

TİM REPORT



TÜRKİYE İHRACATLA YÜKSELİYOR

KİMYA SEKTÖRÜ 2022'DEKİ
BAŞARISINI TEKRARLAMA PEŞİNDE

AZERBAYCAN-TÜRKİYE
TİCARETİNİN HACMİ GİDEREK BÜYÜYOR

HİB, REKORUN AYAK
SESLERİNİ DUYMAYA BAŞLADI

TİM

**TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ**

30 yıl 

**TÜRKİYE
İHRACATLA
YÜKSELİYOR**





İhracatçımızın bir bankası oldu, sıra dövizde

YILIN İLK BEŞ AYINI geride bırakırken ihracat hacmimiz önceki yıla benzer bir grafik çizmiş olsa da hedefimizin altında kaldığını belirtmek isterim. Küresel ticaretteki yavaşlama ve en büyük ihracat pazarımız olan AB ülkelerindeki durgunluğun, ihracatımıza olumsuz yansımaları olsa da hedefimizin geride kalmasının en önemli nedeni, döviz kuru nedeniyle Türk ihracatçısının rekabet gücünü kaybetmesidir. İhracatçımızın bugün yaşadığı en büyük iki zorluk; fiyat tutturulamaması ve finansmana ulaşım olarak önümüzü çıkıyor.

İhracatçımızın yaşadığı finansman sıkıntısının aşılmasına yönelik Meclisimiz 30. yıldönümünde önemli bir adım attı. Türkiye'nin milli sermayeli ilk özel bankası Türk Ticaret Bankası'nın ihalesinde en yüksek teklifi, bir buçuk yıl önce kurduğumuz İhracatı Geliştirme (İGE) A.Ş. verdi. İhale için gerekli resmi onayları da alınarak üreticinin ve ihracatçının menfaatini gözeterek ve yönetiminde ihracatçıların da bulunacağı bir bankamız oldu. Kurulduğu günden bu yana Türkiye'nin üretim ve ihracatla yükselmesi noktasında öncü rol oynayan Türkiye İhracatçılar Meclisimizin 30. yıldönümünü böylelikle bir banka ile taçlandırmış olduk.

İGE'yi bir finans grubuna dönüştürerek ihracatın finansmanında yeni bir dönem başlatmış olacağız. Türk Ticaret Bankası, yeni dönemde ihracata ve ihracatçıya odaklı, uzmanlaşmış bir bankacılık faaliyeti yürütecek. En önemlisi de üretim sahasından gelen yorumlar ve taleplerle şekillenecek bir yönetim anlayışı olacak.

Daralan küresel pazarda ihracatımızı artırabilmemiz için döviz kurunun da enflasyon oranında artması gerektiğini her platformda dile getiriyoruz. İhracatçılarımız, her hafta dünyanın dört bir yanında yeni müşteri bulmak için ülke ülke geziyor. Sipariş alma noktasında en büyük

sıkıntıyı kur seviyeleri nedeniyle fiyatlamada yaşıyorlar. Büyük emeklerle girebildiğimiz bazı pazarlarda kayıplar yaşamaya başladık. Oysa bizim pazar kaybetmeye tahammülümüz yok. Aksine rekabetçiliğimizi artıracak adımlarla yeni pazarlarda bayrak gösterebilmeliyiz.

Dış ticaret verileri de mevcut kur politikasının ithalatı artırdığını açıkça gösteriyor. Yılın ilk beş ayında dış ticaret açığı yüzde 29,5 artarak 56 milyar doları aştı. İhracatın ithalatı karşılama oranı da geçen senenin aynı döneminde yüzde 70,3 iken bu yılın ilk 5 ayında 64,6'ya geriledi. Ülkenin daha çok dövize ihtiyacı olduğu bir dönemde daha fazla ihracat yapmaktan başka çaremiz yok. Bunu da doğru döviz kuru ile yapabiliriz.

İHRACATÇININ MENFAATİNİ GÖZETEN VE YÖNETİMİNDE İHRACATÇILARIN DA BULUNACAĞI BİR BANKAMIZ OLDU. ÜRETİM VE İHRACATA ÖNCELİK VEREN BİR EKONOMİ POLİTİKASIYLA CUMHURİYETİMİZİN KURULUŞUNUN 100'ÜNCÜ YILDÖNÜMÜNÜ REKOR İHRACATLA KAPATACAĞIMIZA İNANIYORUM.

Daha fazla üretim ve satış yapabilmek için ihracatçımız her türlü teknik imkâna ve heyecana sahip. İhtiyaçları olan tek şey ise emeklerini satışa dönüştürecek bir kur politikası.

Seçimlerin tamamlanmasıyla birlikte belirsizlik ortamı sona erdi. Artık tüm enerjimizle işimize odaklanmanın zamanı geldi. Biz yeni dönemden daha da umutluyuz. Üretim ve ihracata öncelik veren bir ekonomi politikasıyla Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100'üncü yıldönümünü rekor ihracatla kapatacağımıza inanıyoruz.

Mustafa GÜLTEPE
TİM Başkanı

TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 220 - HAZİRAN 2023

TÜRKİYE İHRACATÇILAR
MECLİSİ

30

yıldır büyümenin
öncüsü oldu

TİM, 30 YILDIR BÜYÜMENİN ÖNCÜSÜ OLDU

Bir ülke ekonomisinin en önemli kalemlerinden biri olan ihracatın Türkiye'deki çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 1993'ten bu yana tam 30 yıldır, ihracatçıların yanındaki konumunu her geçen sene daha güçlendirerek koruyor.

s. 26



AZERBAIJAN-TÜRKİYE TİCARETİNİN HACMI GİDEREK BÜYÜYOR

Azerbaycan ve Türkiye arasındaki ticari ilişkiler, Cumhurbaşkanları nezdinde belirlenen "15 milyar dolarlık ticaret" hedefine ulaşma noktasında emin adımlarla ilerliyor.

s. 54



İHRACAT RAPORU, ORTA VADELİ TRENDLERE PERSPEKTİF SUNUYOR

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Ekonomik Araştırmalar Şubesi tarafından hazırlanan 2023 İhracat Raporu, küresel ve Türkiye ekonomisindeki gelişmelere ve öngörülere ışık tutarken, ülke ihracatındaki kırılımlara detaylı olarak yer veriyor.

s. 36



KİMYA SEKTÖRÜ

Son beş yılda yüzde 92'lik bir büyüme gerçekleştiren Türkiye kimya endüstrisi, 2022'de edindiği "en çok ihracat yapan sektör" unvanını 2023'te de korumak istiyor.

s. 42





İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜ

2022'yi 6,7 milyar dolarlık ihracatla kapatan iklimlendirme sektörü, 2023 Mart'ında aylık bazda tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaştı.

s. 60

HİB, REKORUN AYAK SESLERİNİ DUYMAYA BAŞLADI

Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat, yılın ilk çeyreğinde gösterdikleri ihracat performansının, 2023 için belirledikleri 125 milyar dolarlık hedefe ulaşma noktasında iyi bir referans olduğunu söylüyor.

s.50



TÜRK HAVLUSU

Tarihi geçmişinin hakkı verilen ve kalitedeki istikrarının karşılığını bir "dünya markası" olarak alan Türk havlusu, giderek büyüyen ticari hacmiyle ülke ekonomisine katkı sunmaya devam ediyor.

s. 66



TİMREPORT

TİM Adına Sahibi
Genel Sekreter
Bilal BEDİR

Yayın Kurulu

Adil PELİSTER
Biral CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Rüstem ÇETINKAYA
Fahrettin İNCE
Yıldırım ÖZCAN

Yönetim Yeri

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr



Ajans Başkanı Selda Yeşiltaş
Yayıncı Koordinatörü Murat Erdoğan
Görsel Yönetmen Yeşim Kayan

Editör Fatih Önder

Fotoğraf Editörü Ergün Çolakoğlu

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Binnaz Uzunca, Hasbi Öztepe

İletişim

Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.
Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özlem Matbaa

TİM

Panorama



ZİYARET

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRISAD) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Balkuv ve yönetim kurulu üyelerini ağırladı.
 - Alibaba.com Avrupa Bölgesi Başkanı Jijay Shen, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile bir araya geldi.
 - Macaristan İstanbul Başkonsolosu Attila Pintér, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- Yapılan görüşmede iki ülke arasındaki ticaret hacminin artırılması için olası iş birlikleri değerlendirildi.

mayıs

HEYET

- Ticaret Bakanlığı koordinasyonu, TİM ve İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) organizasyonu ile 6-12 Ağustos 2023 tarihleri arasında tüm sektörlerimizin katılımına açık Brezilya ve Şili Ticaret Heyeti düzenlenecek. Son başvuru tarihi, 15 Haziran 2023 Perşembe.
- TİM, İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB) ve Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) tarafından Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda organize edilen özel nitelikli alım heyeti, Çin Halk Cumhuriyeti'nden gelen farklı sektörlerden beş ithalatçı firma temsilcisinin katılımıyla İstanbul, İzmir ve Samsun'da gerçekleşti.
- Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile 18-21 Temmuz 2023 tarihleri arasında tüm sektörlerin katılımına açık Demokratik Kongo Cumhuriyeti Ticaret Heyeti düzenlenecek. Son başvuru: 12 Haziran 2023 Pazartesi.





ZİRVE

- TİM Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, 4-6 Mayıs tarihlerinde Ankara'da düzenlenen girişimcilik ve teknoloji zirvesi Girişim 23'ün açılışında bir konuşma yaptı.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Samsun'da düzenlenen Yatırım ve İhracat Zirvesi'ne katıldı.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Capital ve Ekonomist dergilerinin düzenlediği Yeşil Ekonomi ve Sürdürülebilirlik Zirvesi takviminde hayata geçirilen "İhracatçıların Yeşil Mutabakat Eylem Planları" panelinin açılışında bir konuşma yaptı.



haziran

FUAR

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Hırdavat Sanayici ve İş Adamları Derneği (HİSİAD) iş birliği ile düzenlenen Avrasya Hırdavat Fuarı Hardware Eurasia'nın açılış törenine katıldı.



TOPLANTI

- TİM Tarım Kurulu, deprem bölgesinde yaptığı incelemelerin ardından Adana'da değerlendirme bir toplantısı gerçekleştirdi. Toplantıda depremin tarım sektörüne etkileri ve çözüm önerileri ele alındı.



Türkiye Ekonomisi İlk Çeyrekte %4 Büyüdü



Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Türkiye ekonomisinin bu yılın ilk çeyreğine ilişkin büyüme rakamını açıkladı. Buna göre Türkiye ekonomisi, yılın ilk çeyreğinde yüzde 4 oranında büyüdü. 2022'nin son çeyreğine göre ise yüzde 0,3'lük bir büyüme gerçekleşmiş oldu. GSYH 2023 yılı birinci çeyrek ilk tahmini; zincirlenmiş hacim endeksi olarak, bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 4 arttı. GSYH'yi oluşturan faaliyetler incelendiğinde, 2023 yılı birinci çeyreğinde bir önceki yıla göre zincirlenmiş hacim endeksi olarak; hizmetler yüzde 12,4, mesleki, idari ve destek hizmet faaliyetleri yüzde 12, finans ve sigorta faaliyetleri yüzde 11,2, bilgi ve iletişim faaliyetleri yüzde 8,1, diğer hizmet faaliyetleri yüzde 7,8, inşaat yüzde 5,1, kamu yönetimi, eğitim, insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri yüzde 3,6 ve gayrimenkul faaliyetleri yüzde 1,4 arttı. Tarım sektörü yüzde 3,8, sanayi ise yüzde 0,7 azaldı.

THY, Sekizinci Sırada

Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance, 2023 yılının "Küreselde En Güçlü Hava Yolu Markaları" araştırmasının sonuçlarını açıkladı. Buna göre Türk Hava Yolları (THY) 78,1 puan ile sekizinci sırada yer aldı. 2022 yılında bu kategoride 31. sırada yer alan THY, önemli bir ivme kazanarak bu yıl ilk 10 içerisine girmeyi başardı.

Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat, yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: "2022 yılına kıyasla markamızı 23 basamak birden yukarıya taşıdığımız için ayrı bir mutluluk yaşıyoruz. Bu başarıda pay sahibi olan tüm çalışma arkadaşlarıma teşekkür ederim. Ülkemizin milli bayrak taşıyıcısı olmanın verdiği sorumlulukla ve dünyanın en çok ülkesine uçan hava yolu olmanın gücüyle markamızı daha nice başarılarla buluşturmaya devam edeceğiz."



Saudi Aramco ile 50 milyar dolar bütçeli görüşme

Suudi Arabistan menşeli petrol ve doğal gaz şirketi Saudi Aramco'nun inşaat yatırımları için Türk müteahhitlerle görüştüğü öğrenildi. Son dönemde artan Suudi Arabistan-Türkiye ticari ilişkilerinin son meyesi, Saudi Aramco'nun 80 Türk inşaat şirketinin yöneticileriyle Ankara'da bir araya gelmesi oldu. Yapılan toplantının ana konusu, Aramco'nun 2025'e kadar Körfez ülkelerinde yaptırmayı düşündüğü 50 milyar dolar bütçeli inşaatlar projeleriydi. Söz konusu 50 milyar dolar değerindeki yatırımların arasında boru hattı, alt yapı inşaatları ve yönetim binaları bulunuyor.

Suudi Arabistan'ın ulusal petrol ve doğal gaz şirketi olan Saudi Arabian Oil Company (Aramco), yaklaşık 2,1 trilyon dolar fiyatlamasıyla dünyanın en değerli şirketlerinden biri olarak biliniyor.

Almanya Ekonomisinde Resesyon

Almanya Federal İstatistik Ofisi'nin (Destatis), ilk çeyreğe ilişkin açıkladığı Gayrisafi Yurt içi Hasıla (GSYH) nihai verilerine göre, Almanya'da mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış GSYH, bu yılın birinci çeyreğinde bir önceki çeyreğe kıyasla yüzde 0,3 küçüldü. Destatis, 28 Nisan'da ekonominin ilk çeyrekte büyüme kaydetmeyeceğini öngörmüştü. Ekonomi geçen yılın son çeyreğinde yüzde 0,5 daralmıştı.

İlk çeyrekteki bu yüzde 0,3'lük daralmanın ardından Alman ekonomisi, "üst üste iki çeyrek GSYH'de küçülme yaşanması" olarak ifade edilen teknik resesyona girmiş oldu. Geçen yılın ilk çeyreğine göre ise ülkenin GSYH'si yüzde 0,5 geriledi. Mevcut durum hakkında bir değerlendirme yapan Destatis Başkanı Ruth Brand, "GSYH'de büyümenin 2022'nin sonunda sıfırın altında kalmasının ardından, Alman ekonomisi art arda iki çeyrek küçülme kaydetti" diye konuştu.



ABD'nin Kredi Notu Negatif İzlemede

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, ABD ekonomisine yönelik değerlendirmede bulundu. Fitch'ten yapılan açıklamada, ABD'nin "AAA" olan uzun vadeli döviz cinsinden kredi notunun negatif izlemeye alındığı bildirildi.

Söz konusu kararın, federal hükümetin 31,4 trilyon dolarlık borç limitine ulaşması ve hazine bakanlığının borç limitinin aşılmasını önlemek için aldığı olağanüstü tedbirlerin tükenerek nakit sıkıntısı çekmesine az bir süre kalmasına rağmen borç limitinin artırılması veya askıya alınmasına yönelik bir karara varılmasını engelleyen artan siyasi partizanlığı yansıttığı aktarıldı. ABD, 19 Ocak'ta 31,4 trilyon dolarlık borç limitine ulaşmış ve ABD hazinesi, limiti aşmamak için olağanüstü önlemler almaya başlamıştı.

Ekonomik Güven Endeksi Mayıs'ta %1,4 Arttı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Mayıs ayına ilişkin ekonomik güven endeksi verilerini açıkladı. Buna göre, Nisan ayında 102,2 olan ekonomik güven endeksi, Mayıs'ta yüzde 1,4 oranında artarak 103,7 değerine ulaştı. Mayıs ayında, bir önceki aya göre tüketici güven endeksi yüzde 4 oranında artarak 91,1 değerini, reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi aynı seviyede kalarak 105,1 değerini, hizmet sektörü güven endeksi yüzde 0,6 oranında azalarak 117,4 değerini, perakende ticaret sektörü güven endeksi yüzde 0,4 oranında artarak 116,7 değerini, inşaat sektörü güven endeksi yüzde 4,3 oranında artarak 92,2 değerini aldı.



Tarihin en yüksek Mayıs ayı ihracatı

21,7 milyar dolarlık ihracat performansının sergilendiği 2023 Mayıs'ı, "Mayıs ayları özelinde en yüksek ihracat değeri" olarak kayıtlara geçti.



