatın ticaret hacmi tonaj olarak düşük görünse de, birim fiyatı (ton başına değeri) hububata göre çok daha yüksektir. Bu da bakliyatı "katma değerli" bir tarım ürünü sınıfına sokmaktadır.

Hububat, stratejik bir "enerji/yem" kaynağıdır. Özellikle mısırın büyük bir kısmı sanayiye (et üretimi için yem veya biyoyakıt) gider. Bu yüzden tonaj milyarlarca seviyesindedir. Bakliyat ise daha çok doğrudan insan tüketimine odaklıdır. Küresel "vegan/vejetaryen" trendiyle birlikte, ticaret hacmindeki büyüme hızı (CAGR) hububattan daha yüksektir.

İkili Ticaret: Hububat ticaretinde Rusya, Ukrayna, ABD ve Brezilya "net ihracatçı" olarak piyasayı domine ederken; bakliyatta Kanada, Avustralya ve Türkiye (özellikle transit ticaret ve işleme merkezi olarak) kritik roller üstlenmektedir.

1.1.Sektörün Tanımı

Hububat ve bakliyat sektörü, insan beslenmesinin temel karbonhidrat ve protein kaynaklarını sağlayan, tarımsal ticaretin en geniş hacimli alt dalıdır. Sektör, botanik özelliklerine ve kullanım amaçlarına göre iki ana gruba ayrılır:

Hububat (Tahıllar)

Buğdaygiller (Poaceae) familyasına ait bitkilerin yenilebilir tohumlarını kapsar. Genellikle yüksek nişasta (karbonhidrat) içeriğiyle enerji kaynağı olarak tüketilirler.

Öne Çıkan Ürünler: Buğday, Mısır, Pirinç, Arpa, Yulaf, Çavdar ve Darı.

Kullanım Alanları: Un, ekmek, makarna, bisküvi, kahvaltılık gevrekler ve hayvan yemi üretimi.

Bakliyat (Yemeklik Dane Baklagiller)

Baklagiller (Leguminosae) familyasından, yalnızca kurutulmuş tohumları gıda olarak kullanılan bitkilerdir. Et alternatifine dönüşebilen yüksek bitkisel protein ve lif oranlarıyla bilinirler.

Öne Çıkan Ürünler: Mercimek (kırmızı, yeşil), Nohut, Kuru Fasulye, Bezelye, Bakla ve Barbunya.

Kullanım Alanları: Doğrudan yemeklik tüketim, hazır çorbalar, vejetaryen/vegan gıda içerikleri ve un takviyeleri.

Hububat temel olarak "enerji" (karbonhidrat) sağlarken, bakliyat "yapı taşı" (protein) sağlar.

Hububat genellikle öğütülerek (un, irmik) işlenmiş mamullere dönüşürken, bakliyat çoğunlukla tane bütünlüğü korunarak veya kırılarak (pilavlık, çorbalık) tüketilir.

Hububat ve bakliyat sektörünün dış ticaretinin incelenmesinde aşağıda yer alan Gümrük Tarife Pozisyonları kullanılmıştır. Ticaret istatistiklerinin derlenmesinde ise Trade Map (Mirror Data) ve TÜİK istatistiklerinden faydalanılmıştır.

1.2. Sektördeki Ürünlere İlişkin Gümrük Tarife Pozisyonları

Tablo 1: Hububat ve Bakliyat Sektörüne İlişkin Gümrük Tarife Pozisyonları

Hububat

Tarife Pozisyonu	Ürün Tanımı
1001	Buğday ve mahlut
1002	Çavdar
1003	Arpa
1004	Yulaf
1005	Mısır
1006	Pirinç
1007	Koca darı (Grain Sorghum)
1008	Kara buğday, darı (cin ve kum darı), kuş yemi; diğer hububat

Bakliyat

Tarife Pozisyonu	Ürün Tanımı
0713	Kuru baklagiller (kabuksuz) (taneleri ikiye ayrılmış, tane kabukları çıkarılmış olsun olmasın):
0713.10	- Bezelye (Pisum sativum):
0713.20	- Nohut (garbanzos):
0713.31	- - Vigna mungo (L.) Hepper veya vignaradiata (L.) wilczek türü fasulyeler
0713.32	- - Küçük kırmızı (Adzuki) fasulye (Phaseolus veya Vigna angularis)
0713.33	- - Adi fasulye (beyaz fasulye dahil) (Phaseolus vulgaris):
0713.34	- - Bambara Fasulyesi (Vigna subterranea or Voandzeia subterranea):
0713.35	- - Börülce (Vigna unguiculata):
0713.39	- - Diğerleri
0713.40	- Mercimekler
0713.50	- Baklalar (Vicia faba var. Major) ve at baklası (Vicia faba var. equina, Vicia faba var. minor)
0713.60	- Güvercin bezelye (Cajanus cajan):
0713.90	- Diğerleri:

1.3.Sektörde En Fazla İhracatı Olan İlk 10 Ülke (son 4 yıl)

1. Hububat (Tahıl) Sektörü

Hububat ticareti; mısır, buğday ve pirinç gibi ürünlerle dünya emtia piyasasının en büyük hacimli kalemlerinden biridir.

ABD: Mısır ve buğdayda baskın güçtür; yıllık yaklaşık 21,5 milyar dolar ihracat değerine sahiptir.

Rusya: Dünyanın en büyük buğday ihracatçısı konumundadır (~10,9 milyar dolar).

Hindistan: Özellikle pirinç ihracatında küresel pazarın lideridir (~12,1 milyar dolar).

Brezilya: Mısır ihracatında ABD ile güçlü bir rekabet içerisinde.

Ukrayna: Savaş koşullarına rağmen mısır ve buğdayda hala kritik bir tedarikçidir (~10,7 milyar dolar net ticaret fazlası).

2. Bakliyat Sektörü

Bakliyat Kanada ve Rusya arz tarafında, Hindistan ise talep tarafında piyasayı domine etmektedir.

Kanada: Dünyanın en büyük mercimek ve bezelye ihracatçısıdır; özellikle Hindistan ve Türkiye'nin ana tedarikçisidir.

Rusya: Son yıllarda bezelye ihracatında Kanada'yı geride bırakarak ikinci sıraya yükselmiştir.

Avustralya: Özellikle nohut ve bakla ihracatında küresel bir güçtür.

Türkiye: Kırmızı mercimek işlemede dünya merkezidir. İthal ettiği ham bakliyatı işleyerek Orta Doğu ve Avrupa'ya ihraç eder.

Özet Tablo (Pazar Payı Liderleri):

Ürün Grubu	Lider İhracatçı	Lider İthalatçı
Buğday	Rusya	Mısır
Pirinç	Hindistan	Çin / Filipinler
Mısır	ABD / Brezilya	Çin
Mercimek	Kanada	Hindistan
Nohut	Avustralya / Hindistan	Hindistan / Pakistan

Tablo 2: Hububat Sektöründe En Fazla İhracatı Olan İlk 10 Ülke (bin \$)

	İhracatçılar	2022	2023	2024	2025
1	ABD	31.578.972	23.343.580	24.368.455	27.805.922
2	Hindistan	14.087.764	11.283.566	12.113.939	
3	Rusya	10.521.810	14.778.970	11.301.736	
4	Arjantin	14.440.389	8.071.305	10.113.728	11.126.142
5	Ukrayna	9.170.803	8.306.533	9.420.113	
6	Brezilya	13.896.847	14.975.112	9.392.101	9.587.152
7	Kanada	10.168.574	11.223.063	9.383.615	9.937.986
8	Avustralya	13.794.866	12.993.892	8.376.343	9.804.847
9	Fransa	11.887.347	8.254.789	7.171.340	7.517.127
10	Tayland	4.067.821	5.226.740	6.465.699	4.622.961
	Diğer Ülkeler	46.805.538	49.385.406	45.544.469	
	Dünya Toplam	180.420.731	167.842.956	153.651.538	

Kaynak: Trademap

Tablo 3: Bakliyat Sektöründe En Fazla İhracatı Olan İlk 10 Ülke (bin \$)