TÜRKİYE ihracatı, Nisan'da yaşanan gerilemenin ardından Mayıs ayıyla birlikte yeniden yükselişe geçti. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14 artışla 21,7 milyar dolar olarak gerçekleşen Türkiye'nin 2023 Mayıs ihracatı, Mayıs ayları özelinde en yüksek ihracat değeri olarak kayıtlara geçti.

Nisan ayında yaşanan olumsuz tablonun Mayıs ile birlikte son bulduğunu, bu ay özelinde Türkiye ihracatçısının çok güçlü bir performans ortaya koyduğunu söyleyen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre Mayıs'ı 21,7 milyar dolar ihracatla tamamladık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 14 artıdayız. Son 12 aylık ihracatımız yüzde 4,9 artışla 254,4 milyar dolara ulaşırken, Ocak-Mayıs

dönemini ise hemen hemen geçen yıla başa baş, 102,5 milyar dolarla kapattık. Geçen ay ihracatımıza en yüksek katkısı 3 milyar dolarla otomotiv sektörü verdi. İlk beşteki diğer sektörlerimiz 2,5 milyar dolarla kimya, 1,7 milyar dolarla hazır giyim, 1,4 milyar dolarla elektrik elektronik ve 1,3 milyar dolarla çelik şeklinde sıralandı. Zeytin ve zeytinyağı, gemi ve yat, savunma ve havacılık sektörlerimizin ihracatında dikkat çekici artışlar kaydettik. 51 ilimiz ihracatını artırdı. En çok ihracat yapan ilk beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara oldu. Mayıs'ta bin 524 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Birim ihracat değerimiz ise geçen yılın aynı ayına göre yüzde 15,5 artışla 1,53 dolara yükseldi." diye konuştu.

PARİTE ETKİSİNDEN 327 MİLYON DOLARLIK KATKI

Yıl başından bu yana süregelen parite etkisinin altını çizen Gültepe, Mayıs'taki artı değere rağmen yılın ilk beş aylık periyodunda belirgin bir kaybın söz konusu olduğunu söyledi. Gültepe, sözlerine şöyle sürdürdü "Parite, Nisan'ın ardından Mayıs'ta da ihracatımıza pozitif yansıdı. Mayıs ayında parite etkisi 327 milyon dolarlık artı değer sağladı. Ancak yıl başından bu yana parite etkisi nedeniyle 645 milyon dolarlık bir kaybımız var. Türkiye ekonomisi birinci çeyrekte yüzde 4 büyüdü. Net ihracatın büyümeye katkısının yedi çeyrek sonra negatife dönmesinden üzüntü duyuyoruz. Bu gelişmede hem artan ithalatın hem depremlerin hem de Avrupa'daki ekonomik durgunluğun etkili olduğunu söylemek gerek."

SUUDİ ARABİSTAN'A İHRACAT DOKUZ KAT ARTTI

Mayıs ayında 219 ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini belirten Mustafa Gültepe, 138 ülkeye ihracatta artış kaydedildiğini vurguladı. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkelerin Almanya, ABD, İngiltere, Irak ve İspanya şeklinde sıralandığını bildiren Gültepe, Suudi Arabistan için ayrı bir paragraf açtı: "Suudi Arabistan, Kazakistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'ne ihracatta da dikkat çekici artışlar görüyoruz. Örneğin Suudi



Arabistan'a ihracatımızı geçen yılın aynı ayına göre dokuz kat artırdık."

2023'TE REKOR BEKLENTİSİ

2023'ü rekor bir ihracatla kapatacaklarına inandığını söyleyen Mustafa Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: "İhracattaki en büyük partnerimiz Almanya teknik olarak resesyona girdi. Ancak Almanya'da resesyonun uzun sürmesi beklenmiyor. Avrupa Merkez Bankası'nın faiz artırımlarında sona gelmesiyle birlikte Avrupa'da ekonomilerin canlanacağını düşünüyoruz. Biz bu süreçte de boş durmuyor, ihracatçılarımızı alternatif pazarlarla buluşturmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Her ay çoğu uzak ülkelere olmak üzere ticaret heyetleri düzenliyor, alım heyetlerini ülkemizde ağırlıyoruz. Önümüzdeki aylarda çoğunluğu uzak ülkelere 500-600 kişilik bir alım heyetini misafir edeceğiz. Özetle pazarlarımızı genişletmek için bütün imkânları kullanıyoruz. Ülkemizde seçimlerin tamamlanmasıyla birlikte belirsizlik dönemi sona erdi. Üretim ve ihracata öncelik veren ekonomi politikaları sayesinde Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100'üncü yıldönümü kutladığımız 2023'ü yeni bir rekorla kapatacağımıza inanıyorum."

3

MİLYAR DOLAR

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN MAYIS AYI İHRACATI

“Finansmana erişim ‘Yeşil Dönüşüm’ için en önemli konu”

Karadeniz özelinde gerçekleştiren TİM Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları'nın dördüncüsünün açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, “Yeşil dönüşüm konusunda rakibimiz olan birçok ülkeden daha iyi konumdayız” dedi.



TİM Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları'nın en sonuncusu 4 Mayıs'ta Karadeniz özelinde gerçekleştirildi. Nasıl Bir Ekonomi Gazetesi Genel Koordinatörü ve Yazarı Vahap Munyar'ın moderatörlüğünü üstlendiği programın açılışında; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ticaret Bakanlığı Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu ve Karadeniz İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Hasan Osman Sabır birer konuşma yaptı.

Türkiye'nin, Avrupa Birliği üyesi olmamakla birlikte Yeşil Mutabakata uymak zorunda olduğunu söyleyen Mustafa Gültepe, “Çünkü en büyük pazarımız Avrupa Birliği. Toplam ihracatımızın yüzde 45'e yakını AB ülkelerine yapıyoruz. Yeşil dönüşüm

konusunda rakibimiz olan birçok ülkeden daha iyi konumdayız. Bu süreci ülkemiz ve ihracat ailemiz için fırsata çevirebiliriz.”

YILDA ORTALAMA 3,5 TRİLYON DOLARLIK YATIRIM İHTİYACI

Tüm dünyada sıfır karbon ekonomisine ulaşmak için önümüzdeki 30 senelik süreçte yılda ortalama 3,5 trilyon dolarlık yatırıma ihtiyaç duyulduğunu dile getiren Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: “Yeşil dönüşüm sürecinde ihracatçıların yeşil finansman olanaklarından azami ölçüde faydalanmalarını sağlamak amacıyla harekete geçtik. İlgili tüm kurumlarla 'Yeşil Dönüşümünün Finansmanı' toplantıları gerçekleştirdik. Toplantılarımıza bu yıl da devam edeceğiz. IPA projelerimizle

dönüşüme Avrupa Birliği'nden de destek sağlıyoruz. IPA 3 kapsamında hazırladığımız 'Sürdürülebilir Endüstri Dönüşümü Kilit Sektörleri Tekstil, Kimya ve Uluslararası Taşımacılığın Desteklenmesi' projemiz de Avrupa Komisyonu tarafından destekleniyor. Fon sağlayacak ulusal ve uluslararası paydaşlarla iş birliği adımları atıyoruz. Geçtiğimiz haftalarda EBRD ve Bilkent Üniversitesi liderliğinde TİM desteğiyle yürütülen 'Güçlü ve Yeşil KOBİ'ler Projesi'nin tanıtım toplantısını gerçekleştirdik. Firmalarımızın dönüşüme yönelik fon kaynaklarına erişimlerini kolaylaştıracak projeleri destekliyoruz. İhracatçılarımızın bu fonlardan istifade etmeleri için çalışmalarımıza devam ediyoruz."

TİM olarak firmalara pek çok başlıkta eğitim verdiklerini ve Bölgesel Sürdürülebilir İhracat Seferberliği Eğitim Programları'nı da bu kapsamda yürüttüklerini bildiren Mustafa Gültepe, "Marmara, Ege ve İç Anadolu'nun ardından, Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren ihracatçılarımızla bir aradayız. Elbette her bölgemizde öne çıkan sektörler, sorunlar ve beklentiler farklı oluyor. Oldukça kapsayıcı, tüm merak edilenlerin yanıt bulacağı bir programımız var. Eğitim programlarımız önümüzdeki aylarda diğer bölgelerde de devam edecek." diye konuştu.

YEŞİL DÖNÜŞÜM SÜRECİNİN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ

Programın bir diğer konuşmacısı olan Ticaret Bakan Yardımcısı Mustafa Tuzcu da, yeşil dönüşümle birlikte sanayinin yeni bir devrim sürecine girdiğini belirterek, sözlerine şöyle devam etti: "Bu dönemde tüm uluslararası ticaret kuralları bu eksende yeniden ele alınmaya başladı. İhracatımızın yüzde 41'ini gerçekleştirdiğimiz, en önemli ticaret partnerimiz AB tarafından bu küresel

çabalara öncülük ediliyor. ABD, Çin ve diğer gelişme yolundaki ülkelerin de başta Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) olmak üzere karbon fiyatlama düzenlemeleri ve sürdürülebilir üretim alanlarında ciddi düzenlemeler yapmaya başladıklarını gözlemliyoruz. Bu gelişmeler bizlere yeşil dönüşüm sürecinin sadece iklim politikalarının değil ekonomik büyüme sürecinin de en önemli aracı olduğunu gösteriyor."

SINIRDA KARBON DÜZENLEME MEKANİZMASI

Karadeniz İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Hasan Osman Sabır ise, AB'nin yeşil dönüşüm eylem planı ile sürdürülebilirlik konusu tüm sektörlerin önceliği hâline geldiğini belirterek şöyle devam etti: "Bu bağlamda sınırda karbon düzenlemesi mekanizması adı altında AB tarafından karbon azaltımı mekanizmalarında kullanılacak maliyetin, bu maliyete katlanmak istemeyen ülkelere ihraç edilecek ürünlere yansıtılması şeklinde özendirici bir vergi mekanizması oluşturuldu.

Sınırdaki karbon düzenleme mekanizması öncelikli olarak demir-çelik, çimento, alüminyum, gübre, elektrik ve hidrojen sektörlerinde hayata geçirilecek olsa da ilerleyen dönemlerde diğer sektörleri de kapsayabileceği göz ardı edilmemelidir. Öte yandan karbon düzenlemesinin yanı sıra AB tarafından sürdürülebilir ürün inisiyatifi, yeşil ve dögüsel ekonomi, temiz enerji, sürdürülebilir yeşil tarım gibi yeşil dönüşüme yönelik çeşitli diğer politikalar da hayata geçirilmektedir. Bu bilgiler ışığında tüm sektörlerde faaliyet gösteren firmalarımızın AB müktesebatına uyum sağlayarak temiz enerjiye geçiş, dögüsel ekonomi, atık yönetimi başta olmak üzere yeşil dönüşümlerini hayata geçirmeleri gerekiyor."



“Daha fazla ihracat için omuz omuza çalışacağız”

Yeni Cumhurbaşkanlığı Kabinesi hakkında bir değerlendirmede bulunan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, yeni kabinenin ekonomi yönetiminin ve ticaretin dinamiklerini iyi bilen isimlerden oluşmasından büyük bir memnuniyet duyduklarını söyledi.

28 MAYIS'TA yapılan Cumhurbaşkanlığı ikinci tur seçimlerinin ardından tekrardan cumhurbaşkanı seçilen Recep Tayyip Erdoğan, yeni kabineyi açıkladı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan yeni kabineyi değerlendiren TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Türkiye'nin ihracatını artırmak için bir önceki dönemde yan yana çalıştığımız bakanlarımıza teşekkür ediyorum. Üretim ve ihracatın ülke ekonomimiz için vazgeçilmez bir yeri bulunuyor. Türkiyemizi kalkındırmanın, milletimizin refahını artırmanın yolu, kaynaklarımızı en etkili şekilde kullanmaktan, ürettiğimize değer katmaktan ve daha çok ihracat yapmaktan geçiyor. Ülkemizi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarma vizyonu ile çalışıyoruz. Yeni kabinede ekonomi yönetiminin ticaretin dinamiklerini iyi bilen, gerek yurt içinde gerekse uluslararası arenada güven duyulan isimlerden oluşmasından büyük bir memnuniyet duyduğumuzun altını çizmek istiyorum. Ülkemizin daha fazla ihracat yapması için omuz omuza çalışacağız Bu

vesileyle bütün bakanlarımıza başarılar diliyorum." diye konuştu.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıkladığı Cumhurbaşkanlığı Kabinesi'nde Hazine ve Maliye Bakanlığı görevine, daha önce de bakanlık ve ekonomiden sorumlu başbakan yardımcılığı yapan Mehmet Şimşek atandı. Yeni kabinede Ticaret Bakanı olarak belirlenen isim ise Ömer Bolat oldu. Eski bakan Mehmet Muş ile bir araya geldiği devir teslim töreninde bir konuşma yapan Bolat, bugüne kadar görev yapan tüm bakanların, ihracatın 20 yılda 36 milyar dolardan 255 milyar dolara yükselmesinde katkıları olduğunu hatırlatarak sözlerine başladı. Ömer Bolat, konuşmasının devamında şunları söyledi: "Artık Türkiye Yüzyılı başladı. Bakanlığımızın ve ekonomimizin paydaşları olan kıymetli iş dünyamızın temsilcileri, TOBB, DEİK, TİM, TESK, esnaf odalarımız, gönüllü kuruluşlarımız, MÜSİAD, TÜSİAD, ASKON, TÜMSİAD, İGİAD ve bütün kuruluşlarımızla birlikte çalışacağız.



TİM ve THY protokolü ile %23'lük ihracat artışı

Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Türk Hava Yolları arasında imzalanan protokol ihracata pozitif yansıdı.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) VE TÜRK HAVA YOLLARI (THY) arasında imzalanan protokol kapsamında Turkish Cargo'nun indirimli fiyatla taşıma yapması ihracatı olumlu etkiledi. Protokol uyarınca Turkish Cargo, ihracatçılara, 31 ülkedeki 40 kente ürünlerini yüzde 30'varan indirimli taşıma imkânı sundu. Protokolün yürürlükte kaldığı dört ay boyunca söz konusu lokasyonlara ihracatta yüzde 23 artış sağlandı.

Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına sokma hedefine giden yolda hızlı ve güvenli bir lojistik hizmetinin oldukça önemli bir detay olduğunun altını çizen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, THY ile yapılan iş birliği hakkında şu bilgileri verdi: "Kargo taşımacılığı konusunda THY ile bugüne kadar üç protokol imzaladık. Protokoller sayesinde 132 ülkede

operasyonu bulunan Turkish Cargo ile uzak pazarları yakın ettik. Son olarak Kasım 2022'de imzaladığımız ve şubat ayının sonuna kadar devam eden protokolle birçok pazara ulaşımında önemli avantajlar elde ettik.

Genel kargoların yanı sıra meyve-sebze, yumurta ve balık gibi bozulabilir gıda ürünlerini de uygun fiyata ve güvenle sevk edebildik. Protokolde yer alan noktalara hava yoluyla ihracatımızı önceki yılın aynı dönemine göre tonaj olarak yüzde 23 artırdık. Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat ise "TİM ile imzaladığımız üçüncü protokol sayesinde ülkemiz ihracatçısının yaklaşık 18 bin tonluk bir kapasiteyi indirimli kullanmasını sağladık. Sadece bu protokol ile 1,8 milyar dolara yakın yüksek katma değerli ürün ihracatı gerçekleştirildi. dedi."

Çekya ve Polonya'da 450'ye yakın ikili iş görüşmesi

Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonu, 30 Mayıs-3 Haziran tarihleri arasında Çekya ve Polonya'ya düzenlenen ticaret alım heyetleri programında ihracatçılar, Orta Avrupalı alıcılarda bir araya geldi.



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM),

Çekya ile olan dış ticaret hacmini artırmak ve firmaların yeni iş birlikleri tesis etmeleri, pazar araştırması yapmaları ve yeni iş ve yatırım fırsatlarını değerlendirmeleri amacıyla, TİM Başkan Vekili Adil Pelister Başkanlığında Polonya, TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç Başkanlığında ise Çekya'ya ticaret alım heyetleri düzenledi. Polonya'nın başkenti Varşova'da gerçekleştirilen heyette kimyevi maddeler, otomotiv, makine ve aksamaları, çelik, mobilya ve ev tekstili başta olmak üzere çeşitli sektörlerden Türk firma temsilcileri yer aldı. İkili iş görüşmelerinden önce düzenlenen programın açılış törenine T.C. Varşova Büyükelçisi Cengiz Kamil Fırat, Polonya Ticaret Müşaviri Nevra Genç ve Ticaret Müşavir Yardımcısı Betül Buke Karaçin ile 200'den fazla Polonyalı firma temsilcisi katıldı.

10 YILDA POLONYAYA İHRACATIMIZ YÜZDE 160 ARTTI

Açılış töreninde konuşan TİM Başkan Vekili Adil Pelister, Polonya'nın, son yıllarda yakaladığı ekonomik başarının yanı sıra diplomatik ve askeri anlamda da adından söz ettiren bir ülke haline geldiğini belirterek, "700 milyar dolarlık ekonomiye ulaşmış, 740 milyar dolar dış ticaret hacmine sahip bir ülke. Polonya'nın aynı zamanda, hem NATO hem AB üyesi olarak Türkiye'nin meşru egemenlik haklarına saygı duyan tavrı bizler için çok kıymetli. Bu nedenle, Türk iş insanları olarak Polonya ile ilişkilerimizin derinleşmesine önem veriyoruz" dedi.

İki ülke hükümetlerinin Türkiye ve Polonya arasındaki ilişkilerini 2009 yılında stratejik iş birliği düzeyine taşıdıklarını söyleyen Pelister, "Son 10 yılda Polonya'ya ihracatımız yüzde 160, Polonya'dan ithalatımız ise yüzde 30



ADIL PELISTER

arttı. Böylece devlet başkanlarımız tarafından belirlenen 10 milyar dolar dış ticaret hacmi hedefine 2022 yılı itibariyle ulaşılmış olduk. 2023'ün ilk çeyreğinde 1,5 milyar dolar ihracat, 1,3 milyar dolar ithalat gerçekleştirdik. İlk çeyrekte Polonya'ya en fazla ihraç ettiğimiz sektörler arasında, 406 milyon dolarla otomotiv, 175 milyon dolarla metaller ve 146 milyon dolarla kimya ilk sıralarda yer alıyor." diye konuştu. Açılış töreninden ardından programa ikili iş görüşmeleriyle devam edildi. Heyette yer alan 34 ihracatçı firma 200'den fazla Polonyalı firma ile 350'ye yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

GÜLEÇ: "ÇEKYA İLE İLİŞKİLERİMİZİ DERİNLEŞTİRMeye ÖNEM VERİYORUZ"

Ticaret heyetleri organizasyonlarının bir diğeri için belirlenen adres ise Polonya oldu. TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç Başkanlığında Çekya'nın başkenti Prag'a düzenlenen ticaret heyetinde mobilya, kimya, elektrik, hazır giyim, tekstil, demir ve hizmet sektörlerinden 20'ye yakın ihracatçı firma yer aldı. Organizasyonun açılış törenine T.C. Prag Büyükelçisi Egemen Bağış, Çek Cumhuriyeti Ticaret Odası (KOMORA) Başkan Yardımcısı Radek Jakubski, Çek Cumhuriyeti Sanayi Konfederasyonu (SPCR) Başkan Yardımcısı Frantisek Chaloupecki ve 40'tan fazla Çek firma temsilcisi katıldı. Ahmet Güleç açılış töreninde yaptığı konuşmada, doğrudan yabancı yatırımların Çek ekonomisinin itici gücü olduğunu ve karşılıklı yatırımların artması için önemli bir potansiyelin bulunduğunu belirterek, "Çek ekonomisinin



AHMET GÜLEÇ

2027 yılına kadar yıllık ortalama %2,1'lik bir reel büyüme oranına ulaşması bekleniyor. Geçen yıl ülkenin ihracatı 240 milyar doları, ithalatı ise 233 milyar doları aştı. Bu rakamlar Çekya için rekor bir dış ticaret hacmi ile sonuçlandı. Bu konuda Çekya'nın Türkiye ile benzer bir profili paylaştığını görüyoruz. Bu nedenle Türk iş insanları olarak Çekya ile ilişkilerimizi derinleştirmeye önem veriyoruz" ifadelerini kullandı.

"İHRACAT ALTYAPIMIZ, ÇEKYA'NIN İTHALAT YAPISIYLA UYUMLU"

Artan ticaret hacminin, iki ülke arasındaki ticareti geliştirmek için önemli bir potansiyel sunduğunu ifade eden Güleç, konuşmasını şu şekilde sürdürdü: "Karşılıklı ticaret rakamlarına baktığımızda olumlu bir tablo görüyoruz. 2022 yılında Çekya'ya 1,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. İthalatımız ise 2,9 milyar dolara yaklaştı. Toplam 3.641 firmamız Çekya'ya ihracat yaptı. Sonuç olarak Çekya en büyük 30. ihracat destinasyonumuz oldu. Türkiye'den Çekya'ya en çok ihracat yapan ilk beş sektör ise otomotiv, metaller, kimyasallar, hazır giyim ve elektronik sektörleri oldu. Üretim ve ihracat altyapımız, Çekya'nın ithalat yapısıyla uyumlu. Bu bağlamda özellikle ilaç ve kimyasallar, tarım ve hayvancılık, makine, elektronik, tekstil ve hazır giyim gibi sektörlerde ciddi bir ihracat potansiyeli var." Açılış konuşmalarının ardından ikili iş görüşmelerine geçildi. Program kapsamında 18 Türk firma temsilcisi ile 40'tan fazla Çek iş insanı 100'e yakın B2B ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.



Seçimler Sonrası İhracatta Yeni İhtiyaçlar

Dr. Can Fuat Gürleşel



Türkiye yapısal olarak cari işlemler dengesinde açık veriyor.

Mal ve hizmetler ihracatı ithalatın altında kalmaya devam ediyor. Türkiye ekonomisinin sağlıklı ve istikrarlı bir yapıya kavuşması için cari işlemler dengesinde fazla vermesi veya en azından kalıcı olarak denge sağlaması gerekiyor. Mal ve hizmet ihracatının artırılması ve artışın ithalatın üzerinde gerçekleşmesi hedeflenmeli. Bu çerçevede mal ve hizmet ihracatı seçimler sonrası ekonominin en öncelikli gündem maddelerinden biri olacaktır.

İhracatın artırılması için birçok yapısal iyileşmeye ve gelişmeye ihtiyaç devam ediyor. Katma değeri yüksek ürünlerin üretimi ve ihracatı bunun başında geliyor. İhracatta miktar/adet yerine değer artışı sağlanması bunun için de ihracat birim fiyatlarının artırılması kaçınılmaz. Buraya kadar olan tespitler iktisadi olarak genellenebilecek doğrular. Tüm ülkeler aynı hedeflere sahip olabilir. Ülkeler

arasında farklılık yaratan ise hedeflere ulaşılırken uygulanan politikalarlardır.

Bu çerçevede ihracatın artırılması için seçimler sonrasında Türkiye'de ekonomi politikalarında değişime ve iyileştirmelere ihtiyaç duyuluyor. 2021 yılı başından itibaren uygulanan ekonomi politikaları ihracatı ve ihracatçıları sınırlıyor. Politika değişimi öncelikle bu alanda başlamalı. İhracat ve ihracatçıları ödüllendirilmek veya özendirilmek yerine liralasma politikaları ile sınırlanıyor.

Liralasma politikası veya ekonomide dolarizasyonun en aza indirilmesi doğru bir hedefdir. Ekonomide liralasma ancak Türk Lirası'na kalıcı güven sağlanması ile mümkün olacak. Liralasma, hane halkları ve firmaların tasarruflarını, ödemelerini ve finansmanlarını TL cinsinden yapmayı kendilerinin tercih eder hâle gelmeleri ile sağlanacak. Bunun için de TL'ye güven duyulması gerekiyor. Kalıcı fiyat istikrarı ve yüzde 4-5 arasında bir enflasyon TL'ye güveni temin edecektir.

2021 yılı başından beri uygulanan liralasma politikaları ise TL'ye güveni sağlayamadı. TL'nin değeri aşırı düzenlemeler ile korunmaya çalışılıyor. Bu nedenle TL'de değer kaybı beklentisi ve kaçış yükseliyor. Döviz talebi yüksek seviyeye çıktı.

Liralasma politikaları enflasyon yaratarak TL'nin değer ve güven kaybına da neden oluyor. Negatif ve düşük faizler ile yatırım ve üretim desteklenmeye çalışılıyor. Ancak negatif ve düşük faizler diğer yandan tüketimi ve ithalatı hızlandırarak enflasyona neden oluyor. Enflasyondaki yükseliş aynı anda TL'de de güven kaybına neden oluyor ve TL tutmak yerine döviz veya mallara talep oluşuyor.

Diğer yandan TL'nin değerinin aşırı düzenlemeler ile baskı altına alınması en çok da ihracatı olumsuz etkiliyor ve dış ticaret açığı hızla yükseliyor. Bir yandan düşük faizler, diğer yandan enflasyonist beklentiler ve baskı altındaki döviz kurları nedeniyle ithalat da sızrama gösteriyor. Yıllık



LİRALAŞMA POLİTİKASI VEYA EKONOMİDE DOLARİZASYONUN EN AZA İNDİRİLMESİ DOĞRU BİR HEDEFTİR. EKONOMİDE LİRALAŞMA ANCAK TÜRK LİRASI'NA KALICI GÜVEN SAĞLANMASI İLE MÜMKÜN OLACAK. LİRALAŞMA, HANE HALKLARI VE FİRMALARIN TASARRUFLARINI, ÖDEMELERİNİ VE FİNANSMANLARINI TL CİNSİNDEN YAPMAYI KENDİLERİNİN TERCİH EDER HÂLE GELMELERİ İLE SAĞLANACAK. BUNUN İÇİN DE TL'YE GÜVEN DUYULMASI GEREKİYOR. KALICI FİYAT İSTİKRARI VE YÜZDE 4-5 ARASINDA BİR ENFLASYON TL'YE GÜVENİ TEMİN EDECEKTİR.

dış ticaret açığı 130 milyar dolara doğru gidiyor.

Türkiye'nin temel ihtiyacı ihracatın artırılması ve ihracatın desteklenmesidir. Ancak liralama politikaları çerçevesindeki düzenlemeler doğrudan ihracatçıları kapsayarak ihracatı zorlaştırıyor. Bunların başında TL'nin baskı altında tutulması geliyor. İkinci olarak ihracat dövizlerinin bozdurulması zorunlulukları ve yeniden döviz alımına getirilen sınırlamalar ihracatçıların finansman yönetimini zorlaştırıyor ve kârlılıklarını olumsuz etkiliyor. Yine ihracatın finansmanında kredi kullanımlarına getirilen koşullar finansmana erişimi zorlaştırıyor.

Seçimler öncesi dönemde liralama politikaları ile baskılanan döviz kurları veya TL çoklu kurların oluşmasına neden oldu. Merkez Bankası'nın kurları, bankaların alım-satım kurları, serbest piyasa kurları ve ticari ödemelerdeki kurlar olmak üzere TL'nin birbirinden çok farklı değerleri oluşmaya başladı. Mevcut

zorunlu düzenlemeler çerçevesinde çoklu döviz kurlarından en çok zararı da döviz kazandıran ihracatçılar görüyor.

Seçimler sonrasında ihracat ve ihracatçılar için yeni bir başlangıca ihtiyaç var. Bu başlangıcın ilk adımı, liralama hedefinin korunması, bunun için de geleneksel iktisadi politikalara dönülerek fiyat istikrarının ve TL'ye güvenin sağlanmasının

tercih edilmesi olmalıdır. İlk aşamada TL'nin gerçek değerinde dengelenmesine izin verilmelidir. Koşullu döviz ve kredi işlemlerine son verilmelidir. İhracatçı rahatlatılmalıdır.

TL'nin düzenlemeler ile baskılanması politikası sürdürülürse ve daha da kısıtlayıcı düzenlemeler tercih edilirse Türk Lirası'nda çok sert bir düzeltme ve değer kaybı kaçınılmaz olacak.





Prof. Dr. Emre Alkin

“İstanbul, Dubai, Londra, Paris... Gayrimenkul Sektörü Neden Hep Lider?”

Gayet iyi hatırlıyorum, 1970’lerde “paradan para kazanma” işi pek yaygın değildi. Zaten muteber bir iş olarak da bakılmazdı. Alıp satmak ya da üretmek satmak toplum içinde iki saygın sınıf yaratmıştı: Tüccar ve sanayici. Açıkçası tüccar kesimi sanayiciye göre daha özgür bir hâldeydi. Sanayici üretim bandında hayallerini gerçeğe dönüştüren ve yarattığı boyutların içinde yaşayan bir hâldeyken, tüccarlar ise sanayicilerin gerçeğe dönüşmüş hayallerini sektör gözetmeksizin satabilmekte idi. Bugün nispeten tüccarlıkta da dikey uzmanlaşma başladı ama hâlâ “serbest meslek erbabı” olarak adlandırılıyor.

Ticaret de kolay değil elbette. Tedarikçiden müşteriye malı ya da hizmeti ulaştırırken, finansmandan lojistiğe kadar birçok ayrıntıyla uğraşmak zorunda kalınıyor. Operasyon büyüdükçe konvansiyonel metotlarla takibi zorlaşıyor, teknolojiyi işin içine katmak gerekiyor. Bugün dijitalleşmenin, ticarete umulanın da üzerinde yardımcı olduğu bir başka

gerçek. Sanayici veya tüccar olmayanlar mavi ya da beyaz yakalı olarak çalışıyordu elbette. Güzel arabalar, güzel evler, nadir bulunan eşyalar hatta oyuncaklar sanayiciler ve tüccarların evindeyken, kitaplarla dolu kütüphaneler, plaklar, müzik aletleri ve eğlenceli hobiler emekçi kesimin evinde olurdu. Adeta sessiz bir anlaşmaydı diyebilirim. Zenginler gezerek görerek, diğerleri de okuyarak öğreniyorlardı. Bir semtte her gelir seviyesinden insanla karşılaşmak mümkün idi. Zengin kesim restoranlarda devlet memurları ya da üst düzey profesyonelleri görünce rahatsız olmaz, aksine saygı çerçevesinde bazı jestler yapılırdı. Bu anlamda oldukça sosyal demokrat bir hayat yaşıyorduk desem yanlış olmaz. Fakat bir anda inşaat sektörü ve müteahhitler denilen bir fenomen ortaya çıktı. Sektörün çekiciliği sanayicilerin bile aklını çeldi. Müteahhitlik önce tali iştirak iken ana faaliyet hâline gelmeye başladı.

Yazının başında bahsettiğim medeni ortam hızlı nüfus artışı, göç, enflasyonist büyüme merakı, inşaat

ekonomisi ve her iktidarın kendi zenginini ortaya çıkarma hevesiyle maalesef sona erdi. Hani Amin Maalouf’un “doğunun limanlardaki ışıkları tek tek söndürdüler” diye bir cümlesi var ya, İstanbul’dan Beyrut’a, İskenderiye’den Cebelitarık’ kadar 40 yıl içinde büyük bir bozulma yaşandı. İstanbul, Batının En Doğusu ya da Doğunun En Batısı olduğu için her yönden esen rüzgârın fazlaca etkisinde kaldı. Soğuk Savaş ve iki bloğun vesayet savaşları, komünizme karşı yeşil kuşak, askeri darbeler, Amerikancılık, Avrupalılık, Liberalizm derken bir yanda hızlı zenginleşme diğer tarafta hızlı yozlaşma bir kimliksizlik bunalımı yarattı. 1970’lerde Avrupa Kızıl Tugaylar, Baader-Meinhof, Eta, İRA terör faaliyetleri ve Soğuk Savaş’ın etkileriyle boğuştuğu için Doğunun Limanları ile müspet bir şekilde ilgilenmediler. Bu arada hiç bitmeyen Arap-İsrail savaşları da bölgenin kaderi oldu. Huzursuzluk hiç bitmedi. İnsanlar ışıkları söndürülmüş ve karanlığa terk edilmiş bu yerlerden zenginleşerek kaçmaya başladılar. Ancak bu o kadar kolay bir iş değildi. Bölgenin



İSTANBUL, BATININ EN DOĞUSU YA DA DOĞUNUN EN BATISI OLDUĞU İÇİN HER YÖNDEN ESEN RÜZGÂRIN FAZLACA ETKİSİNDE KALDI. SOĞUK SAVAŞ VE İKİ BLOĞUN VESAYET SAVAŞLARI, KOMÜNİZME KARŞI YEŞİL KUŞAK, ASKERİ DARBELER, AMERİKANCILIK, AVRUPACILIK, LİBERALİZM DERKEN BİR YANDA HIZLI ZENGİNLEŞME DİĞER TARAFTA HIZLI YOZLAŞMA BİR KİMLİKSİZLİK BUNALIMI YARATTI.

liderleriyle yakın olmadan zenginleşmek ancak hayallerde yaşanabilirdi. Bölgenin totaliter anlayışı sadece bir avuç kişide ekonomik faaliyetlerin toplanmasına müsaade ettiği için kolayca başarılacak bir iş değildi. Liderle beraber yok olma tehlikesi vardı. Böyle çok örnek yaşandığını biliyoruz. Burada da inşaatçılar başı çekti desem yanlış olmaz. 1990'lardan sonra Sovyet Bloğu dağılıp yeni devletler ortaya çıkınca İstanbul bir rüzgâra daha yakalandı. Bu sefer de oradaki otokratik demokrasilerin liderlerine yakın iş adamlarının ilgisine mazhar oldu. "İş insanı" demiyorum çünkü aralarında hiç kadın yoktu. Az gelişmişliğin bir başka tanımı de bu olsa gerek. Orta Doğu, Yakın Doğu, Orta Asya, Akdeniz vs fark etmiyor, kadına tariflenen hayat hep aynı. Bugün de alışveriş merkezlerinde, restoranlarda veya kafelerde ölçsüz bir şekilde kaslanmış tuhaf giyimli her milletten erkeklerin yanında mazbut ama şık gözükmeye çalışan sessiz kadınlar çoğunluğu oluşturuyor. Tüm bu insanlar birazdan bahsedeceğim şehirlerdeki gayrimenkullerin sahibi durumundalar. Miami'den

İstanbul'a, Doha'dan Dubai'ye kadar her yerdeler.