	İhracatçılar	2022	2023	2024	2025
1	Kanada	3.330.019	3.442.283	3.401.929	2.608.176
2	Avustralya	1.622.256	2.071.220	2.459.592	2.303.061
3	Myanmar	1.462.961	1.438.622	1.795.054	
4	ABD	844.523	1.216.897	1.400.748	972.633
5	Rusya	715.876	1.376.006	1.333.825	
6	Türkiye	1.076.850	1.132.817	1.273.789	997.456
7	Hindistan	563.815	704.126	813.356	
8	BAE	602.629	490.338	524.972	
9	Mısır	243.736	288.613	491.422	
10	Özbekistan	230.794	355.965	388.646	
	Diğer Ülkeler	4.116.503	4.340.533	4.687.772	
	Dünya Toplam	14.809.962	16.857.420	18.571.105	

Kaynak: Trademap

1.4. Sektörde En Fazla İthalatı Olan İlk 10 Ülke (son 4 yıl)

1. Hububat (Tahıl) Sektörü

Çin: Hem yem sanayi hem de gıda güvenliği için dünyanın en büyük hububat alıcısıdır (~11,8 milyar dolar). Mısır: Dünyanın en büyük buğday ithalatçısıdır; ekmek sübvansiyon programları nedeniyle yüksek alım yapar. Endonezya: Artan nüfusuyla mısır ve buğday ithalatında ilk sıralarda yer alır.

2. Bakliyat Sektörü

Hindistan: Dünyanın en büyük bakliyat üreticisi olmasına rağmen, yıllık 6,5 milyon ton ile aynı zamanda açık ara en büyük ithalatçısıdır. Çin: Bezelye (yem ve protein unu için) ithalatında liderdir. Pakistan ve Bangladeş: Yoğun nüfusun protein ihtiyacı için yüksek miktarda mercimek ve nohut ithal ederler.

Tablo 4: Hububat Sektöründe En Fazla İthalatı Olan İlk 10 Ülke (bin \$)

	İthalatçılar	2022	2023	2024	2025
1	Çin	19.450.010	20.544.534	14.815.277	7.524.388
2	Meksika	8.886.124	8.577.679	7.977.986	
3	Mısır	7.433.175	6.427.925	6.821.803	
4	Endonezya	4.455.280	5.952.632	6.816.918	3.748.025
5	Japonya	9.667.914	8.149.365	6.727.150	6.687.077
6	Vietnam	5.704.711	5.513.749	6.229.511	
7	İtalya	5.824.014	5.722.232	5.155.666	
8	Filipinler	4.328.546	4.045.841	5.121.911	
9	Suudi Arabistan	6.163.299	4.615.347	5.038.589	
10	İspanya	6.553.551	6.874.037	4.882.807	
	Diğer Ülkeler	125.706.472	110.937.129	96.078.295	
	Dünya Toplam	204.173.096	187.360.470	165.665.913	

Kaynak: Trademap

Tablo 5: Bakliyat Sektöründe En Fazla İthalatı Olan İlk 10 Ülke (bin \$)

	İthalatçılar	2022	2023	2024	2025
1	Hindistan	1.959.988	3.088.014	5.140.151	
2	Çin	1.748.701	1.721.839	1.277.670	1.633.842
3	Türkiye	856.053	1.180.387	992.937	958.639
4	Pakistan	832.746	876.482	848.682	
5	Bangladeş	677.592	628.698	827.229	
6	Meksika	148.942	458.074	606.670	
7	ABD	681.327	658.961	597.252	535.300
8	Mısır	500.201	549.095	529.107	
9	BAE	679.741	617.132	500.074	
10	Irak	530.836	449.487	478.912	
	Diğer Ülkeler	6.972.431	7.426.912	7.114.478	
	Dünya Toplam	15.588.558	17.655.081	18.913.162	

Kaynak: Trademap

2. Türkmenistan Pazarında Hububat ve Bakliyat Sektörü

Tarım sektörü, Türkmenistan'ın GSYH'sinin yaklaşık **%11–12'sini** oluşturmakta ve nüfusun büyük bir bölümüne istihdam imkânı sağlamaktadır.

Ülke yüzölçümünün çok büyük kısmı tarım için sınıflandırılmış olsa da, yalnızca **yaklaşık %3–4'ü** ekilebilir alan statüsündedir. Tarım alanlarının çoğu mera ve otlak niteliğindedir; ekilen alan nispeten küçüktür. Hububat için hasat edilen alan yaklaşık **800 bin hektar** olarak bildirilmiştir.

Ülke genellikle çok düşük yağışlı, sıcak ve buharlaşmanın yüksek olduğu bir iklime sahiptir. Yağış yıllık ortalama çok düşüktür ve görece düzensizdir. İklim değişikliğinin etkisiyle kuraklık ve su kıtlığı riski artmaktadır. Üretim neredeyse tamamen yapay sulamaya bağlıdır; yağış tarım için yeterli değildir.

Türkmenistan'ın su kaynaklarının **%97'si** sınırlararası nehirlerden gelir ve bunun büyük kısmı tarımsal üretim için kullanılır. **Amu Derya Nehri**, ülkenin ana su kaynağı olarak tarımsal sulamada

kritik rol oynar; ülke toplam yüzey suyu akışının büyük çoğunluğu buradan gelir. **Karakum Kanalı** 1.375 km uzunluğuyla dünyadaki en büyük sulama kanallarından biri olup Amu Derya suyunu iç bölgelere taşır.

Türkmenistan’da buğday üretimi 1,4 Milyon ton, toplam hububat üretimi **1,5-6 Milyon ton** civarındadır. **Hububat** verimi ortalama **~1.834 kg/ha** düzeyindedir. Üretim verimliliği (kg/ha) zaman zaman düşüktür ve sulama sistemlerinin verimsizliği ve toprak yoğun kullanımına bağlı olarak verim artırımını için modern sulama teknikleri ve tohum ıslahı çalışmalarına, altyapı ve teknoloji yatırımlarına ihtiyaç vardır.

Hububat içinde en önemli ürün **buğdaydır**, diğer tahıllar (arpa, mısır vb.) daha düşük paydadır. Resmî verilerde bakliyat için detaylı yıllık üretim rakamları genellikle ayrı verilmemekle birlikte **hububat ve baklagiller toplamı** içinde baklagil üretimi düşük düzeydedir. Bakliyat türlerinin üretimi ülkede sınırlı kalmaktadır; baklagiller çoğunlukla iç tüketimde daha küçük miktarlarda üretilir ve zaman zaman ithalat da yapılabilir.

Hububat (özellikle buğday) ülkede temel gıda maddesidir ve **ekmek, makarna, bulgur gibi ürünler** günlük diyetin merkezi unsurlarıdır. Bakliyat (nohut, mercimek, fasulye vb.) genellikle yeşil yiyecek çeşitliliğini artıran ancak hububat kadar yüksek oranda tüketilmeyen bir kategoridir.

Türkmenistan hükümeti gıda güvenliğini stratejik bir konu olarak değerlendirmekte ve özellikle buğday üretiminde kendine yeterlilik hedefini ön planda tutmaktadır. Üretim süreklilik ve ürün dalgalanmalarına bağlı olarak bazen ek ithalat veya stok kullanımı yapılabilir; yıllar arası üretim farklılıkları nedeniyle yerel üretimin her zaman tüm tüketimi tek başına karşıladığı garanti değildir. Bu durum özellikle düşük verim veya kuraklık dönemlerinde daha belirgindir.

Türkmenistan’da kişi başı yıllık buğday tüketiminin 160–180 kg civarında olduğu tahmin edilmektedir. Ekmek ve unlu mamuller günlük beslenmenin temel unsurlarını oluşturmaktadır.

3. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

Türkmenistan’ın hububat ve bakliyat sektörlerinde ürün ve ülke bazında ithalatı ve ihracatına ilişkin tablolar aşağıda yer almaktadır. Türkmenistan’da dış ticaret istatistikleri yayımlanmadığından aşağıdaki veriler Trademap veri tabanına diğer ülkelerin sunmuş olduğu ticaret verilerinin yansıması olarak hesaplanmıştır. Bu nedenle, ticaret verisini sunmamış olan ticaret ortaklarının olabileceği dikkate alındığında bu verilerde eksikliklerin olması ihtimali bulunmaktadır.