Meseleye geri göndersek: İstanbul 21. yüzyıla geldiğinde gördüğü ilgi ve mezalimle 15 milyondan fazla insanın yaşadığı bir yer hâline geldi. Sadece İstanbul değil Avrupa'daki birçok şehir küçük ülkelerin nüfusu kadar insana sahip oldu. Bir yandan iç göç diğer taraftan dış göç derken, kaynak sorunu ortaya çıktı elbette. Paranın kaynağı konusunda Amerikalılardan daha az endişe duyan ve sorgulayan Avrupalılar ile Türkler akın akın gelen bu insanların servetlerini kabul ettiler. Dolayısıyla bölge bir gayrimenkul ekonomisi üretti. Hatta diğer ekonomik faaliyetlerin önüne geçti diyebilirim.

Şimdi bu ekonominin boyutlarına bakalım: Küresel gayrimenkul piyasasından aslan payını ABD alıyor. Toplam piyasanın yüzde 38'i ABD'de diyebiliriz. Hemen ardından Avrupa, Orta Doğu ve Afrika geliyor: yüzde 34,7. Yükselmekte olan Asya Pasifik Gayrimenkul Piyasası ise küresel pazardan yüzde 26,5 pay almaktadır. "Biz oranlara bakmayız bize rakam söyle" diyenleri duyar gibiyim. Hay hay. Geçen yıl küresel gayrimenkul piyasası 9,5 trilyon dolar civarında imiş. Alman ekonomisinden büyük, Çin ekonomisinden küçük bir rakam bu. Ancak 2025'te 12 trilyon dolara yakın büyüklüğe kavuşacağı beklenirken, herkesin yeni hedefi olan 2030 yılında 15 trilyon dolara yakın bir





<p>büyükliğe erişecek. Yani 2030 yılının Küresel Dış Ticaret hedefinin yarısı kadar bir hacimden bahsediyoruz. Daha net ifade edeyim: 2030 yılının en büyük ticaret hacmine sahip olması beklenen kimya ürünlerinin çok daha üzerinde bir hacme sahip olacak. Özetle, paranın büyük kısmı gayrimenkul sektöründe dönecek desem yanlış olmaz. Yukarıda da belirttiğim gibi, küresel gayrimenkul pazarının lideri ABD. Geride bıraktığımız dönemde 4 trilyon dolara yakın bir hacme sahip olmuş gözüküyor. “Hemen arkasından Avrupa mı geliyor?” diye sorarsanız cevabım hayır. Düşük enflasyon ama yüksek hayat pahalılığı ile Japonya ikinci sırada. Neredeyse 1 trilyon dolarlık bir hacme sahip. Tabii ki bizim ülkenin insanlarının da meraklı olduğu İngiltere üçüncü sırada. Toplam 800 milyar dolara yakın bir hacimle neredeyse kendi ithalat rakamına eşit bir seviyede. Almanya da fena değil. Az farkla arkasından gelen Çin ile beraber 700 milyar dolara yakın büyüklüğe sahip. Fransa 500 milyar dolarla diğer grubun ayrıcağı gibi ortada duruyor. Kanada ve Hong Kong’un arkasından, Japon Kadınların en çok yatırım yaptığı Avustralya sıralanmış. Liste Avrupa ve Asya Pasifik ülkeleriyle devam ediyor. Rusya ve Türkiye 20+2’lik listeye henüz girememişler. Rusya ve Türkiye ülke olarak listede olmasa bile Moskova ve İstanbul elbette her zaman göz önünde diyebilirim. Ancak son gelişmeler ışığında “yatırım yapılabilir” veya “potansiyeli</p>	<p>var” değerlendirmelerinde maalesef son sırada yer almışlar.</p> <p>PWC’nin 2021 yılında yayınladığı raporda Avrupa Bölgesinde bu iki kritere göre Berlin, Londra, Paris, Frankfurt ve Amsterdam önde gidiyor. Şunu da belirtmem lazım: Almanlar 1920’lerde yaşadıkları hiperenflasyon sürecinden beri konut fiyatlarının yükselmesinden çekinirler. Hatta Merkel’in görevden ayrılmadan konut fiyatlarına tavan koyma girişimleri de oldu. Alman şehirlerinin bu yüksek değerlenme potansiyelinin devamlılığı açısından kuşkuluyum. Ayrıca Avrupa Merkez Bankası’nın faiz artırma sürecinde Temmuz ayında gireceğini de biliyoruz artık. “Bedava para” süreci sona ereceği için bu sıralamanın değişme ihtimali var.</p> <p>Çalışmada öne çıkan Madrid, Milano, Barselona, Lizbon zaten göze batan şehirler ancak Varşova, Dublin yükselişte, Prag, Budapeşte de potaya girmek üzere. Bir kenara not almak lazım. Başka bir raporla çapraz okuma yapalım: Geçenlerde</p> <p> % 38 ABD’İNİN KÜRESEL GAYRİMENKUL PAZARINDAKİ PAYI</p>	<p>dünya üzerinde en hızlı konut fiyatı artışı yaşanan ülkelerle alakalı bir sıralama viral şekilde sosyal medyayı dolaştı.</p> <p>Uluslararası bir kuruluşun hazırladığı rapora göre Türkiye hem nominal hem de reel rakam olarak konut fiyatlarında tüm ülkeleri geride bırakarak şampiyon olmuş. Yani potansiyeli kuşkuyla olsa da fiyat artışları açısından önde seyrediyor. Yazının sonuna doğru daha fazla bilgi vereceğim. Türkiye’den sonra sıralamada ilk beşte yer alan Avustralya ve Yeni Zelanda bir zamanlar düşük faiz sebebiyle Japon kadınlarının “carry trade” amaçlı yatırım mecrası olmuştu. Orada başlayan gayrimenkul ve konut yükselişi demek ki devam ediyor. Doğu Avrupa’daki Çekya ve Slovakya da cazibe merkezi hâline gelmişler. Onlar da ilk beşte. Hollanda son zamanlarda sıralamada yükselerek altıncı olmuş. Bilinen şu ki Hollanda’da nüfus artışı eksi rakamlarda seyrederken, firmalar bir sonraki nesilden yoksun kalacaklarını anladıklarından yabancı ortak arayışına girdiler. Anlaşılan şu ki Hollanda, gayrimenkul edinmede avantajlar sağlayarak cazibe merkezi olmaya çalışıyor. Böylelikle ekonomik devinimi sağlama almaya çalışacak.</p> <p>Geçen yılın birinci çeyreğinde konut fiyat artışlarında ikinci sırada olan ABD yeni raporda yedinci sırada karşımıza çıkıyor. Hemen ardından gelen Güney</p>
--	--	--



ULUSLARARASI BİR KURULUŞUN YAPTIĞI ARAŞTIRMAYA GÖRE, KÜRESEL YATIRIMLARDA ASLAN PAYINI KONUT SEKTÖRÜ ALIYOR. BORÇLANMA SENETLERİNİN TOPLAMININ İKİ KATI KADAR HACMİ OLAN KONUT PİYASASI DAHA UZUN YILLAR BİRİNCİLİĞİ KİMSEYE KAPTIRMAYACAK GİBİ GÖZÜKÜYOR. TÜM ÜLKELERİN MİLLİ GELİRLERİNİ TOPLAYIP DÖRTLE ÇARPARSAK GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNÜN HACMİNE ANCAK ULAŞIYORUZ.

Kore ile beraber yüzde 10'un üzerinde konut fiyat artışı gerçekleştirmişler. İlk 10 ülkenin yer aldığı listede Jersey adasının dokuzuncu sırada olması normal ancak bir başka Doğu Avrupa ülkesi olan Estonya'nın listeye girmiş olması dikkat çekici.

Yukarıda bahsedilen ülkelerin önemli bir çoğunluğu yüzölçümü nispeten küçük ülkeler. İnşaat için arazi sınırlı ve mevcut konutlara talep geldikçe doğal olarak fiyatlar yükseliyor. ABD'de ise konut fiyatlarının yükselmesi işlerin iyiye gittiğine işaret olarak sayılıyor. Bu arada faizler daha da yükselmeden düşük fonlama maliyeti ile konut almak isteyenlerin sayısı doğal olarak artıyor. Vergi avantajı sağlayan Jersey gibi yerleri bir kenara bırakırsak, inşaat maliyetlerinin artışıyla talep artışının yan yana gelerek fiyatları yükselttiği az sayıda ülkeden biri Türkiye olarak karşımıza çıkıyor. Bundan da yazının sonlarına doğru bahsedeceğim. Peki, hangi tip gayrimenkuller küresel anlamda en çok potansiyel barındırıyor? Şimdi şaşırmaya başlayalım. Veri merkezleri, lojistik tesisler ve depoculuk, sanayi için depo vs konuttan önce gidiyor. Şehir merkezlerindeki konutlar ise dördüncü

sırada. Sağlık hizmetleri için gayrimenkul talebi sıcaklığını korurken, kiralama amaçlı konut peşinden geliyor. Sosyal konutlara da talep var. Hani ABD'de "Project" denen ve gelir eşitsizliği yaşayan gruplar için tasarlanan konutların da potansiyel taşıdığını görüyoruz. Birleşmiş Milletler verisine göre dünya nüfusu artık şehirlere ve özellikle su kenarlarında yoğunlaşmaya başladı ve hızla yaşlanıyor. Bu durumda gayrimenkul yatırımcılarının demografik gerçeklere uygun şekilde projeler hazırlamaları gerekecek. Hiç korkmasınlar. Sebebini şimdi izah ediyorum.

Uluslararası bir kuruluşun yaptığı araştırmaya göre, küresel yatırımlarda aslan payını konut sektörü alıyor. Borçlanma senetlerinin toplamının iki katı kadar hacmi olan konut piyasası daha uzun yıllar birinciliği kimseye kaptırmayacak gibi gözüküyor. Tüm ülkelerin milli gelirlerini toplayıp dörtle çarparsak gayrimenkul sektörünün hacmine ancak ulaşıyoruz. Bu arada bir başka karşılaştırmayı da şöyle yapabiliriz: Ticari Küresel Gayrimenkulün değeri, henüz madenlerden çıkarılmamış Toplam Altın'ın değerinden bile fazla. Tam anlaşılmadı ise bir de şöyle anlatayım: Dünyadaki iki olimpiik havuzu dolduracak kadar henüz çıkarılmamış

altın olduğu söyleniyor. Azımsamak hata olur: 50 metre boy, 25 metre en ve 2 metre derinlik dediğimiz zaman 2500 metreküp eder. İkiyle çarptığımızda 5000 metreküp civarında. Özetle 315 milyar dolarlık altın madeni rezervi var ki, gayrimenkul değerinin aşağısında kalıyor. İnsanların içinde oturacakları ev haricinde, yatırım amaçlı konut almalarının "Batiya doğru gitme hevesiyle" de alakası var. Orta Doğu, Rusya, Ukrayna, Orta Asya'daki insanların büyük bir kısmı hem coğrafi yakınlık hem de kültürel yakınlıktan dolayı İstanbul'u tercih ediyor. Dubai bu süreçte farklı bir alternatif sundu. Doha ile ilgili yorum yapmak için henüz erken. Doğu Avrupa büyük bir sıçrama yaptı. Berlin, İkinci Dünya Savaşı'ndan önceki kozmopolit ve eğlenceli hâline geri döndüğü için parlayan yıldız oldu. Londra ve Paris her zaman revaçta. Madrid, Barselona, Lizbon, Porto, Atina, Yunanistan ilk tercih olmasa bile "gözde" olarak kalmaya devam ediyorlar.

Ben bu trendin kolay kolay değişeceğini düşünmüyorum. Pandemiden sonra daha da ivmelendi desem yanlış olmayacaktır.



kapak konusu

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

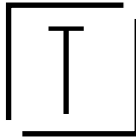
30

yıldır büyümenin
öncüsü oldu

Bir ülke ekonomisinin en önemli kalemlerinden biri olan ihracatın Türkiye'deki çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 1993'ten bu yana tam 30 yıldır, ihracatçıların yanındaki konumunu her geçen sene daha da güçlendirerek koruyor.



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ 30 yıl*



Türkiye, ihracat, dış ticaret... Tüm bu kavramların ve bu kavramların yansıması olan ticari faaliyetlerin derlenip toplanıp akılcı bir şekilde yönlendirilmesi noktasında yol gösterici bir organizasyon olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), bu yıl 30. yaşını kutluyor. 1993'ten bu yana faaliyet gösteren meclis, bir ülke ekonomisinin en önemli kalemlerinden biri olan ihracatın Türkiye'deki çatı kuruluşu hüviyetinde.

Şeridi makineye takıp filmi oynatmaya başladığımızda ilk sahne için 1920'ye gidiyoruz. 10 Mayıs 1920 tarihli Bakanlar Kurulu'nun 4 sayılı kararı şu şekildeydi: "İhracatın kayıtsız şartsız serbest olması ve Bakanlar Kurulu'ndan başka hiçbir makamın bu serbestiyi bozmaya, sınırlamaya ve kaldırmaya yetkili olamayacağı kararlaştırılmıştır." Tarihe dikkat, 1920. Yani Milli Mücadele'nin en yoğun olduğu zamanlar.





Time giden yolda atılan ilk adım, Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatlarıyla, 4 Mart 1937 tarih ve 2/6107 sayılı kararname ile kurulmuş olan Canlı Hayvan İhracatçıları Birliği Türk Anonim Şirketi oldu.

Tam da bu noktada, söz konusu zor şartlar altında dahi bu ayrıntıyı düşünebilecek vizyonda bir liderin farkı ortaya çıkıyor: Mustafa Kemal Atatürk. Dünya tarihinin en vizyoner devlet adamı burada da farkını ortaya koyuyor ve ihracat tarafındaki faaliyetlerin önünün açılmasına yönelik çalışmalar yapıyor.

Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin temellerinin atılacağı tarih için bir 17 sene beklememiz gerekecekti. Türkiye'nin dış ticaretine yön vermek, ihracat politikasını belirlemek, pazar çeşitliliğini geliştirmek ve uluslararası arenada ihracatçıların rekabetini kolaylaştırmak adına varlığını sürdüren TİM'in kökleri 1937 yılında atıldı. TİM'e giden yolda atılan ilk adım, Mustafa Kemal

Atatürk'ün talimatlarıyla, 4 Mart 1937 tarih ve 2/6107 sayılı kararname ile kurulmuş olan Canlı Hayvan İhracatçıları Birliği Türk Anonim Şirketi oldu.

Tarihsel süreçte 1940 yılı; Akdeniz, Ege, İstanbul ve Fındık İhracatçıları Birlikleri'nin kurulmuş olması bakımından altı çizilmesi gereken bir tarih. Bundan sonra 1950 ila 1980 yılları arasında 15 yeni ihracatçı birlik kuruldu. 24 Ocak 1980, "İhracat Dayalı Kalkınma Modelinin" benimsenmesi bakımından tarihsel sürecin önemli köşelerinden birinde duruyor. "Yeni ihracatçı birliklerinin kurulması, bazılarında isim değişikliği, birleştirme ve bölünmeler, ihracatçı birliklerinin senkronizasyonunun sağlanması" gibi kararların alındığı 30 Ekim



kapak konusu

1986 Kararları da sürece etki eden ayrıntılardan biri oldu. Bu kararları takip eden beş sene boyunca Güneydoğu, Orta Anadolu ve Uludağ'ın da olduğu 13 yeni ihracatçı birliği kuruldu. 1 Temmuz 1991'de kurulan Türkiye İhracatçı Birlikleri Konseyi ile TİM'e giden yolun önemli bir kısmı aşılmış oluyordu aslında. İki yıl sonra, 1993'te, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Bakanlar Kurulu kararıyla resmi olarak kuruldu. TİM, 2009 yılında Resmî Gazete'de yayınlanan Kanun (3 Temmuz 2009, Resmi Gazete, Sayı: 27277, Kanun No. 5910 Türkiye İhracatçılar Meclisi İle İhracatçı Birliklerinin Kuruluş Ve Görevleri Hakkında Kanun) çerçevesinde faaliyetlerine devam ediyor.

ÖZEL SEKTÖR VE KAMU ARASINDA BİR KÖPRÜ

TİM; var oluşu sebebini, neler yaptığını, nerelerde etkin bir rol oynadığını ve hedeflerini şöyle anlatıyor: “Öncelikli misyonumuz; dış ticaret fazlası veren Türkiye

hedefine ulaşmak amacıyla sürdürülebilir dış ticaret hacminde artış sağlamak, iş birliği yaptığımız ticari partner ülkeler ile ikili ticari, sosyal ve kültürel ilişkileri geliştirmek, bu hedef doğrultusunda yapılacak etkinliklerde özel sektör ve kamu arasında köprü görevi görmektedir.

TİM, kamu ile ihracatçılar arasındaki diyalogun kesintisiz devamını sağlamak için sanayi, üretim ve ihracat önündeki tüm engellerin kaldırılmasına yönelik faaliyetleri güçlü bir şekilde yürütüyor. Ülke ekonomisi ve ihracatının gelişimi için stratejik planlar hazırlayıp hükümet ile paylaşan meclisimiz; ihracat stratejisi, inovasyon stratejisi ve kuluçka merkezleri gibi önemli çalışmaların koordinasyonunu yürütmektedir.

Kendisine bağlı faaliyet gösteren ihracatçı birlikleri vasıtasıyla hizmet verdiği kitlesiyle her geçen gün daha da etkin olan TİM, iş birliği



100

BİNİ AŞKIN İHRACATÇI



61

İHRACATÇI BİRLİĞİ



14

GENEL SEKRETERLİK





kapak konusu

TİM'in görev ve faaliyetlerini altı ana başlıkta sınıflandırabiliriz. Bu başlıklar; temsil, dış ticaretin geliştirilmesi, koordinasyon, işbirlikleri, eğitime destek ve tanıtım faaliyetleri olarak listeleniyor.

içerisinde bulunduğu ülkelerin dış ticaret camiaları ile ilişkileri de koordine etmektedir. Bu çerçevede meclisimiz, Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), Ticaret ve Sanayi Odaları gibi diğer dış ticareti geliştirici kuruluşlarla ilişkilerini geliştirmeyi hedeflemektedir.

Yurt dışında Türk ihracatçısının ticari faaliyetlerinin desteklenmesini sağlamak için birçok organizasyon ve ticari heyetler düzenleyen TİM, ticari partner olan ülkelerle iyi niyet sözleşmeleri imzalayarak ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca, Türk ihracat mallarının yurt dışındaki itibarı ile ilgili araştırma faaliyetleri yürütme ve algı araştırmaları ile Türk mallarının bilinirlik, güvenilirlik

ve tercih edilmesi konularında saha araştırmaları yapmaktadır.

TİM, ihracatçıların üretim ve dış ticarete avantaj elde etmelerini sağlamak için birçok teşvik ve desteğin sağlanması çalışmalarına katkıda bulunmakta; Ar-Ge, tasarım ve girişimcilik alanlarında bir ekosistem oluşturarak, girişimcilerimizin yurt dışına açılmalarına, uluslararası arenada başarı elde etmelerine de yardımcı olmaktadır.

Ulusal ve uluslararası arenada gösterdiği başarı nedeniyle Türk ekonomisinin sürekli yükselen grafiğindeki en önemli aktörlerden birisi olan TİM, daha fazla ihracat için çalışmalarına tüm hızıyla devam etmektedir.”





14 GENEL SEKRETERLİK, 27 SEKTÖR

TİM'in görev ve faaliyetlerini altı ana başlıkta sınıflandırabiliriz. Bu başlıklar; temsil, dış ticaretin geliştirilmesi, koordinasyon, işbirlikleri, eğitime destek ve tanıtım faaliyetleri olarak listeleniyor. TİM'in işleyişinde genel sekreterliklerin etkisi oldukça fazla. TİM'e bağlı olarak; İstanbul, Ankara, İzmir, Denizli, Antalya, Mersin, Trabzon, Giresun, Gaziantep ve Erzurum'da 14 İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği mevcut.

İhracatçı sektörler ise; Tarım, Sanayi, Maden ve Hizmet olmak üzere dört ana kategoride sınıflandırılıyor. Tarım kategorisinde; Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri, Yaş Meyve Sebze Meyve Sebze Mamulleri, Kuru Meyve ve Mamulleri, Fındık ve Mamulleri, Zeytin ve Zeytinyağı, Tütün, Süs Bitkileri ve Mamulleri, Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller ve Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri yer alıyor. Sanayi kategorisinin üyeleri; Tekstil ve Hammaddeleri, Deri ve Deri Mamulleri, Halı, Kimyevi Maddeler ve Mamulleri, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Otomotiv Endüstrisi, Gemi ve Yat ve Hizmetleri, Elektrik, Elektronik, Makine ve Aksamları, Demir ve Demirdışı Metaller, Çelik, Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri, Mücevher, Savunma ve Havacılık Sanayii ve İklimlendirme Sanayii olarak sıralanıyor. Maden kategorisinin alt başlığı Madencilik Ürünleri olarak geçiyor. Hizmet kategorisi ise alt başlık olmadan salt kendi ismiyle faaliyetlerini sürdürüyor.

TİM'İN ANA FAALİYETLERİ

- ✓ İhracat Rakam Açıklamaları
- ✓ Bakanlarımızla İstişare Toplantıları
- ✓ Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantıları
- ✓ Delegeeler Çalıştayları
- ✓ Bölge Meclis Buluşmaları ve Ortak Akıl Toplantıları
- ✓ Kamu kurul ve konseylerinde temsil (YÖİKK, MYK, İKV, DEİK vb.)
- ✓ Paydaş Kurum ve Kuruluşlarla İşbirlikleri (TOBB, DEİK, MÜSİAD vb.)
- ✓ İhracatı Geliştirme A.Ş.
- ✓ Türkiye Lojistik Portalı
- ✓ İhracat Lojistiği ve Finansmanında İşbirlikleri (Bankalar, lojistik dernekleri, THY vb.)
- ✓ Ticaret ve Alım Hevketleri, Fuarlar
- ✓ Büyükelçiler Buluşması
- ✓ Türkiye İnovasyon Haftası
- ✓ Design Week Türkiye
- ✓ TİM Akademi
- ✓ İnoVALİG
- ✓ İnoSuit
- ✓ İnoTİM
- ✓ Küresel İnovasyon Endeksi
- ✓ TİM-TEB Girişim Evleri
- ✓ TİM KKTC İrtibat Ofisi
- ✓ TİM KOBİ İhracat Seferberliği Eğitim Programları ve KOSGEB Yurt Dışı Pazar Destek Programı
- ✓ Yeni Nesil Dış Ticaret Meslek Liseleri
- ✓ TİM Export Talks
- ✓ Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Araştırması ve Ödülleri
- ✓ Yurt İçi ve Yurt Dışında İhracatçıları Temsil
- ✓ TİM Mobil Uygulaması
- ✓ AloTİM





%1,02

KÜRESEL İHRACATTAN
ALINAN PAY

23

1 MİLYAR DOLARDAN FAZLA
İHRACAT YAPAN
SEKTÖR SAYISI

TİM'İN 30 YILINDAN TÜRKİYE YÜZYILI'NA

İhracatın gelişimi Türkiye'nin kaderinde mündemictir. İhracat geliştikçe Türkiye zenginleşmiş, Türkiye güçlendikçe ihracat kendine yeni kulvarlar bulmuştur. Türkiye'nin dünyadaki konumuna baktığımızda, devrin şartlarını da dikkate alarak 1980'li yıllara kadar genç ve dünyadaki etkisi sınırlı bir ülke ile karşılaşıyoruz. 80'li yıllardan sonra ise bölgesel meselelerde daha etkin ve refahı gün geçtikçe artan bir Türkiye görürüz. 90'lı yıllar ekonomik ve siyasi açıdan dünyada çalkantılı geçtiği gibi Türkiye'de de çalkantılı geçen bir süreci anımsatır. 2000'li yıllar Türkiye'nin tabir-i caizse ayağa kalktığı, 2010'lu yıllar atılım yaptığı yıllara tekabül eder. 2020'li yıllar ise küresel etkinlik açısından diplomatik, siyasi ve ticari anlamda koşulacak yıllar olarak başladı. Son 20-30 yılda ekilen tohumlar bugün fidanlara, ağaçlara ve ormanlara dönüştü bile. Türkiye'nin ulaştığı potansiyel, geliştirmekte olduğu teknolojik kapasite, oldukça zor şartlar altında kazanılmış tecrübeler Türkiye Yüzyılı'na girerken en büyük rehber olacak.

TARİHSEL SÜREÇTE GENEL İHRACAT RAKAMLARI

Tarihin seyrinde ihracata bakıldığında Türkiye, Cumhuriyetin ilk yılında 50 milyon dolar ihracat yapan bir ülkediydi. 50. yılına eriştiği zaman, 1973 yılında, 1,3 milyar dolar ihracata ulaştı. Bundan 40 sene evvel, 1983 yılında, 5,7 milyar dolar ve TİM'in kuruluş tarihine tekabül eden 1993 yılında 15,3 milyar dolar ihracat yapıldı. 2003 yılında 47,3 milyar dolar ve 10 sene önce, 2013 yılında, 151,8

milyar dolar ihracat gerçekleştirildi. Cumhuriyetin 100. yılına girerken 254,2 milyar dolar yıllık ihracat rakamına ulaşıldı. 70'li yıllardaki yıllık ihracat bugün bir günde yapılıyor. 80'li yıllardaki yıllık ihracat bugün bir haftada yapılıyor. 90'lı yıllardaki ihracat bugün bir aydan kısa sürede yapılıyor. 2000'li yıllardaki ihracat bugün bir çeyrekte yapılıyor. 2010'lu yıllardaki ihracat bugün altı ayda yapılıyor. Bu seyir devam ederse, bugün yapılan yıllık ihracat 10 sene sonra altı ayda yapılacak, 20 sene sonra 1 çeyrekte yapılacak, 30 sene sonra 1 ayda yapılacak.

HİZMET İHRACATI VERİLERİ

Mal ihracatında kaydedilen başarıların yanı sıra hizmet ihracatında da muazzam başarılar yakalandı. 1993 yılında 11 milyar dolar olan hizmet gelirleri bu yıl 90 milyar doları aşmış durumda. Hizmet gelirlerinin yüzde 41'ini oluşturan taşımacılık gelirleri son 30 yılda 29 kat arttı. Cumhuriyetin 100. yılına girerken yıllık 36,7 milyar dolar taşımacılık hizmet ihracatına ulaşıldı. Hizmet gelirlerinin diğer öncü sektörü olan seyahat gelirleri ise 30 yılda dokuz kat arttı. 1993 yılında yalnızca 4 milyar dolar olan seyahat gelirleri bu yıl 41,4 milyar dolara ulaştı. Küresel hizmet ticaretinden alınan pay yüzde 1,3 seviyelerine yaklaştı. Hizmet ihracatındaki yüksek artışı ivmesinin özellikle son 20 yılda yakalandığı vurgulamak gerekir. Hizmet ihracatı 20 yılda 18 milyar dolardan 5 katına çıkarak 90 milyar dolara ulaştı. Cumhuriyetin 100. yılını da 100 milyar dolar hizmet ihracatıyla kapatma hedefi var. Bu temennilere ulaşmanın yol ve yöntemini iyi bilen, tecrübeli ve girişimci insan kıymetine



kapak konusu

artık sahibiz. TİM'in kurulduğu 30 yılda ihracattaki ivmenin ne kadar hızlı yükseldiği ortada. TİM, dünyada küreselleşme eğiliminin yaşandığı bir ortamın doğru okunmasının bir ürünü. Dünyanın o dönemki şartları ve Türkiye'nin ihracattaki ihtiyaçlarının doğru tespitinin birleşimiyle ortak akıl, istişare ve diyalog zemini tesis edilmiş ve bu birliktelik Türk ihracatının gelişimine hizmet etmiştir. Bu hizmet ülkemizin zenginleşmesine vesile oldu.

İhracatımızdaki nominal artışın arkasında reel artışı da sağlayan, giderek yaygınlaşan ve derinleşen yatırım süreçleri vardır. Bunun en net göstergesi küresel ihracattan alınan paydaki ivmeli artış. Türkiye'nin küresel ihracattan aldığı pay kuruluştan 2000'li yıllara kadar binde 2 ilâ binde 5 arasında değişkenlik gösterdi. TİM'in kurulduğu 1993 yılında bu oran yüzde

0,4 seviyesindeydi. 10 yıl sonra yüzde 0,62, 2013 yılında yüzde 0,85 seviyesi yakalandı. 2021 yılında tarihimizde ilk defa küresel ihracattan alınan pay yüzde 1'i aşarken, 100. yıla girerken yüzde 1,02 oranı yakalandı. Bu başarının nasıl sağlandığını ihracatımızın ülke, sektör ve il bazında değerlendirmesi ve ihracatçı firma sayısındaki değişim bize göstermektedir.

Mukayeseli bir şekilde bakarsak 1993 yılında yalnızca dört sektörümüz 1 milyar doların üzerinde ihracat yapıyorken bugün 23 sektörümüz 1 milyar dolardan fazla ihracat gerçekleştirmektedir. 1993 yılında 5 milyar dolardan fazla ihracat yapan sektörümüz yoktu. 2003 yılında üç sektör, 2013 yılında 10 sektör, 5 milyar doları aşar hâle geldi. 2023 yılında ise 5 milyar dolardan fazla ihracat yapan sektör sayısı 14 oldu. 1993'te hiçbir sektörün ihracatı 10 milyarı





70'li yıllardaki yıllık ihracat bugün bir günde yapılıyor. 80'li yıllardaki yıllık ihracat bugün bir haftada yapılıyor. 90'lı yıllardaki ihracat bugün bir aydan kısa sürede yapılıyor.

aşmıyordu. 2003'te yalnızca bir tane idi. 2013 yılında beşe yükselen bu sayı bugün dokuza ulaşmış durumda.

SEKTÖREL PAYLAR VE İHRACATIN YAPISAL DÖNÜŞÜMÜ

20 milyar dolardan fazla ihracat yapan dört farklı sektör var. 90'lı yıllarda ağırlıklı olarak tarımsal ürünlere ve tekstil mamullerine dayanan bir ihracat yapısı vardı. İhracatın yüzde 36'sını tekstil ve hazır giyim sektörleri, yüzde 24'ünü de tarım sektörleri oluşturuyordu. Bu oranlar bugün sırasıyla yüzde 14'e ve yüzde 12'ye düştü. Bu oransal değişim tekstil ve hammaddeleri sektöründe sekiz kat, hazır giyimde dört kat, tarımsal ürünlerde sekiz kat artışa rağmen kaydedildi. Endüstriyel, teknik, teknolojik ve tasarıma dayalı ürünler ihracatımızda ağırlık kazandı. Savunma ve havacılık sanayi sektörü ihracatı 370 kat arttı. İklimlendirme sektörü 74 kat arttı. Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatı 61 kat arttı. Makine sektöründe 56 kat arttı. Elektrik elektronik sektöründe ihracat 29 kat arttı. Demir ve demir dışı metaller sektöründe 42 kat arttı. 1993 yılında ihracatında yalnızca yüzde 0,3 pay alan otomotiv endüstrisi, bugün Türkiye'nin yüzde 14 pay ile ana ihraç sektörü oldu. Geride kalan 30 yılda sektörün ihracatı 61 kat arttı. Benzer şekilde, devreye giren yatırımlarla kimyevi maddeler sektörü de küresel bir oyuncu hâline geldi. 1993 yılında sektörün ihracattaki payı yüzde altı iken bugün yüzde 15'e yükseldi, Kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı 30 yılda 37 kat arttı. Tüm bu artışlar her sektörde ihracatçı firma sayısının artmasıyla oldu. İhracatçı sayısı yalnızca 20 yılda dört katına çıktı, bugün 103 binden fazla

ihracatçının dünyada gitmediği tek bir ülke bile kalmadı.