Tablo 6: Türkmenistan’ın Hububat İhracatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	2021	2022	2023	2024
'1001	Buğday	13			
'1002	Çavdar				
'1003	Arpa				
'1004	Yulaf				
'1005	Mısır				
'1006	Pirinç	1	18	12	
'1007	Sorgum			7	40
'1008	Diğer	12	8		

Kaynak: Trademap

Tablo 7: Türkmenistan’ın Hububat İthalatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	2021	2022	2023	2024
'1001	Buğday	73743	122985	176929	8568
'1002	Çavdar				
'1003	Arpa	239	2	1	
'1004	Yulaf	1	3		
'1005	Mısır	764	686	920	533
'1006	Pirinç	284	7227	247	112
'1007	Sorgum				
'1008	Diğer	16	150	15	15

Kaynak: Trademap

Türkmenistan’ın hububat sektöründe üretimi iç talebi karşılamaya yakın olup yıllar bazında ihtiyaç durumuna göre buğday ithalatının olduğu görülmektedir. Çok yüksek olmamakla birlikte mısır ve pirinç ithalatı da yapmaktadır. Buğday ithalatını, Kazakistan’dan, mısır ithalatını Türkiye’den pirinç ve diğer ürünlerde Hindistan ve BAE’den gerçekleştirmiştir. Buna karşılık hububat ihracatı yok düzeyindedir.

Tablo 8: Türkmenistan’ın Hububat İthalatı Gerçekleştirdiği Ülkeler (bin \$)

İhracatçı Ülkeler	2021	2022	2023	2024
Kazakistan	70.817	130.052	177.303	8.568
Türkiye	194	562	361	527
Hindistan	218	142	42	63
BAE	31	235	96	56
İspanya	-	-	-	10
Ermenistan	-	-	-	5
Kanada	3.426	-	-	-
Pakistan	25	-	51	-
Sırbistan	-	63	235	-
Ukrayna	28	-	-	-
Özbekistan	69	-	13	-
İran	-	-	11	
Rusya	241			
Toplam	75.049	131.054	178.112	9.229

Kaynak: Trademap

Türkmenistan’ın yıllar itibariyle 3-7 Milyon \$ arasında değişen miktarda dünyaya maş fasulyesi ihracatı bulunmaktadır. Buna karşılık, 1-2 Milyon \$ arasında mercimek, 500 bin – 1 Milyon \$ arasında bezelye, 100-200 bin \$ arasında nohut ve daha düşük değerlerde farklı fasulye çeşitleri ithalatı gerçekleştirdiği görülmektedir.

Bakliyat ithalatının büyük çoğunluğunu Kazakistan’dan yaptığı, az miktarda Türkiye’den ve Özbekistan’dan ithalat yaptığı görülmektedir. İhracatının çoğunluğu ise Özbekistan ve BAE’ye yöneliktir.

Tablo 9: Türkmenistan'ın Bakliyat İhracatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	2021	2022	2023	2024
'071331	Maş Fasulyesi (<i>Vigna mungo</i> (L.) Hepper veya <i>Vigna radiata</i> (L.) Wilczek); kurutulmuş, tanelenmiş.	167	3.298	7.370	4.108
	Diğer	90	207	33	26

Kaynak: Trademap

Tablo 10: Türkmenistan'ın Bakliyat İthalatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	2021	2022	2023	2024
'071340	Mercimek ; kurutulmuş, tanelenmiş, kabuğu çıkarılmış veya parçalanmış olsun ya da olmasın	863	1.205	979	1.762
'071310	Bezelye (<i>Pisum sativum</i>); kurutulmuş, tanelenmiş, kabuğu çıkarılmış veya parçalanmış olsun ya da olmasın.	482	516	178	674
'071320	Nohut (<i>Garbanzos</i>); kurutulmuş, tanelenmiş, kabuğu çıkarılmış veya parçalanmış olsun ya da olmasın.	184	107	205	67
'071333	Kuru Fasulye ve Barbunya (<i>Phaseolus vulgaris</i>); beyaz fasulye (navy beans) dahil, böbrek şeklinde olanlar.	47	54	63	54
'071332	Adzuki Fasulyesi (<i>Phaseolus</i> veya <i>Vigna angularis</i>); küçük kırmızı fasulye türü, kurutulmuş ve tanelenmiş.				33
'071339	Diğer Fasulyeler ; 0713.31 ile 0713.35 arasında sayılmayan diğer fasulye türleri.	76		74	26
'071335	Börülce (<i>Vigna unguiculata</i>); kurutulmuş, tanelenmiş.			12	22
'071331	Maş Fasulyesi (<i>Vigna mungo</i> (L.) Hepper veya <i>Vigna radiata</i> (L.) Wilczek); kurutulmuş, tanelenmiş.	27		36	
	Toplam	1.680	1.883	1.547	2.638

Kaynak: Trademap

Tablo 11: Türkmenistan'ın Bakliyat İhracatı Gerçekleştirdiği Ülkeler (bin \$)

İthalatçı Ülkeler	2021	2022	2023	2024
Özbekistan	-	2.799	6.409	3.867
BAE	53	20	230	214
Kazakistan	-	229	56	27
Almanya	6	1	10	26
Türkiye	24	153	-	-
Hindistan	123	-	-	-
İran	44	286	691	
Toplam	257	3.505	7.403	4.134

Kaynak: Trademap

Tablo 12: Türkmenistan'ın Bakliyat İthalatı Gerçekleştirdiği Ülkeler (bin \$)

İhracatçı Ülkeler	2021	2022	2023	2024
Kazakistan	696	1.402	1.149	2.400
Özbekistan	118	42	176	106
Türkiye	81	330	27	95
Hindistan	-	-	-	36
Kırgızistan	184	84	22	-
BAE	459	22	5	-
İran	18	5	169	
Rusya	125			
Toplam	1.681	1.885	1.548	2.637

Kaynak: Trademap

4. Sektörde Ülkemizden İhracat

Türkmenistan hububat sektöründe ülkemizden yıllık 400-500 bin \$ tutarında mısır ithalatı gerçekleştirmektedir. Buğday, arpa, pirinç gibi diğer hububat ürünlerinde istatistiklerde görünmemekle birlikte, marketlerde ülkemizden ithal edilen paketlenmiş pirinç satışı görülmektedir.

Öte yandan, bu raporun kapsamındaki ürünler olmamakla birlikte ilişkili olması nedeniyle fikir vermesi amacıyla hububattan elde edilen ürünlerin ülkemizden Türkmenistan'a ihracatı ile ilgili istatistiki veriler aşağıda yer verilmiştir. Hububattan elde ürünlerde ülkemizden kayda değer bir ithalatın olduğu verilerde görülmekte ve aynı zamanda market raflarında tespit edilebilmektedir. 11. Fasılda yer alan ırmık ve nişastanın yanı sıra, 19. Fasılda yer alan bulgur, makarna, bebek maması, gofret, bisküvi gibi işlenmiş tarım ürünlerinde yıllık 5 milyon \$ civarından ülkemizden ithalat yapılmaktadır.

Bakliyat ürünlerinden kuru fasulye, mercimek ve nohutta da yıllık 100 bin \$ civarında ülkemizden ithalat gerçekleşmektedir.