İHRACATÇI FİRMA SAYISINDAKİ DEĞİŞİM

Türk ihracatçıları Cumhuriyetin 100. yılında 220'den fazla ülke ve bölgeye ihracat yapıyor. 30 yıl önce 500 milyon dolardan fazla ihracat yapılan ülke sayısı yalnızca dokuzdu. Bu sayı, 2003 yılında 19'a, 2013 yılında 50'ye taşındı. Bugün 76 ülkeye yılda 500 milyon dolardan fazla ihracat yapıyor. 1993 yılında yalnızca bir ülkeye 1 milyar dolardan fazla ihracat yapabiliyorken artık 52 ülkeye yıllık 1 milyar dolardan fazla ihracat yapılıyor. Bugün yılda 5 ülkeye 10 milyar dolardan fazla ihracat yapılıyor. Bu rakam 2013 yılında yalnızca iki idi. Tüm bu önemli artışların lokomotifi Avrupa ülkelerine yapılan ihracat olsa da pazar çeşitliliği sürekli artırıldı. Orta Amerika'nın ihracattan aldığı pay dokuz kat arttı. Sahra Altı Afrika'nın ihracattaki payı 4 katına çıktı. Güney Amerika'nın ihracattaki payı 2 katına çıktı. Bu bölgelerin yanı sıra Orta Doğu ve Kuzey Afrika'ya ihracat da genel ihracattan daha hızlı büyüdü. İhracat Türkiye'nin tüm bölgelerine yayıldı. 2002 yılında 100 milyon dolardan fazla ihracat yapan il sayısı 21 idi. Bugün 59 kent, 100 milyon dolardan fazla ihracat yapıyor. 1 milyar dolardan fazla ihracat yapan il sayısı 30 yıl önce yalnızca altı idi. Bugün 24 il yıllık 1 milyar dolardan fazla ihracat yapıyor. 20 yıl önce 10 milyar dolardan fazla ihracat yapan tek ilimiz İstanbul'du. Bugün 7 şehir, 10 milyar dolardan fazla ihracat yapıyor. İhracattaki bu yaygınlaşma, Türkiye'nin topyekûn kalkınmasına öncülük etmektedir. Diğer yandan üretim özellikle son 20 yılda genişledi.



kapak konusu

Yapılan yatırımlarla kapasiteler artırılmış, fabrikalar açılmış, yeni tesisler faaliyete geçmiştir. Türkiye’de işletmede olan Organize Sanayi Bölge (OSB) sayısı 273’e çıktı. Son 20 yılda her yıl ortalama sekiz OSB tamamlanarak faaliyete girdi, 20 yılda 150 OSB ülkemize kazandırıldı. Diğer yandan ihracat teknoloji ve tasarımda büyük bir atılım sürecini geride bıraktı. 2023 yılı itibarıyla; Teknoloji Geliştirme Bölgeleri 84’e, faaliyette olan Tasarım Merkezi sayısı 326’ya, Ar-Ge merkezi sayısı 1.274’e yükseldi. Yıllık Ar-Ge harcamaları 20 yılda 54 katına çıkarak 102 milyar TL seviyesine geldi. Ar-Ge harcamalarının milli gelirden aldığı pay 20 yılda yüzde 0,51’den yüzde 1,40’a kadar çıktı.

TİM’DEN TEŞEKKÜR...

TİM, bu süreçle alakalı bir teşekkür ve hedefler ekseninde şöyle bir açıklama yapıyor: “İhracatta ayağa kalkıp atılım yaptığımız TİM’in 30 yılının 21 yılına Cumhurbaşkanımız ve kabineleri liderlik etti. İhracatçılar tüm bu süreçte devletimizin gücünü her zaman arkasında hissetti. Ürünlerini ulaştırdığı ülkelerde devletimizin artan gücüne bizzat tanıklık etti ve katkı sundu. İhracatçılar olarak ülkemizin ekonomik kalkınmasına katkı sunan devlet adamlarımıza medyun-u şükranız.

Türkiye Yüzyılı’nı ihracatın yüzyılı yapmak namına uzun vadeli hedeflerimiz doğrultusunda stratejilerimizi geliştiriyoruz. İhracatımız arttıkça lojistik ihtiyacı da artıyor. Lojistik alanında demiryolunun daha etkin kullanılması gereken yıllar bizleri bekliyor. Kritik altyapı yatırımlarının özellikle

demiryolu ve denizyolunda artarak devam etmesi ihracatımızın koşu döneminin zeminini oluşturacaktır. TİM olarak ülkemizde inovasyon ekosisteminin oluşmasına ve yeşil dönüşüme öncülük etmeyi sürdüreceğiz. Kısa vadede bu alanlarda büyük bir değişim sürecini gerçekleştirerek emeklerimizin karşılığını ülkemizde refah artışıyla göreceğiz. İhracatçılar olarak ülkemizin ikinci yüzyılına daha iddialı bir şekilde giriyoruz. Türkiye’yi dünyanın en büyük 10 ihracatçısından biri yapma hedefimizin kolay olmadığını biliyoruz. Yüzüncü yılımızı uzun bir maratonun gong sesi olarak görüyoruz. Maraton sert tabanlı yollarda yapılan mukavemet koşusudur. Maratona başlarken edindiğimiz tecrübeyle dinç, ulaştığımız kapasiteyle güçlü, sahip olduğumuz potansiyelle heyecanlı ve Türkiye’ye sevdamızla inançlıyız. Mukavemetimizle başarıya ulaşacağız. Bu yüzyılı üretim ve ihracatımızla Türkiye Yüzyılı yapacağız.”





ihracat raporu

İHRACAT RAPORU

orta vadeli trendlere
perspektif sunuyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi Ekonomik Araştırmalar Şubesi tarafından hazırlanan 2023 İhracat Raporu, küresel ve Türkiye ekonomisindeki gelişmelere ve öngörülere ışık tutarken, ülke ihracatındaki kısıtlımlara detaylı olarak yer veriyor.





TÜRKİYE İHRACATÇILAR

MECLİSİ (TİM), her yıl hazırlayıp kamuoyu ile paylaştığı İhracat Raporu'nun 2023 versiyonunu yayımladı. Raporda ekonomi makro ve mikro ölçekte değerlendirilirken, siyasal gelişmelerin küresel ticarete yansımaları da yer alıyor. Mevcut durumu detaylı olarak ortaya koyan rapor, ihracatta etkili olacağı düşünülen orta vadeli trendlere yönelik perspektif sunarak ihracatı etkileyen en önemli faktörlere ilişkin değerlendirmeleri de kapsıyor. Raporda öne çıkan noktaları TİMReport okurlarımız için derledik.

GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE DAHA FAZLA BÜYÜME BEKLENİYOR

2022 yılında küresel ölçekte meydana gelen ekonomik zorlukların 2023 yılında da etkisini devam ettirmesi bekleniyor. 2022'de yüzde 6,2 büyüyen küresel ekonominin 2023 yılında yüzde 2,8 büyüyeceği tahmin ediliyor.

Ülke gruplarına göre bakıldığında gelişmiş ülkelerin 2023 yılında yüzde 1,3, 2024 yılında yüzde 1,4 ve 2025 yılında yüzde 1,8 büyümesi beklenirken, gelişmekte olan ülkelere ilişkin öngörülerde ise daha yüksek büyüme oranları yer alıyor. Buna göre gelişmekte olan ülkelerin 2023'te yüzde 3,9, 2024 yılında 4,2 ve 2025 yılında ise 4 oranında büyümesi öngörülüyor.

2022 yılında yüzde 11,2 artışla 24,5 trilyon dolar seviyesine ulaşan küresel mal ticareti, miktar bazında değerden daha düşük bir oranda, yüzde 2,3 oranında büyüme gösterdi. 2023 yılında ise küresel ticaretin miktar bazında yüzde 1,7 artması bekleniyor.

DÜNYA EKONOMİSİNDE BÜYÜME ÖNGÖRÜLERİ, (%)

	2025	2024	2023
Dünya Ekonomisi	2,8	3,0	3,2
Gelişmiş Ülkeler	1,3	1,4	1,8
Gelişmekte Olan Ülkeler	3,9	4,2	4,0

Kaynak: Uluslararası Para Fonu, World Economic Outlook Update, Nisan 2022

PETROL İHRACATÇI ÜLKELER ZENGİNLEŞTİ

2022 yılında en çok ihracat gerçekleştiren ilk 30 ülkenin bir önceki yıla kıyasla yüzde 10,9 artışla 20,7 trilyon dolar ihracat gerçekleştirdiği görülürken, ihracatını en yüksek oranda artıran ilk üç ülkenin yüzde 56 ile Norveç, yüzde 48,6 ile Suudi Arabistan ve yüzde 40,8 ile Birleşik Arap Emirlikleri olması, 2022 yılında en çok kazananların petrol ihraç eden ülkeler olduğunu gösterdi. Norveç, ihracatını bir yılda 90 milyar dolar artırarak, toplam 250 milyar dolar ihracatla Türkiye'den sonra listede kendine yer buldu ve 30. sıraya yükseldi.

DÜNYA MAL TİCARETİ, BÜYÜME/YILLIK

	2018	2019	2020	2021	2022
Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	19.308	18.778	17.429	22.028	24.491
Miktar Bazında Büyüme (%)	3,0	0,4	-4,7	8,4	2,3
Değer (ABD Doları) Bazında Büyüme (%)	10,0	-2,7	-7,2	26,4	11,2

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, UNCTAD

TÜRKİYE, 2022'DE İTHALATINI EN ÇOK ARTIRAN ÜLKE

2022 yılında ilk 30 ülkenin ithalatı ise yüzde 12,9 artışla 21,2 trilyon dolar seviyesine ulaştı. En çok ithalat gerçekleştiren ilk üç ülke ABD, Çin



265

MİLYAR DOLAR
TÜRKİYE'NİN 2023 YILI
İHRACAT HEDEFİ

%34

2022'DE TÜRKİYE'NİN
İTHALAT ARTIŞ ORANI

ve Almanya oldu. Türkiye ise yüzde 34 artışla 30 ülke arasında 2022 yılında ithalatını en çok artıran ülke oldu. En çok ihracat yapan ilk 30 listesinde 29. sırada yer alan Türkiye, ithalat listesinde 20. sırada yer aldı.

2022 yılında gerçekleşen ihracat performansı Türkiye'nin, küresel ticaretteki payını yüzde 1,01'den yüzde 1,02'ye çıkardı.

TÜRKİYE İHRACATI KÜRESEL İHRACAT İLE PARALEL SEYREDİYOR

Yıllar itibarıyla bakıldığında Türkiye'nin ihracatı ve küresel ihracatın artış oranı arasında bir paralellik olduğu görülüyor. Özellikle son 20 senenin 15 senesinde Türkiye'nin yıllık ihracat artış oranının, küresel ihracat artış oranının üzerinde bir seyir izlediği görüldü. Pandemi öncesinde Türkiye'nin aleyhine gelişen bu karşılaştırma pandeminin ardından yeniden Türkiye'nin lehine döndü.

Küresel ticaret değer bazında 2022 yılında yüzde 11,5 büyürken Türkiye'nin ihracat değeri ise aynı dönemde yüzde 12,8 oranında artış gösterdi.

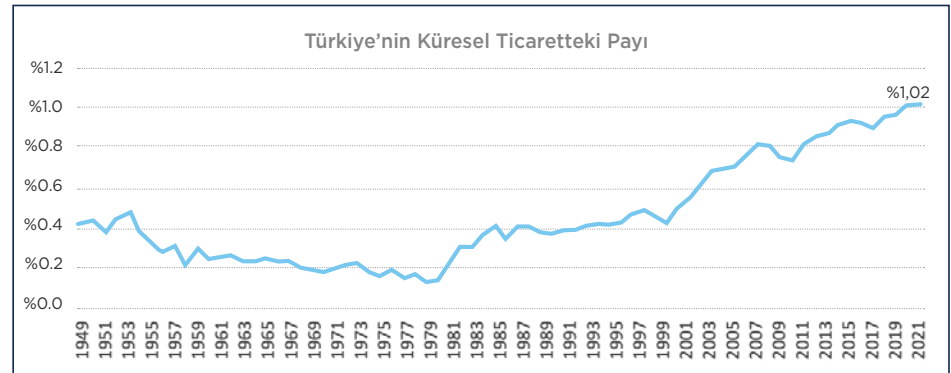
İHRACATIN GÖZÜ EKONOMİ POLİTİKASINDA

2023 yılında enflasyon rakamlarının hâlâ etkisini sürdüreceği değerlendirilirken, jeopolitik risklerin de kısa vadede çözüme kavuşması beklenmediğinden 2023 yılında da enerji ve emtia fiyatlarının etkisini hissettirmesinin olası olduğu belirtildi. Türkiye'nin 2023 yılı ihracatında en önemli engellerden birinin geçtiğimiz sene olduğu gibi yüksek enerji ve emtia fiyatları olduğu vurgulanırken genel seçimler sonrası ekonomi politikalarının da ihracatın performansını belirleyecek ana faktör olacağı vurgulandı. Orta Vadeli Program'a göre Türkiye'nin ihracatının 2023 yılında 265 milyar dolar, 2024 yılında 285 milyar dolar ve 2025 yılında ise 305 milyar dolar olması bekleniyor. Hedeflere ulaşılmasında döviz/TL paritesi önemli rol oynayacaktır.

HİZMET SEKTÖRÜNDE YENİ YATIRIMLAR DEVREYE GİRECEK

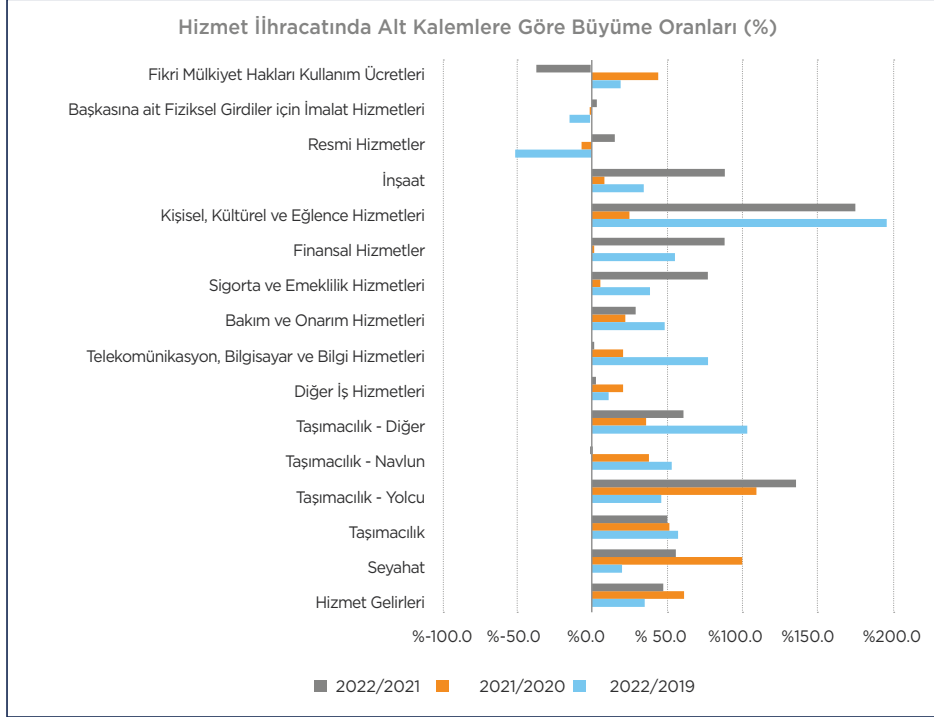
Hizmet ihracatına da detaylı bir bölümün ayrıldığı raporda, Türkiye'nin hizmet ihracatındaki yüksek büyümesine dikkat çekildi. 2022 yılında yüzde 47 büyüme

TÜRKİYE'NİN KÜRESEL TİCARETTEKİ PAYI



Kaynak: DTÖ

HİZMET İHRACATINDA ALT KALEMLERE GÖRE BÜYÜME ORANLARI (%)



yakalayan Türkiye hizmet ihracatı, 90,2 milyar dolarlık ihracat değeri ile 30 ülke arasında 13. sırada yer aldı. Küresel ihracattan aldığı pay ise yüzde 1,5 oldu. Hizmet İhracatçıları Birliği, 2022 yılında 90,2 milyar dolar olan hizmet gelirlerinin 2023 yılında 130 milyar dolara taşımayı hedefliyor. Hizmet sektörünün küresel ölçekte büyüme eğiliminde olduğu belirtilirken, 2023 yılında Türkiye'nin seyahat ve taşımacılık alt kalemleri başta olmak üzere birçok sektörde yeni yatırımların devreye girmesiyle hizmet gelirlerinde önemli bir artış beklendiği kaydedildi.