Tablo 13: Türkiye'nin Türkmenistan'a Hububat ve Hububattan Elde Edilen Ürünler İhracatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	Türkiye'nin Türkmenistan'a İhracatı			Türkiye'nin Dünyaya İhracatı			Türkmenistan'ın Toplam İthalatı	
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024
'1005	Mısır	359	516	379	795.940	277.656	201.308	920	533
'1001	Buğday	-	-	-	723.601	564.969	390.284	176.929	8.568
'1003	Arpa	-	-	-	22.375	91.480	243.241	1	
'1008	Diğer	2	10	-	9.797	3.380	5.032	15	15
'1006	Pirinç	-	-	-	178.425	209.922	162.077	247	112
'1007	Sorgum	-	-	-	2.764	373	396		

HS	Ürün Tanımı	Türkiye'nin Türkmenistan'a İhracatı			Türkiye'nin Dünyaya İhracatı			Türkmenistan'ın Toplam İthalatı	
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024
'1101	Buğday unu veya mahlut unu	-	-	-	1.474.060	1.159.972	875.513	14.480	14.040
'1102	Hububat unları (buğday veya mahlut unu hariç)	2	-	-	10.589	10.706	11.663	2	
'1103	Hububat irmiği, topakları ve pelletleri	99	110	95	105.657	94.846	106.923	248	268
'1104	Başka şekilde işlenmiş hububat taneleri (kabuksuz, parlatılmış, ezilmiş vb.)	-	2	-	122.387	70.616	64.178	127	907
'1105	Patatesin unu, ezmesi, tozu, pulları, granülleri ve pelletleri	-	-	-	311	136	1.310	19	
'1106	Kurutulmuş baklagillerin (07.13 pozisyonu), sagonun, kök ve yumruların un ve ezmeleri	94	37	24	36.797	60.454	76.667	94	37
'1107	Malt (kavrulmuş olsun olmasın)	-	-	-	1.339	53	55	1.114	24
'1108	Nişastalar; inulin	88	50	51	112.333	127.498	101.758	561	335
'1109	Buğday glütteni (kurutulmuş olsun olmasın)	8	-	-	12.558	1.986	5.736	8	
'190110	Bebek mamaları (perakende satış için hazırlanmış)	158	372	409	11.616	14.952	23.789	193	809
'190120	Ekmekçi, pastacı ve bisküvi imalatçıların	39	86	58	24.245	29.311	32.326	120	193

	ürünleri için karışımlar ve hamurlar								
'190190	Diğerleri (Un, nişasta veya süt müstahzarları)	26	15	76	16.953	14.072	14.548	1.954	945
'190211	Piştirilmemiş makarnalar (yumurta içerenler)	-	-	-	4.247	1.945	1.723	363	316
'190219	Piştirilmemiş makarnalar (yumurta içermeyenler)	120	312	93	813.234	854.970	840.171	2.823	1.120
'190220	Doldurulmuş makarnalar (et, peynir veya diğer maddelerle doldurulmuş)	2	1	-	3.415	3.678	3.437	2	1
'190230	Diğer makarnalar (hazır makarnalar gibi)	37	58	83	78.187	65.901	54.582	1.575	1.971
'190240	Kuskus	2	-	-	8.414	7.709	11.671	2	
'190410	Hububatın kabartılması veya kavrulmasıyla elde edilen gıdalar (Corn Flakes vb.)	74	74	85	39.442	48.755	53.723	577	353
'190420	Kavrulmamış hububat pulları veya bunların karışımlarından elde edilen gıdalar (Müsli vb.)	10	40	65	13.794	14.155	16.610	24	41
'190430	Bulgur buğdayı	62	89	43	142.069	129.479	130.433	62	89
'190490	Diğerleri (Başka yerde belirtilmeyen hazırlanmış hububatlar)	30	11	244	19.544	20.044	26.250	169	11
'190520	Zencefilli ekmek ve benzerleri	2	1	-	109	34	59	4	1
'190531	Tatlı bisküviler	1.652	1.567	1.809	455.500	493.124	510.594	3.523	2.810
'190532	Gofretler	492	952	523	445.188	485.447	516.561	2.087	1.729
'190540	Peksimet, kızarmış ekmek ve benzeri kızarmış ürünler	43	62	16	12.924	15.204	14.239	43	63
'190590	Diğerleri (Ekmek, pasta, kek, boş ilaç kapsülleri, mühür güllacı vb.)	1.409	1.221	1.420	579.894	619.501	683.310	4.226	1.765

Kaynak: Trademap

Tablo 14: Türkiye'nin Türkmenistan'a Bakliyat İhracatı (bin \$)

HS	Ürün Tanımı	Türkiye'nin Türkmenistan'a İhracatı			Türkiye'nin Dünyaya İhracatı			Türkmenistan'ın Toplam İthalatı	
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024
'071333	Kuru Fasulye	4	36	35	106.503	127.120	113.313	63	54
'071320	Nohut	3	24	34	294.166	367.385	272.082	205	67
'071340	Mercimek	20	35	27	557.778	626.590	479.299	979	1.762

Kaynak: Trademap

5. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

5.1. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Türkmenistan'da hububat ve bakliyat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bağlı olduğu özel bir meslek birliği veya sivil toplum kuruluşu bulunmamaktadır. Ancak sektör farkı gözetmeksizin, firmalar dilerlerse resmi bir kurum statüsündeki Türkmenistan Sanayiciler ve Girişimciler Birliği'ne üye olabilmektedir. Üyelik zorunlu olmamakla birlikte, Birliğin yaklaşık 30.000 kayıtlı üyesi bulunmaktadır.

Ülkede ithalatçı firmalara ilişkin açık bir veri tabanı bulunmamakta, ancak www.trade.com.tm adresinden bazı Türkmen firmaların iletişim bilgilerine ve faaliyet alanlarına ulaşılabilir. Söz konusu web sitesi, firmaları sektörel olarak sınıflandırmakta olup Türkçe dil seçeneği de sunmaktadır. Türkmenistan'da toptancı veya dağıtıcı bilgilerini temin edebilecek bir kaynak bulunmamakla birlikte gıda alanında faaliyet gösteren firmalarla ilgili olarak farklı vesilelerle derlenen bilgiler ihtiyaç duyan ihracatçı firmalarımızla Müşavirliğimizce paylaşılmaktadır.

Türk menşeli hububat ve bakliyat markalarının Türkmenistan pazarında çeşitli yollarla yer aldığı görülmektedir. Resmî anlaşmalar veya dolaylı ithalat kanalları aracılığıyla Türk markaları Türkmen perakende noktalarında satışa sunulmaktadır.

Türkmenistan'da ithalat işlemleri çoğu zaman devlet kurumlarının veya yetkilendirilmiş ithalatçı firmaların kontrolünde yürütülmektedir. Bu nedenle pazara girişte yerel ithalatçı ve distribütörlerle çalışmak çoğu zaman zorunlu hale gelebilmektedir.

5.2. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Türkmenistan, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyesi değildir. Ülkede bürokratik işlemlerin fazlalığı ve çeşitli idari prosedürler, dış ticaret süreçlerinde zaman zaman yavaşlamalara yol açabilmektedir. Ayrıca, ülkede konvertibl döviz erişiminde zorluklar yaşanabilmektedir. Bu nedenle, Türkmenistan ile ticari ilişki kurmayı planlayan firmaların, işlem öncesinde kapsamlı bir piyasa araştırması yapmaları önem arz etmektedir.

Ülkede dış ticaret işlemlerinde aranılan belgeler ve izlenmesi gereken prosedürler hakkında güncel bilgilere, ilgili kamu kurumlarınca yönetilen <https://infotrade.gov.tm> adresinden ulaşılabilir.

Türkmenistan dış ticaretinde merkezi bir rol oynayan kurum ise Türkmenistan Devlet Emtia ve Hammadde Borsasıdır (www.exchange.gov.tm). Ülkeye yapılacak her türlü ithalat ve ihracat işleminin borsaya tescil edilmesi ve gerekli belgelerin sunulması zorunludur.

Türkmenistan'a İhracat Yapacak Firmaların Tescili: Türkmenistan'a ihracat gerçekleştirmek isteyen firmaların, gerekli belgeleri sunarak Borsa'ya tescil yaptırımları gerekmektedir. Tescil için 310 ABD doları tutarında harç ödenmekte olup, bu tescil her yıl yenilenmektedir. Firma bilgilerinde değişiklik olması durumunda (ortaklık yapısı, adres vb.) güncel belgelerin sunulması gerekmektedir.

İthalat ve İhracat Sözleşmelerinin Tescili: Türkmenistan'a yapılacak her ithalat işleminden önce, ithalatçı ile ihracatçı arasında yapılan sözleşmenin Borsa'ya tescil edilmesi zorunludur. Borsa tarafından onaylanıp mühürlenmiş sözleşme, gümrük işlemleri sırasında ibraz edilmelidir. Bu şartın yerine getirilmemesi durumunda, gümrükte ithalat işlemi yapılamamaktadır.

Türkmenistan'da dış ticaret işlemlerinde akreditifli ödeme yöntemlerinin tercih edilmesi tavsiye edilmektedir. Akreditif kullanımı, hem ödeme güvenliğini sağlamak hem de döviz transferinde yaşanabilecek gecikme veya risklerin azaltılmasına yardımcı olmaktadır.

5.3.Gümrük Vergileri

Türkmenistan'da gümrük işlemlerini Türkmenistan Devlet Gümrük Kurumu yürütmektedir. Kurumun www.customs.gov.tm web sitesi bulunmakta olup gümrük iş ve işlemleri ile ilgili bilgiler ile gümrük vergileri ve buna bağlı diğer giderlere ilişkin bilgiler bu sayfada yer almaktadır.

Genel olarak ülkede üretilmeyen ürünlerin ithalatında düşük gümrük vergileri (% 2-3) uygulanmaktadır. Diğer taraftan, yerli üretimi korumak ve gelişmesini sağlamak amacıyla, korumacılık politikalarına önem verilerek, yerli üretilen ürünlerin benzerlerinin ithalatında ise yüksek gümrük vergileri uygulanmaktadır. İthalatta uygulanan gümrük vergilerine <https://customs.gov.tm/en/customs-info/customs-fees/duties> web adresinden ulaşabilmektedir. Listede yer alan ürünlerde uygulanan gümrük vergileri karşısında gösterilmekte, listede yer almayan ürünler için ise ithalatı yapan firma ise %0,2, şahıs ise %2 oranında gümrük vergisi alınmaktadır. Raporumuzun kapsamında yer alan ürünlerden bahsi geçen listede yer alan ürünlere aşağıda yer verilmiştir. Ayrıca, tüm ürünlerde borsa kaydı için sözleşmenin %0,2'si oranında ve ürünün niteliğine göre sağlık sertifikası ve gerekli analizler için ayrıca ücret alınmaktadır.

Bahse konu web adresindeki listelerin incelenmesinden görüleceği üzere:

10. Fasıldaki hububat ürünlerinde ton başına 250 \$ gümrük vergisi uygulanmakta, 1001, 1006 ve 1008'deki ürünlerden tohumluk olanlar gümrük vergisinden muaftır. 1001'de yer alan buğdayın ve 1006'da yer alan pirincin ihracatında da vergi uygulanmaktadır.

19. fasılda yer alan ürünlerden yalnızca 1905.31 kurabiyeler ithalatında %5 gümrük vergisi uygulanmakta, diğerlerinde yukarıda belirtilen yöntemle ithalatı yapan firma bazlı olarak %0,2 veya %2 şeklinde belirlenmektedir.

0713 pozisyonundaki bakliyat ürünlerinde de gümrük vergisi belirtilmemiş olup yukarıda belirtilen yöntemle ithalatı yapan firma bazlı olarak %0,2 veya %2 şeklinde belirlenmektedir.

5.4. İç Vergiler

Türkmenistan Vergi Kanununun 172. maddesinde, kazanç üzerinden alınan vergilerin oranları belirtilmektedir. Buna göre, Türkmenistan'da Gelir Vergilerinin oranları aşağıdaki gibidir:

- Türkmenistan tescilli tüzel kişiler için : % 8, bunun yanında gelir vergisi üzerinden her çeyrekte % 3 Tarım Geliştirme Vergisi, % 0,5 Şehir Geliştirme Vergisi ve yılda bir kez % 1 Şehir Geliştirme Vergisi olmak üzere vergilendiriliyor.
- Tarım üreticileri tamamen vergiden muaf
- Küçük ve orta ölçekli işletmelerden alınan vergi: %2
- Diğer Tüzel Kişiler için (yabancı firmalar) : % 20
- Ortaklık Geliri ve diğer tüzel kişilere ortak olarak katılmaktan kazanılan diğer kaynaklardan elde edilen gelirlerden % 15

Türkmenistan'da Katma Değer Vergisi (KDV) % 15 dir ve Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) yoktur.

5.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Türkmenistan'da uygulanan katı vize rejimi nedeniyle, firmalarımızın ülkeye giriş yaparak doğrudan pazar araştırması gerçekleştirmeleri bazı zorluklar içermektedir. Bu nedenle, pazara yeni girmek isteyen firmalarımızın öncelikle yerel danışmanlık veya ticaret şirketleri aracılığıyla pazar araştırması yaptırmaları, süreçlerin daha verimli yürütülmesini sağlayacaktır. Yerel firmalarla iş birliği yapılması, hem tüketici alışkanlıklarının hem de dağıtım kanallarının daha doğru analiz edilmesine katkı sunmaktadır.

Bununla birlikte, Türkmenistan'da düzenlenen uluslararası fuarlara katılım, vize temininde kolaylık sağlayan etkili bir yöntemdir. Ülkedeki fuar takvimi ve sektörel etkinlikler hakkında güncel bilgilere Türkmenistan Sanayi ve Ticaret Odası'nın resmî internet sitesi (www.cci.gov.tm) üzerinden ulaşılabilir. Her ne kadar hububat ve bakliyat sektörüne özel bir ihtisas fuarı bulunmasa da, iki yılda bir yapılan ve bu yıl 12-14 Mayıs 2026 tarihlerinde Aşgabat'ta düzenlenecek olan Agro Pack Türkmenistan gıda, ambalaj ve içecek teknolojileri temalı fuarda sektörle ilgili önemli bağlantılar kurulabilmektedir. Fuara katılım için, fuarın yurt dışı bağlantısını organize eden Net Organization (Sofuar Group) firması ile temas kurulabilir.

Ayrıca, Aşgabat'ta her yıl düzenlenen Türk İhraç Ürünleri Fuarı, Türk firmalarımız için Türkmenistan pazarına girişte en uygun platformlardan biridir. Bu fuarda gıda ve içecek ürünlerinden inşaat malzemelerine, ev tekstilinden kozmetik ve kimyaya kadar birçok ürün grubu sergilenmektedir. Fuara katılım, firmalarımıza marka bilinirliğini artırma, distribütör bulma ve potansiyel ithalatçılarla doğrudan temas kurma imkânı sağlamaktadır. Meridyen Fuarcılık tarafından organize edilen bu etkinliğin Türk firmaları açısından, hem Türkmenistan pazarına açılmak hem de mevcut ticaret hacimlerini artırmak için bu fuar önemli bir fırsat niteliğindedir.

5.6. Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Türkmenistan kamu kurum ve kuruluşları ihale ilanlarını kendi web sayfalarında yayınlamaktadırlar. İhale duyuruları Türkmenistan'da yayın yapan başta Business Türkmenistan (<https://business.com.tm/info/tenders>) ve Türkmen Portal (<https://turkmenportal.com/tr/catalog/ihaleler>) gibi dijital platformlardan takip edilebilmektedir. Ayrıca, ülkede uluslararası ihalelere ilişkin önemli ihale duyuruları Müşavirliğimizce DTYBS sistemi üzerinden ilgili firmalara ulaştırılmaktadır.

5.7. Ürün Güvenliği Denetimi

Gıda ürünleri ithalatında Bitki Sağlığı Sertifikası ve ayrıca kullanılan ambalaj maddeleri için de uygunluk sertifikası aranmaktadır.

Tarımsal ürünlerin ithalatında, Türkmenistan Sağlık ve Tıbbi Sanayi Bakanlığı'nın Hastalıkların Yayılmasıyla Mücadele Birimi tarafından denetim yapılmakta ve 3 yıllığına uygunluk belgesi verilmektedir. Aynı firmadan aynı ürün ve versiyonları 3 yıl süreyle farklı ithalatçılar tarafından da ithal edilebilmektedir.

Denetimlerde kullanılan standartların, Türkiye standartlarına yakın olmakla birlikte daha çok BDT standartlarına uyumlu olduğu anlaşılmaktadır.