JEOPOLİTİK RİSKLER DEVAM EDİYOR

Raporun en dikkat çekici bölümlerinden biri de küresel risklerin, ekonomi dışında toplumsal değişimlere de etkilerinin anlatıldığı

başlıklar. 2022 yılındaki küresel güvenlik meselelerinin merkezindeki jeopolitik risklerin devam ettiği ve 5,4 milyon Ukraynalı mülteci ile göç krizinin büyümeye devam eden bir sorun olduğu kaydedildi. Dünya Ekonomi Forumu (World Economic Forum-WEF) tarafından yaklaşık 20 yıldır yayımlanan Küresel Risk Raporu'nda yer alan 32 risk unsuru da iki yıl içinde olması beklenen ve 10 yıl içinde olması beklenen olarak üç vadeye niteliklerine göre jeopolitik, ekonomik, sosyal, çevresel ve teknolojik olarak beş kategoriye ayrılarak sunuldu.

Raporda yeşil dönüşümün finansman mekanizmalarına da detaylı olarak yer verilirken, küresel ticareti yeniden şekillendiren teknolojik faktörler de anlatıldı.

2022 yılında küresel ölçekte meydana gelen ekonomik zorlukların 2023 yılında da etkisini devam ettirmesi bekleniyor. 2022'de yüzde 6,2 büyüyen küresel ekonominin 2023 yılında yüzde 2,8 büyüyeceği tahmin ediliyor.



sektör kimya



2022'deki başarısını tekrarlama peşinde **KİMYA SEKTÖRÜ**

Son beş yılda yüzde 92'lik bir büyüme gerçekleştiren Türkiye kimya endüstrisi, 2022'de edindiği "en çok ihracat yapan sektör" unvanını 2023'te de korumak istiyor.



sektör kimya



ADİL PELİSTER:
"İKMİB olarak 2030 vizyonumuz doğrultusunda sürdürülebilirlik ve dijitalleşme stratejimiz kapsamında, kimya sektörümüzü ve ihracatımızı bir üst lige taşıyacak projelerimiz ile ölçek büyütme için çalışmalarımızı sürdürüyoruz."

Nisan ayında en çok ihracat yaptığı ülke olarak kayıtlara geçti. Rusya'yı takip eden ve ilk 10'un diğer üyeleri olan ülkeler; İtalya, Romanya, Slovenya, İspanya, Almanya, ABD, Irak, Hollanda ve İngiltere şeklinde sıralandı. Ocak-Nisan sekansında ise en çok kimya ihracatı yapılan ülkeler listesi şöyle oluştu: Rusya, İtalya, Hollanda, İspanya, Almanya, Romanya, ABD, Irak, Lübnan ve İngiltere.

Nisan ayında kimyevi maddeler ve mamulleri ürün gruplarında plastikler ve mamulleri ihracatı, 732 milyon dolarla ilk sırada yer aldı. İkinci sırada 623 milyon dolarlık ihracatla mineral yakıtlar ve ürünler yer alırken, anorganik kimyasallar

ihracatı 251 milyon dolarla üçüncü oldu. Anorganik kimyasalları takiben ilk 10'da yer alan diğer sektörler ise; "uçucu yağlar, kozmetikler ve sabun", "eczacılık ürünleri", "kauçuk, kauçuk eşya", "boya, vernik, mürekkep ve müstahzarları", "muhtelif kimyasal maddeler", "organik kimyasallar" ve "yıkama müstahzarları" şeklinde sıralandı.

"KİMYA SEKTÖRÜ SÜRDÜRÜLEBİLİR VİZYON PROJELERİ İLE BÜYÜYECEK"

Kimya endüstrisi, 2030'da ihracatını 50 milyar doların üzerine çıkarma hedefiyle hareket ediyor. Bu bağlamda bir "sektör analizi" rica ettiğimiz İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, 2022 performansı, 2023 hedefleri ve gelecek beklentileri üzerine kapsamlı bir değerlendirme yaptı:

"Türkiye kimya endüstrisi, plastikten kozmetiğe, ilaçtan boyaya, kauçuktan organik ve anorganik kimyasallara kadar 16 alt sektörü ile 27 ana sektöre doğrudan tedarikçi konumunda ve stratejik öneme sahip büyük bir sektör. Bugün dünyanın en büyük 10 ekonomisinin sekizi kimya sektöründe de üretim ve ihracat bakımından lider. Dolayısıyla kimya sektörü, ülkemizin ekonomik kalkınması ve ihracatımızın geleceği için stratejik önem taşıyor. Biz de bu bilinçle çalışmalarımızı sürdürüyor ve kimyanın geleceğinde yeni dönemin oyun kurucuları arasında yer almak istiyoruz.

Son beş yılda ihracatta yüzde 92 büyüme başarısı gösteren sektörümüz, 2022 yılında kimyevi maddeler ve mamuller ihracatında



sektör kimya

YILIN İLK ÇEYREĞİNDE 7,4 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, Türkiye'nin ihracatı 2023 Mart ayında, geride bıraktığımız yılın aynı döneme göre yüzde 4,4 arttı ve 23,6 milyar dolar oldu. Yine aynı dönemde kimya sektörü ise 2,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi ve böylece ülke ihracatından yüzde 12,2 pay aldı. Mart sonu rakamlarıyla birlikte, Türkiye kimya endüstrisinin 2023'ün ilk çeyreğindeki ihracatı ise 7,4 milyar dolar olarak kayıtlara geçti.

miktar bazında yüzde 4,2 büyüdü. Mart-Eylül arası üst üste yedi defa aylık bazda ihracatta birinci olan sektörümüz 2022 yılında ilk defa en çok ihracat gerçekleştiren birinci sektör oldu. 2022 yılında değer bazında yüzde 32 büyüdük ve Türkiye'nin ihracatından yüzde 13,2 pay aldık. Sektörümüzün kilogram başı ihracat bedeli ise 1 dolar sınırını aşarak yüzde 30'luk artış ile 1,16 dolara yükseldi. 2022 yılı verilerine göre sektörler bazında 232 ülke ve bölge ile en fazla ülkeye ihracat gerçekleştiren

sektör kimya olurken; kimya ihracatında ilk 10 sırayı Hollanda, ABD, İtalya, Romanya, Lübnan, Rusya, Almanya, İspanya, Irak ve Güney Afrika ülkeleri aldı. Sektörümüzün toplam ihracatının yüzde 42'si AB ülkelerine gerçekleşirken, Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamındaki Güney Afrika'ya yapılan ihracat oranı yüzde 270 oranında artarak rekor seviyeye ulaştı. Kimya ihracatında 2022 yılında 'Plastikler ve Mamulleri' ürün grubu %13,82'lik artış ve



%92

TÜRKİYE KİMYA SEKTÖRÜ
SON BEŞ YILDAKİ BÜYÜME
ORANI



sektör kimya

2022 yılında gerçekleştirdiği 33,6 milyar dolarlık performansla Türkiye'nin en fazla ihracat yapan sektörü olmayı başararak zirveye yerleşen kimya endüstrisi, ihracatta yüzde 32 büyüyerek Türkiye'nin toplam ihracatındaki payını yüzde 13,2'ye çıkardı.



10,22 milyar dolarlık ihracat ile ilk sırayı alırken, sektör ihracatında toplam yüzde 30,4'lük paya sahip oldu. 'Mineral Yakıtlar, Mineral Yağlar ve Ürünler' yüzde 73,93'lük artış ve 9,85 milyar dolar ihracat ile ikinci sıraya yerleşirken, yüzde 57,73'lük artışla 3,26 milyar dolar ihracat ile 'Anorganik Kimyasallar' ürün grubu üçüncü oldu. 2022 yılı kimya ihracatında en fazla ihraç edilen diğer ürün grupları

ise 'Uçucu Yağlar, Kozmetikler ve Sabun', 'Kauçuk, Kauçuk Eşya' ve 'Eczacılık Ürünleri' olarak sıralandı. Pandemi ile birlikte değişim hızı artan dünya düzeninde yeni bir ekopolitik dönüşüm yaşanıyor ve ihracatımızın geleceğini de doğrudan etkileyecek radikal değişimlere yaklaşıyoruz. Kimyada sürdürülebilir üretim, dijital dönüşüm, yüksek katma değerli inovatif ürünler, AB Yeşil Mutabakatı, sınırda karbon

2023 AYLIK BAZDA KİMYA İHRACATI

AY	2022 DEĞER (\$)	2023 DEĞER (\$)	FARK (%)
Ocak	2.143.952.923,94	2.301.076.262,9	% 7,33
Şubat	2.439.698.364,25	2.261.836.992,42	% -7,29
Mart	3.029.173.687,05	2.880.631.033,07	% -4,90
Nisan	3.338.587.954,26	2.413.220.572,21	% -27,72
TOPLAM	10.951.412.930	9.856.764.861	% -10,00



sektör kimya

50

MİLYAR DOLAR

KİMYA ENDÜSTRİSİNİN 2030
YILI İHRACAT HEDEFİ

düzenlemesi, Almanya'da kabul edilen 'Tedarik Süreci Yönetim İlkeleri' kanunu ve KKDİK Kimyasalların Kaydı gibi önemli konuları yakından takip ediyor ve sektörümüzü bu yönde desteklemeye çalışıyoruz.

Kimya sektörüne sadece ihracatın değil mevcut iç sanayinin de gelişimi için destek verilmesi gereken en önemli sektör olarak bakılması gerekiyor. Türkiye'nin sanayisi için güçlendirici adımlar atılmasına ve yeni yatırımlara ihtiyaç var. İthalata dayalı bir ülke olduğumuzdan sanayinin güçlenerek ihracata

yönelmesi çok önemli. İKMİB olarak 2030 vizyonumuz doğrultusunda sürdürülebilirlik ve dijitalleşme stratejimiz kapsamında, kimya sektörümüzü ve ihracatımızı bir üst lige taşıyacak projelerimiz ile ölçek büyütmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Bu yıl ilk dört aylık döneme baktığımızda sektör ihracatımız yüzde 10 gerileyerek 9,85 milyar dolara ulaştı. Şubat ayında yaşadığımız büyük deprem felaketi ve küresel ekonomi politikaları sebebiyle devam eden talepteki durgunluk, petrol fiyatlarındaki düşüş, kur ve parite duyarlılığı gibi nedenlerle ihracatımızın olumsuz etkilenmesine rağmen en çok ihracat yapan ikinci sektör konumumuzu koruyoruz. Yılın ikinci yarısı itibariyle ihracatımızın istediğimiz performansı göstereceğine inanıyoruz. Şimdi daha çok çalışma ve açıkları kapatma zamanı.

İKMİB olarak vizyon projelerimizden biri olan Kimya Teknoloji Merkezi (KTM) için şirket kurulumumuzu tamamladık ve son aşamaya geldik. KTM projesi ile yüksek teknoloji ve yüksek katma değer odaklı yeni bir ekosistem kurmayı amaçlıyoruz. Gelecek vizyonumuzun bir diğer adımı olarak da ülkemizde Uluslararası Kimya Şurası düzenlemek istiyoruz. Sektörün küresel aktörlerini, kamu kuruluşlarını, şirket CEO'larını, akademisyenleri ve kimyanın tüm paydaşlarını bir araya getirerek, kimyadan yüksek gelir elde eden ülkeler seviyesine çıkmak için sektörümüzün ihracat strateji belgesini hazırlamayı amaçlıyoruz."





İhracatçı birlikler

HİB, REKORUN AYAK SESLERİNİ DUYMAYA BAŞLADI

Hizmet İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat, yılın ilk çeyreğinde gösterdikleri ihracat performansının, 2023 için belirledikleri 125 milyar dolarlık hedefe ulaşma noktasında iyi bir referans olduğunu söylüyor.



2022'yi, bir önceki yıla göre yüzde 47 büyüttüğü performansı ile 90,2 milyar dolarlık rekor bir ihracatla kapatan hizmet ihracatı, 2023 için bütün planlamalarını "rekoru daha da geliştirme" üzerine yapıyor. 125 milyar dolar olarak belirledikleri 2023 ihracat hedefine ulaşma yolunda şu ana kadar sağlam adımlar attıklarının altını çizen Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat, başarılı olacaklarına dair inancının tam olduğunu söylüyor.

Türkiye'nin genel ihracatında Hizmet İhracatçıları Birliği'nin (HİB) yeri nedir?

2021 yılında 61 milyar dolar olan hizmet ihracatını, 2022'de yüzde 47 oranında artırarak 90,2 milyar dolara çıkardık ve böylece tarihi bir rekora imza atmış olduk. Tüm alt sektörlerimiz ile birlikte hizmet ihracatı alanında çok büyük başarılar elde ettik. Türkiye, dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alıyor. Hizmet ihracatı tarafında da 90 milyar dolarlık ihracata ve 50 milyar dolarlık ticaret fazlasına ulaştık. Ülkemizin toplam istihdamının yüzde 60'ına yakın kısmını oluşturan hizmetler sektörü olarak gerçekleştirdiğimiz ihracatla, ülkemize net döviz girdisi sağlıyoruz. Bu

sayede cari açıkla mücadelede de büyük bir destek veriyoruz. Hizmet ihracatı alt değişimleri çerçevesinde, turizm ve seyahat hizmetleri bir önceki seneye göre yüzde 55 artışla 41,2 milyar dolara; yolcu ve yük taşımacılığı sektörleri ise bir önceki seneye oranla yüzde 50 artışla 36,6 milyar dolara ulaştı.

Hizmet ihracatında geleneksel olarak güçlü olunan sektörlerin yanı sıra yüksek katma değerli hizmetlerde de 2022 yılında önemli bir ivme yaşandı. Sigorta ve emeklilik hizmetleri yüzde 77 artışla 1,8 milyar dolara; finansal hizmetler ise yüzde 89 artışla 732 milyon dolara çıktı. Onlarca ülkede, milyonlarca eve misafir olan Türk dizileriyle ülkemizin yumuşak gücünün önemli bir parçasını oluşturan eğlence ve kültür hizmetleri, 2022 yılında dikkat çekici bir gelişim kaydetti. Bir önceki seneye göre yüzde 175 artışla 527 milyon dolara ulaşan sektör, ABD'den sonra dünyanın en büyük ikinci dizi ihracatçısı konumunda yer alıyor.

2023'ün ilk çeyreğini değerlendirmenizi istesek, HİB' in performansı nasıldı?

Hizmet İhracatçıları Birliği olarak, 2023 yılının Ocak-Şubat döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre, yüzde 29,75 artışla 12,5 milyar dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirdik. Yine bu dönemde 5,3 milyar dolarlık hizmet ticareti fazlası sağladık. Ocak-Şubat döneminde alt sektörlerimiz özelinde ihracata baktığımızda, en yüksek artış



6 TRİLYON DOLARLIK PAZAR

Türkiye'nin genel ihracatını artırma yolunda hizmet ihracatının, büyük önem ve potansiyel taşıdığına inanıyoruz. Dünyada 6 trilyon doları aşan bir hizmet ihracatı pazarı var. Bu kapsamda, Türkiye olarak hizmet ihracatı tarafında çok daha büyük başarılar imza atabilir; ülkemizin ihracatını artırmaya çok daha büyük katkı verebiliriz. Türkiye'de hizmet sektörü, en az imalat sektörümüz kadar olgun bir yapıda. Bu noktada hizmet ihracatı üzerinden ülkemize daha büyük bir gelir kazandırabiliriz. Eğitimden sağlığa, eğlence kültürden yazılıma, turizmden taşımacılığa kadar her alanda Türkiye'nin ve sektörlerimizin önü açık. Hizmet ihracatına odaklanıp çalışmak, ülkemiz için yeni fırsatları beraberinde getirecektir.

yüzde 82,35 ile Fikri Mülkiyet Hakları Kullanım Ücretleri'nde gerçekleşti.

Resmi hizmetler ihracatımız yüzde 63,64 artışla ikinci sırada; Bakım ve Onarım Hizmetleri yüzde 37,61 artışla üçüncü sırada yer aldı. Seyahat hizmeti ihracatı yüzde 34,60, Finansal Hizmetler yüzde 30,09 ve Diğer İş Hizmetleri ihracatımız da yüzde 28,57 oranında artış kaydetti. Taşımacılık Hizmetleri yüzde 27,96, Telekomünikasyon, Bilgisayar ve Bilgi Hizmetleri yüzde 26,79, Sigorta ve Emeklilik Hizmetleri yüzde 17,18 arttı. Bu rakamlara baktığımızda, yılsonu için belirlediğimiz ihracat hedefimize ulaşacağımıza inanıyoruz.