5.8. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Türkmenistan Ticaret Faaliyetleri Kanunu uyarınca, Türkmenistan mevzuatının belirlediği şartları karşılayan uygun kalitedeki ürünler iç pazarda satılabilir. İç piyasada dolaşan ürünlerin aşağıdaki bilgileri içeren bir etikete sahip olması gerekir. Bu bilgiler; ürünün menşe ülkesinin adı, üreticinin yasal adresi ve ticari markası, ürünün adı, ürünün bileşimi, gıda ürünü ise ilave olarak besin değeri, genetiği değiştirilmiş organizmaların (GDO'lar) yokluğuna ilişkin bilgiler, üretim tarihi, raf ömrü, son tüketim tarihi.

Yukarıdaki bilgiler, Türkmençe ve Rusça ve (veya) İngilizce dilinde ve ayrıca diğer dillerde de üreticinin takdirine bağlı olarak etiketlerin üzerinde yer almalıdır.

5.9. Dağıtım Kanalları

Ülkemizden Türkmenistan'a hububat ve bakliyat ürünlerinin ithalatını yapan Türkmen firmaların incelenmesinden, ithalatın belirli bir kanal üzerinden gitmediği, farklı şahıs şirketleri veya limited şirketler tarafından ithalatın yapıldığı, sektör dışı inşaat şirketlerinin dahi aracılık edebildiği, Nur firması gibi Türkmen hububat bakliyat üretici firmalar tarafından da ithalatın yapıldığı görülmektedir. Süpermarket zincirleri kendi ihtiyaçlarını ülkemizdeki tedarikçi kişi veya firmalar aracılığıyla farklı kaynaklardan temin edebilmektedir. Bazı Türkmen şahıs ve firmaların ülkemizde firmalarının olduğu ve kendi depolarının bulunduğu, ürün tedarikinde bu kanalı kullandığı da bilinmektedir.

Ulaştırma yönüyle bakıldığında, Türkmenistan konumu gereği eskiden olduğu gibi bugün de Orta Asya'da önemli bir geçiş güzergahıdır. Türkiye'den karayoluyla yola çıkan araçlar İran üzerinden Türkmenistan'a gelmekte, oradan Özbekistan, Kırgızistan, Tacikistan'a ve hatta Kazakistan'ın güney ve doğu bölgelerine gidebilmektedir. Bunun yanında bu araçlar Azerbaycan'daki Bakü limanı aracılığıyla denizyoluyla Türkmenbaşı limanı üzerinden de gelebilmektedir. Bunlar yanında demiryoluyla Kars, Tiflis, Bakü güzergahı üzerinden vagonlar Hazar Geçişiyle Türkmenbaşı limanına veya İran üzerinden Etrek sınır Kapısından demiryoluyla Türkmenistan'a gelebilme imkanına sahiptir. Bu manada ülke lojistik yönden çok önemli bir geçiş güzergahı üzerinde bulunmaktadır. 2018 yılında yenilenen Türkmenbaşı limanı, kapasitesi ve imkanları dolayısıyla büyük bir potansiyele sahiptir ve her geçen gün işlem hacmi artmaktadır.

Karayoluyla veya denizyoluyla ülkeye gelen araçlar giriş işlemlerinin tamamlanmasından sonra iç gümrüklere sevk edilerek işlemleri buralardaki gümrük idarelerinde yapılmaktadır. Bunun yanında izin verilen firmaların depolarında da gümrük işlemleri yapılabilmektedir.

5.10. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Türkmenistan’da elektronik ticaret (e-ticaret) sektörü gelişme sürecindedir. Ülkenin ekonomik yapısı, internet altyapısının düzeyi ve tüketici davranışları bu alandaki büyüme hızını belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Son yıllarda internet kullanımında artış gözlenirse de, erişim imkânları ve bağlantı hızları hâlen uluslararası ortalamaların gerisindedir. Özellikle kırsal bölgelerde internet altyapısının yetersizliği, e-ticaret faaliyetlerinin yaygınlaşmasını sınırlandırmaktadır.

Türkmenistan’da e-ticaret, henüz geleneksel ticaretten ayrı bir alan olarak görülmemekte ve bu sektöre özgü yasal düzenlemeler bulunmamaktadır. Tüketiciler ağırlıklı olarak alışverişlerini fiziksel mağazalar ve pazar yerlerinden gerçekleştirmekte, çevrimiçi alışverişe yönelik alışkanlıklar sınırlı kalmaktadır.

Ülkede faaliyet gösteren yerel e-ticaret platformlarının sayısı az olup, bunlar çoğunlukla küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından yönetilmektedir. Söz konusu platformlar genellikle gıda, giyim ve elektronik ürün gruplarında satış yapmaktadır. Gıda alanında öne çıkan platformların bilgileri aşağıda yer almaktadır. Uluslararası e-ticaret platformları (örneğin Amazon, eBay, Alibaba gibi) Türkmenistan pazarında aktif değildir.

YNAMDAR ONLINE MARKET	https://ynamdar.com
ASMAN EXPRESS	https://asmanexpress.com
GIPER TM	https://gipertm.com
ASHGABAT GIPER MARKET	https://ashgabat.market

Dijital ödeme sistemlerinin yeterince gelişmemiş olması da sektörün önündeki başlıca engellerden biridir. Online alışverişlerde ödemeler çoğunlukla teslimat sırasında nakit olarak ya da kredi kartı özelliği bulunmayan banka kartlarıyla yapılmaktadır.

Sonuç olarak, Türkmenistan’da e-ticaret sektörü henüz erken gelişim aşamasındadır. Ancak genç nüfusun dijital teknolojilere olan ilgisi ve internet erişiminin kademeli olarak artması, sektörde geleceğe yönelik önemli bir potansiyele işaret etmektedir. Bu çerçevede, e-ticaret mevzuatının oluşturulması, güvenli ödeme altyapısının geliştirilmesi ve lojistik hizmetlerinin iyileştirilmesi yönünde atılacak adımlar büyük önem taşımaktadır.

Türkiye ile yapılacak iş birlikleri, özellikle dijital altyapı, ödeme sistemleri ve platform yönetimi konularında Türkmenistan’ın e-ticaret ekosisteminin gelişmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca Türk e-ticaret platformlarının Türkmenistan pazarına girişi veya yerel girişimlerle ortaklık kurması, sektörün büyümesini hızlandırabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Türkmenistan’da hububat ve bakliyat sektörü, artan nüfus, kentleşme oranındaki yükseliş ve gelir seviyesindeki artışla birlikte büyüme potansiyeli taşımaktadır. Gelir seviyesinin artmasıyla birlikte paketli gıdaların tüketimi artmakta, hububat ve bakliyat ürünlerinde de paketlenmiş halde satışlar daha fazla tercih edilir hale gelmektedir. Ayrıca, satış yerlerinin daha modern hale gelmesi, büyük süpermarketlerin açılması ithal edilmiş paketlenmiş ürünlerin satışını artırmaktadır.

Türkmenistan ile ülkemiz arasındaki yakın ilişkiler ve çok sayıda Türkmen vatandaşın ülkemizde eğitim aldığı veya çalıştığı süreçte Türk ürünlerinin kalitesini yakinen tecrübe etmiş olması nedeniyle, birçok üründe olduğu gibi hububat ve bakliyat ürünlerinde de Türkmenistan pazarında Türk

ürünlerinin kalitesi yakından bilinmektedir ve diğer ülke ürünlerine kıyasla daha kaliteli olduğu algısı yer etmiş durumdadır.

Halihazırda perakende noktalarında paketlenmiş veya dökme bulgur, nohut, fasulye, mısır, mercimek gibi ürünlerde Türkiye'nin pazar payı oldukça yüksektir. Bunlardan elde edilen işlenmiş gıdalarda kültürel yakınlığın da etkisiyle Türk ürünlerine rağbet yüksektir. Türkmen girişimciler ülkemizden üretici firmalar ile işbirliği yaparak benzer ürünlerin üretimini yapmaktadır. Bu güçlü konumun korunması ve yeni ürün çeşitleriyle pazar payının artırılması mümkündür.

Bununla birlikte, Türkmenistan'da yerel distribütörlerle yapılacak iş birlikleri, Türk firmaları açısından önemli bir avantaj sağlayabilir. Yerel distribütörler, hem ürünlerin ülke içinde tanıtımı hem de satış kanallarının genişletilmesi açısından stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu doğrultuda, Türk firmalarının Türkmenistan'da tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeleri, marka bilinirliğini artırarak uzun vadeli ticari ilişkiler kurmalarına yardımcı olabilir.

Ayrıca, Türkmenistan'da düzenlenen fuarlar, firmalarımıza pazar araştırması yapma ve yerel iş çevreleriyle doğrudan temas kurma fırsatı sunmaktadır. Özellikle her yıl düzenlenen Türk İhraç Ürünleri Fuarı gibi etkinlikler, Türk ihracatçıların ürünlerini tanıtmak ve yeni iş bağlantıları kurmak açısından önemli bir platform oluşturmaktadır.

Son olarak, Türkmenistan'da e-ticaret sektörü henüz gelişmekte olmasına rağmen, bu alanda geleceğe dönük önemli bir potansiyel bulunmaktadır. Türk e-ticaret platformlarıyla iş birliği yapılması ve güvenli dijital ödeme sistemlerinin geliştirilmesi, Türkmenistan pazarında çevrim içi satışların artmasını sağlayabilir. Lojistik hizmetlerin iyileştirilmesiyle birlikte, e-ticaret Türk firmaları için yeni bir ihracat kanalı haline gelebilir.

7. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Türkmenistan pazarında karşılaşılabilecek başlıca zorluklar; lojistik maliyetler, döviz transfer kısıtlamaları, gümrük prosedürlerinin karmaşıklığı, devlet kontrolünün yüksek olması ve ticari anlaşmazlıklarda hukuki altyapının yetersizliğidir. Öte yandan, hububat ve bakliyat ürünlerinde Kazakistan ve Rusya'nın ürünlerinin ülkemiz ürünlerine kıyasla fiyat avantajına sahip olması da pazara giriş ve devamlılık için önemli bir risk faktörüdür.

Türkmenistan pazarında faaliyet göstermek isteyen Türk firmalarının karşılaşılabileceği çeşitli ekonomik, bürokratik ve lojistik zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklar, hem ticari işlemlerin maliyetini artırmakta hem de ihracat süreçlerinin öngörülebilirliğini azaltmaktadır.

Türkmenistan'ın döviz kuru politikası ve konvertibl dövizle erişimde yaşanan güçlükler de ihracatçıları açısından ciddi bir risk oluşturmaktadır. Ülkenin döviz gelirlerinin büyük ölçüde doğalgaz ihracatına bağlı olması, enerji fiyatlarındaki dalgalanmaların devletin döviz rezervlerini etkilemesine neden olmaktadır. Bu durum, ithalatçı firmaların ödeme kabiliyetini sınırlayarak, Türk ihracatçıları açısından tahsilat riskini artırmaktadır.

İthalat işlemleri sırasında karşılaşılan bürokratik prosedürler ve karmaşık yasal süreçler de ihracatın önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. İthalat sözleşmelerinin Türkmenistan Devlet Emtia Borsası'na tescil ettirilmesi zorunluluğu ve gümrük işlemlerinin uzun sürebilmesi, zaman kaybına ve maliyet artışına yol açmaktadır.

Lojistik açıdan da çeşitli zorluklar mevcuttur. Türkiye ile Türkmenistan arasındaki uzaklık ve karayolu taşımacılığına bağımlılık, özellikle ambalajlı ürünlerde navlun maliyetlerini

yükseltmektedir. Ayrıca, ülke içi dağıtım altyapısının sınırlı olması, ürünlerin nihai tüketiciye ulaşmasında gecikmelere ve ek maliyetlere neden olabilmektedir.

Türkmenistan’da e-ticaret altyapısının henüz yeterince gelişmemiş olması, dijital satış kanallarının etkin kullanımını kısıtlamaktadır. İnternet erişiminin sınırlı, online ödeme sistemlerinin ise yaygın olmaması, firmalarımızın dijital pazarlama ve çevrim içi satış stratejilerini hayata geçirmesini güçleştirmektedir.

Buna ek olarak, Türkmenistan’da uygulanan sıkı vize rejimi, firmalarımızın pazarı yerinde incelemesini, iş bağlantıları kurmasını ve satış sonrası hizmetleri yürütmesini zorlaştırmaktadır. Aynı şekilde, ürün bedellerinin transferinde yaşanan güçlükler ve bankacılık sistemindeki kısıtlamalar da ödeme süreçlerinde aksamalara neden olabilmektedir.

Pazarla ilgili güncel ve ayrıntılı veri eksikliği, ihracatçılarımızın tüketici tercihlerini, talep yapısını ve sektörel trendleri doğru analiz etmesini zorlaştırmaktadır. Bu da stratejik planlama süreçlerinde belirsizlik yaratmaktadır. Ayrıca, yerel distribütörlerle iş birliği yapılması pazar erişimini kolaylaştırırsa da, bu firmaların güvenilirliği ve operasyonel kapasitesi konusundaki belirsizlikler iş birliği süreçlerinde risk oluşturabilmektedir.

8. İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Yerel Distribütörlerle İş Birliği Kurulması: Türkmenistan pazarında güvenilir yerel distribütörlerle iş birliği yapmak, Türk firmalarının pazar payını artırmaları açısından etkili bir stratejidir. Yerel distribütörler, ürünlerin tanıtımı, satışı ve ülke genelinde dağıtımında önemli rol üstlenmekte, ayrıca gümrük işlemleri, lojistik süreçler ve dağıtım ağlarına erişim açısından firmalara önemli avantaj sağlamaktadır. Uzun vadeli ve güvene dayalı ortaklıklar kurmak, firmalarımızın pazara erişimini kolaylaştıracak ve markaların bilinirliğini güçlendirecektir.

Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinin Güçlendirilmesi: Türkmenistan’da modern perakende sektörünün gelişmesiyle birlikte markalı gıda ürünlerine olan talep artmaktadır. Türk firmalarının Türkmenistan’da düzenlenen fuarlara katılım sağlamaları, market zincirleri ile tanıtım faaliyetleri yürütmeleri ve ürünlerin Türk menşeli olduğunun vurgulanması pazarda rekabet avantajı sağlayabilir. Fuarlara katılım, reklam kampanyaları, tadım etkinlikleri ve yerel medya ile iş birlikleri, marka görünürlüğünü artıracaktır. Özellikle “Türk İhraç Ürünleri Fuarı” gibi etkinlikler, Türk firmaları için etkili bir tanıtım platformu niteliğindedir.

Rekabetçi Fiyat Politikalarının Uygulanması: Türkmenistan pazarında Rusya ve Kazakistan gibi düşük üretim maliyetine sahip ülkelerle rekabet edebilmek için fiyat rekabetçiliği önem taşımaktadır. Üretim süreçlerinde verimliliği artırmak, lojistik maliyetlerini optimize etmek ve uygun fiyat politikaları geliştirmek, Türk ürünlerinin pazarda daha güçlü bir konuma gelmesini sağlayacaktır.

Kalite ve Güvenilirliğin Ön Plana Çıkarılması: Türk ürünlerinin uluslararası standartlara uygunluğu, kalite güvencesi ve güvenilirliği, Türkmenistan pazarında önemli bir rekabet avantajı sunmaktadır. Firmalar, ürün belgeleri ve sertifikasyon süreçlerini ön plana çıkararak kalite vurgusu yapmalı; tüketicilere güven veren bir marka algısı oluşturmalıdır.

E-Ticaret ve Dijital Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi: Her ne kadar Türkmenistan’da e-ticaret altyapısı sınırlı olsa da, önümüzdeki dönemde bu alanda büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Türk firmaları, dijital kanalları etkin kullanarak marka bilinirliğini artırabilir, sosyal medya ve çevrim içi reklamcılık yoluyla tüketicilere doğrudan ulaşabilir. E-ticaretin gelişmesiyle birlikte bu kanallar ihracatın destekleyici unsuru haline gelecektir.

Yerel Pazarın Dinamiklerinin Analiz Edilmesi: Türkmenistan pazarında başarılı olabilmek için tüketici tercihleri, gelir düzeyi, dağıtım yapısı ve mevzuat koşulları ayrıntılı biçimde analiz edilmelidir. Pazar araştırmaları ve saha çalışmaları aracılığıyla elde edilecek veriler, ürün çeşitlendirmesi ve fiyatlandırma stratejilerinin şekillendirilmesinde firmalara yol gösterecektir.

Kamu Kurumları ve Yerel İşletmelerle İş Birliği Geliştirilmesi: Türkmenistan’da kamu kurumları ve yerel firmalarla kurulacak iş birlikleri, Türk firmaları açısından kalıcı bir pazar varlığı oluşturabilir. Ortak projelere katılım, kamu ihaleleri ve tedarik anlaşmaları bu iş birliklerinin önemli araçlarıdır. Ayrıca, Türkmenistan’da düzenlenen sektörel fuarlar ve iş forumları, Türk firmaları için hem tanıtım hem de bağlantı kurma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.

Türkmenistan’da gıda ürünlerinin önemli bir bölümü devlet kurumları tarafından gerçekleştirilen toplu alımlar yoluyla temin edilmektedir. Özellikle okul, hastane, askeri birlikler ve kamuya ait gıda işletmeleri için yapılan alımlar önemli bir pazar oluşturmaktadır. Bu nedenle Türk firmalarının kamu ihalelerini yakından takip etmeleri, yerel temsilci veya distribütör aracılığıyla kamu kurumlarıyla ilişkilerini geliştirmeleri ihracatın artırılması açısından önem taşımaktadır.

Paketli ve Katma Değerli Ürünlere Odaklanma: Türkmenistan’da hububat ürünleri yerli üretimle büyük ölçüde karşılanmakla birlikte, paketlenmiş ve markalı gıda ürünlerinde ithalata olan talep artmaktadır. Bu nedenle firmalar özellikle aşağıdaki ürün gruplarında fırsat yakalayabilir: paketlenmiş pirinç, paketlenmiş bakliyat, bulgur, hazır çorbalık bakliyat karışımları, bakliyat unu ve bitkisel protein bazlı ürünler

Orta Asya Lojistik Avantajının Kullanılması: Türkiye’nin Türkmenistan’a kara yolu ve Hazar geçişi taşımacılık imkânları, Avrupa ve uzak ülkelerden gelen tedarikçilere kıyasla lojistik açıdan avantaj sağlamaktadır. Kazakistan ve Rusya ile rekabette paketli ürünlerde ürün çeşitliliği avantajı Türk firmaları tarafından etkin şekilde kullanılabilir.

Bölgesel Dağıtım Merkezi Stratejisi: Türkmenistan, Özbekistan ve Afganistan pazarlarına yakın konumu nedeniyle bölgesel dağıtım merkezi olma potansiyeline sahiptir. Türk firmalarının Türkmenistan’da depo veya dağıtım ağı kurmaları halinde, Orta Asya’nın diğer pazarlarına da erişim imkânı oluşabilir. Ancak Türkmenistan’da firma kurma ve vize zorlukları nedeniyle Türkmen firmalarıyla çalışma ihtiyacı bulunmaktadır.

Tarımsal İşbirliği ve Teknoloji Transferi: Türkmenistan tarım sektöründe verimlilik artırmaya yönelik modern sulama teknikleri, tohum ıslahı ve tarımsal mekanizasyon alanlarında teknolojiye ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle Türk firmaları yalnızca ürün ihracatı değil, aynı zamanda tarım teknolojileri, tohum, sulama ekipmanları ve tarımsal danışmanlık hizmetleri alanlarında da işbirliği fırsatlarını değerlendirebilir.

9. Genel Değerlendirme

Türkmenistan hububat ve bakliyat sektöründe temel gıda güvenliğini sağlama amacıyla yerli üretimi artırmaya yönelik politikalar izlemektedir. Bu kapsamda özellikle buğday üretimi stratejik bir ürün olarak değerlendirilmekte ve devlet tarafından desteklenmektedir. Buna karşın ülkenin iklim koşulları, düşük yağış miktarı ve tarımsal üretimin büyük ölçüde sulamaya bağlı olması üretim verimliliğini sınırlayan temel faktörler arasında yer almaktadır.

Türkmenistan’da hububat üretimi iç talebi büyük ölçüde karşılamakla birlikte, bazı ürünlerde dönemsel ithalat ihtiyacı oluşabilmektedir. Bakliyat üretimi ise sınırlı seviyede olup, özellikle mercimek ve nohut gibi ürünlerde ithalat ihtiyacı ortaya çıkabilmektedir.

Türkiye, coğrafi yakınlık, lojistik avantajlar ve gıda sektöründeki güçlü üretim kapasitesi sayesinde Türkmenistan pazarı için önemli bir tedarikçi konumundadır. Bununla birlikte pazarda Kazakistan, Rusya ve Özbekistan gibi bölgesel üreticilerin güçlü rekabeti bulunmaktadır.

Türk firmalarının Türkmenistan pazarında daha etkin yer alabilmeleri için yerel distribütörlerle işbirliği yapmaları, paketli ve katma değerli ürünlere odaklanmaları ve kamu alım süreçlerini yakından takip etmeleri önem taşımaktadır. Ayrıca hububat ve bakliyatın işlenmiş ürünleri, hazır gıda ürünleri ve markalı paketli ürünler pazarda büyüme potansiyeli taşıyan alanlar olarak değerlendirilmektedir.

Orta ve uzun vadede Türkmenistan'da tarımsal verimliliğin artırılmasına yönelik yatırımların artması beklenmektedir. Bu süreçte Türk firmaları yalnızca ürün ihracatı değil, aynı zamanda tarımsal teknoloji, sulama sistemleri ve tarımsal makine alanlarında da işbirliği fırsatları yakalayabilir.

Türkmenistan'da hububat ve bakliyat sektörü, artan nüfus, kentleşme oranındaki yükseliş ve gelir seviyesindeki artışla birlikte büyüme potansiyeli taşımaktadır. Halihazırda perakende noktalarında paketlenmiş veya dökme bulgur, nohut, fasulye, mısır, mercimek gibi ürünlerde Türkiye'nin pazar payı oldukça yüksektir. Bunlardan elde edilen işlenmiş gıdalarda kültürel yakınlığın da etkisiyle Türk ürünlerine rağbet yüksektir. Türkmen girişimciler ülkemizden üretici firmalar ile işbirliği yaparak benzer ürünlerin üretimini yapmaktadır. Bu güçlü konumun korunması ve yeni ürün çeşitleriyle pazar payının artırılması mümkündür.

Türkmenistan pazarı, Türk firmaları için hem büyüme potansiyeli hem de çeşitlenme fırsatları barındırmaktadır. Yerel distribütörlerle kurulacak iş birlikleri, tanıtım, pazarlama ve dağıtım alanlarında önemli avantajlar sağlayabilir. Türkmenistan'da düzenlenen Türk İhraç Ürünleri Fuarı gibi etkinliklere katılım da firmalarımıza doğrudan tanıtım ve bağlantı kurma imkânı sunmaktadır. Ayrıca, gelişmekte olan e-ticaret altyapısının gelecekte yeni bir satış kanalı haline gelmesi beklenmektedir.

Öte yandan, ihracatçılarımız açısından bazı risk ve tehditler mevcuttur. Döviz transferindeki zorluklar, bürokratik işlemlerin fazlalığı, yüksek navlun maliyetleri ve vize kısıtlamaları, ticari süreçleri yavaşlatmaktadır. Ayrıca, yerel pazarın sınırlı veri altyapısı ve e-ticaret sisteminin yetersizliği, pazara giriş stratejilerini zorlaştırabilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkmenistan hububat ve bakliyat sektörü Türk ihracatçıları için potansiyel taşıyan bir pazar niteliğindedir. Türkiye'nin ürün kalitesi, lojistik deneyimi ve bölgesel itibarı, bu pazarda kalıcı bir konum elde etmesine imkân tanımaktadır.