2023 sonu için belirlediğiniz hedef nedir ve bu hedefe ulaşma yolunda kısa vadede hangi faaliyetleri devreye sokacaksınız?

2023 yılı için ihracatta 125 milyar dolarlık bir hedef belirledik. Yılın ilk üç ayında da yeni rekorun ayak seslerini duymaya başladık. Türkiye, uzun yıllardır büyümesini sürdüren; ekonomisiyle, üretim gücüyle, hızlı yol alabilmesiyle dünyanın her ülkesine ihracat yapan bir ülke ve Türk hizmet sektörü de yurt dışında çok ciddi bir bilinirliğe sahip. Turizm sektörümüz pandemi sonrasında çok ciddi başarılar imza atmaya sürdürüyor. Türk turizmi hem pandemi sürecinde hem de sonrasında yaptığı çalışmalarla, dünyanın en önemli turizm ülkelerini geride bırakmayı başardı. Bu başarılarımızın, tüm sektörlerimizde 2023 yılında da katlanarak devam



AHMET BOLAT
Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Yönetim Kurulu Başkanı



İhracatçı birlikler

Ülkemizin toplam istihdamının yüzde 60'ına yakın kısmını oluşturan hizmetler sektörü olarak gerçekleştirdiğimiz ihracatla, ülkemize net döviz girdisi sağlıyoruz.

edeceğine inanıyoruz. Hizmet İhracatçıları Birliği olarak, ihracatta rekorlar kırıp döviz girdisi sağlarken; ülkemizin ihtiyaç duyduğu her anda ve her alanda da ülkemize hizmet etmeye ve var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz.

Yeni pazarlar noktasında ne gibi adımlar atmayı planlıyorsunuz? Bu bağlamda ticari alım heyetleri organizasyonlarının önemini nasıl görüyorsunuz ve bu başlıkta neler yapıyorsunuz?

Potansiyel pazarlarımızda daha çok bilinirliğe ulaşmak ve hizmet ihracatını artırmak adına HİB olarak, sektörel fuarlara milli ve info stand ile katılım gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamda Ticaret Bakanlığı desteği ve HİB organizasyonu, 16-22 Mart tarihlerinde Bandung'da Endonezya-Türk Üniversiteleri Tanıtım Fuarı'nı gerçekleştirdik. 26-29 Nisan tarihleri arasında Fas'ın Kazablanka şehrinde eğitim hizmetlerine yönelik Casablanca Uluslararası Öğrenci Fuarı etkinliğine milli katılım organizasyonu düzenledik.

7-9 Haziran'da ise İspanya'nın Barcelona şehrinde lojistik ve taşımacılık hizmetlerine yönelik 25. SIL Barcelona Lojistik Fuarı'na milli katılım organizasyonunu ilk kez gerçekleştireceğiz. 18-21 Haziran tarihleri aralığında Dubai Akıllı Şehirler ve Fintech ticaret heyeti, 16-20 Ekim'de GİTEX, 7-9 Kasım'da Polonya'nın Varşova şehrinde



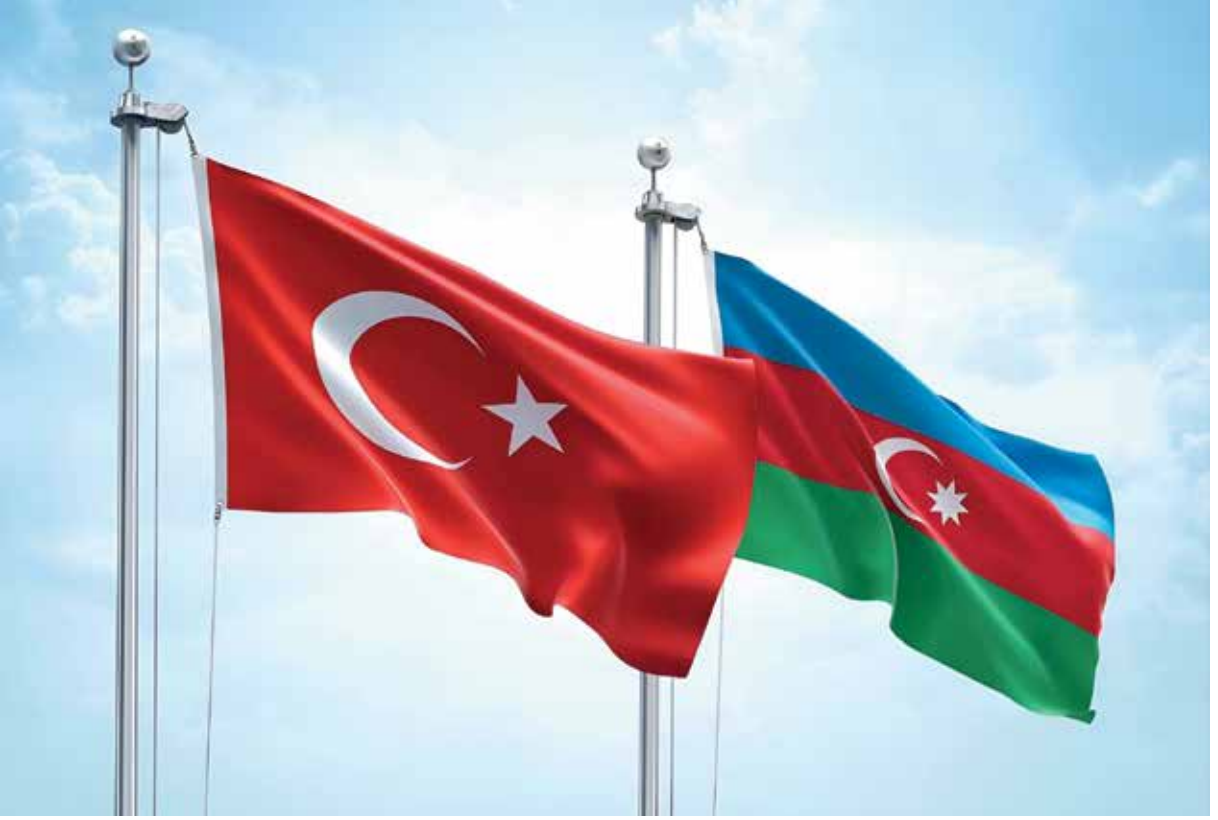
lojistik ve taşımacılık hizmetlerine yönelik düzenlenecek olan Translogistica Poland 2023 10. Uluslararası Nakliye ve Lojistik Fuarı ve 22-23 Kasım tarihleri arasında ise İngiltere'nin Londra şehrinde yönetim danışmanlığı hizmetlerimiz için Going Global Live-The Business Show fuarına milli katılım organize edeceğiz.

HİB' in ihracata katma değer sağlayacak faaliyetleri nelerdir?

Hizmet ihracatının öncü sektörleri olarak değerlendirilen Turizm ve Seyahat ile İlgili Hizmetler, Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri sektörlerinin gelecek dönemde de öncü ve lokomotif olacağını öngörüyoruz.

Türkiye algısı ve markası için önemli bir yumuşak güç olan turizm sektörümüz, her zaman olduğu gibi ülkemiz imajı ve ihracatına katma değerini sürdürmektedir. Diğer yandan hem mal hem hizmet ihracatı için stratejik sektörümüz olan ve ülkemizin cari açıkla mücadelesinde ve değerlerinin taşınmasında hayati rol oynayan lojistik sektörümüzün, potansiyeline ulaşabilmesi adına destek verilmesi gerekmektedir. Bu sektörlerin yanı sıra, mevcut şirket ve ürün portföyü ile büyük potansiyele sahip Yazılım ve Bilişim Hizmetleri sektörümüz, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızla gelişen sektörlerden biri oldu.

Türk hizmet sektörü olarak, özellikle yolcu taşımacılığı sektöründe de dünyanın en önemli ülkeleri arasında yer alıyoruz. Yolcu taşımacılığında hizmet veren havalimanlarımız ve Türk Hava Yolları liderliğinde, hava yolu taşımacılığımız ile Türkiye'yi bir "hub" hâline getirmeyi başardık. Bu kapsamda bu başarımızı devam ettirerek, tüm taşımacılık modlarında ülkemizi dünyanın merkezi haline getirmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Eğlence ve kültür sektörümüzün gerçekleştirdiği ihracattaki artış da başarının ne denli büyük ve katma değerli olduğunu gösteriyor. Aynı zamanda dünyada 160'tan fazla ülkede, 800 milyonu aşkın kişi tarafından izlenen Türk yapımı dizi ve filmler, ülkemizi ve Türk kültürünü tanıtmaya fırsatı sağlıyor.



AZERBAYCAN-TÜRKİYE

ticaretinin hacmi giderek büyüyor

Azerbaycan ve Türkiye arasındaki ticari ilişkiler, Cumhurbaşkanları nezdinde belirlenen "15 milyar dolarlık ticaret" hedefine ulaşma noktasında emin adımlarla ilerliyor.

TÜRKİYE, kardeş ülke Azerbaycan ile kültürel, sosyal ve tarihi bakımdan oldukça sıkı ilişkiler içerisinde. İki ülke arasındaki bağı derinleştiren bu kavramlara ticareti de artık iyiden iyiye eklemek gerekiyor. Zira Cumhurbaşkanları nezdinde alınan kararlar iki ülke arasındaki ticaret hacminin 15 milyar dolar seviyesine ulaştırması hedefleniyor. Söz konusu hedef kapsamında

atılan en önemli adımlardan biri, Nisan sonunda imzalanan Türkiye-Azerbaycan Tercihli Ticaret Anlaşması oldu. Samsun Gazi Müzesi'nde gerçekleşen imza töreninde, Azerbaycan Ekonomi Bakanı Mikayil Cabbarov ve T.C. Ticaret Bakanı Mehmet Muş hazır bulundu.

"Kardeşliğimiz her cephede kendisini

gösteriyor” diyerek sözlerine başlayan Mehmet Muş, imzalanan protokolle ilgili düşüncelerini şöyle aktardı: “Hem uluslararası alanda hem de ikili ilişkilerde ortak hedefler doğrultusunda beraber çalışıyor, mücadele ediyoruz.

Ekonomik ilişkilerimizde de sahip olduğumuz siyasi ilişkilere ve kardeşlik temeline uygun zemini hazırlamak üzere uzun zamandır çalışıyoruz. Bu bağlamda bu zemini inşa etmek için bir adım daha atmış olmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Türkiye-Azerbaycan Tercihli Ticaret Anlaşması kapsamının genişlemesine dönük protokolü imzalamış olmaktan memnuniyet duyuyor, protokolün ülkemiz ve iş dünyalarımız açısından hayırlı olmasını temenni ediyorum. Bu protokol ile ekonomik ilişkilerimizde ileri doğru yeni bir adım daha atarak iş dünyamıza ilave bir alan daha sağlamış oluyoruz.

Tercihli Ticaret Anlaşması’nda bulunan ülkelere ek olarak bazı tarım ve sanayi ürünlerinde karşılıklı pazar açılımını sağlayacağız. Böylelikle iki ülke arasında tercihli ticaret kapsamındaki ürünlere yaratılan ticaret hacmini 150 milyon dolara kadar ulaştırmış olacağız. Protokolün oluşturacağı ilave ticaret hacminin, Cumhurbaşkanlarımızın belirlediği 15 milyar dolarlık ticaret hacmi hedefine ulaşma yolunda önemli bir adım olacağı kanaatindeyiz.”

SON İKİ YILDA ARTAN TİCARET

Mikayil Cabbarov, “Hedefe ulaşma noktasında çok önemli bir eşik” olarak tarif ettiği protokol hakkında sunları söyledi: “Türkiye ve

Azerbaycan arasında ticaret iş birliği, bütün alanlarda var. Enerji, tarım, sanayi bölgeleri alanlarında iş birliği yapılıyor.

Samsun ve Karadeniz Bölgesi’nde ekonomik imkânlardan karşılıklı fayda için niyetliyiz. Başta SOCAR olmak üzere Azerbaycan’ın özel ve diğer devlet şirketlerinin iştirakiyle yeni ekonomik imkânların bulunmasında iş birliği yapılacağını bir kez daha ifade etmek isterim. Son iki yıldır iki ülke arasındaki ticaret seviyesi gittikçe artıyor. Birlikte yaptığımız projelerin sayısı artıyor. Bu imza, Cumhurbaşkanlarımızın koyduğu 15 milyar dolarlık ticaret hedefine ulaşmak için büyük bir adım.”

İmzalanan protokole dair Ticaret Bakanlığı’ndan yapılan açıklamada şu bilgilere yer verildi: “Azerbaycan Ekonomi Bakanı Mikayıl Cabbarov’un 29 Nisan 2023 tarihinde ülkemize gerçekleştireceği ziyaret kapsamında, Ticaret Bakanı Mehmet Muş ile Cabbarov arasında Samsun’da bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu görüşme kapsamında,



1 Mart 2021 tarihinde yürürlüğe giren Türkiye-Azerbaycan Tercihli Ticaret Anlaşması'nın (TTA) kapsamının genişletilmesi amacıyla müzakereleri tamamlanan protokol metni imzalanmıştır. İkili ticaret hacmimiz 2022 yılında, bir önceki yıla kıyasla yüzde 28 artışla 6,4 milyar dolara ulaşmıştır. 2023 yılının ilk 3 aylık döneminde de ticaret hacmimizin aynı artış trendini koruduğu görülmektedir. TTA'yı genişleten protokolün oluşturacağı ilave ticaret hacmi, 15 milyar dolar ticaret hacmi hedefine ulaşma yolunda önemli bir adım olacaktır.

İki ülke arasında TTA kapsamındaki ürünlere toplam 150 milyon dolarlık bir ticaret hacmi yaratılmış olacaktır. Samsun, ülkemizin milli mücadelesi ve ulusal ekonomimizin inşası sürecinde birçok alanda milat olmuş bir şehirdir. Ticaretimize yeni bir milat getiren bu anlaşmanın bu şehrimizde imzalanması çok kıymetlidir. Samsun, sahip olduğu üretim ve lojistik kabiliyetleri ile Azerbaycan ile ticaretimizde bir üs olacak, Azeri kardeşlerimiz için de bir yatırım merkezi hâline gelecektir. Bundan sonraki süreçte, ülkelerimiz arasındaki ekonomik ilişkilerin tüm

yönleriyle ele alınması sürdürülecektir. Ayrıca, Azerbaycan ile ticari ve ekonomik ilişkilerimiz her alanda derinleştirilecek olup, iki ülkenin ekonomik bütünleşmesinin daha ileri seviyelere ulaştırılması adına çalışmalarımız devam edecektir.”

BİR ADIM DA TİM'DEN

Kardeş ülke Azerbaycan ile ticari ilişkilerin daha da gelişmesi için kolları sıvayan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda Azerbaycan'ın başkenti Bakü'ye ticaret heyeti gerçekleştirdi. Azerbaycan'a yönelik ihracatın daha üst seviyelere çıkması ve iki ülke arasındaki ticaret hacminin büyümesi amacıyla 10-13 Nisan tarihleri arasında organize edilen programa; demir ve demir dışı metaller, mobilya, çelik, otomotiv, tekstil ve kimya gibi birçok farklı sektörden 34 Türk ihracatçı firma temsilcisi katıldı.

170 Azerbaycanlı firma temsilcisi ile 400'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirilen program, Türk firma temsilcilerinin pazar araştırması için Azerbaycan'ın önemli firmalarına ve kurumlarına yapmış olduğu ziyaretler ile tamamlandı.

2022'DE 2,5 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

2022 yılında Türkiye'nin Azerbaycan'a ihracatı 2,5 milyar dolar olarak gerçekleşti. En çok ihraç edilen ürünlerin başında 493 milyon dolarla çelik geldi. Çelik ihracatını, 209 milyon dolarla mücevher ve 208 milyon dolarla hububat-bakliyat izledi. Yine aynı dönemde Azerbaycan'dan yapılan ithalat ise 836 milyon dolar oldu. Azerbaycan'dan en çok ithal edilen ürün kimyevi maddeler olarak kayıtlara geçti. Bu alanda yapılan ithalatın karşılığı 362 milyon dolardı. Kimyevi maddeleri, 205 milyon dolarla tekstil ve 162 milyon dolarla demir ve demir dışı metaller takip etti.

Mehmet Muş: "Protokolün oluşturacağı ilave ticaret hacminin, Cumhurbaşkanlarımızın belirlediği 15 milyar dolar ticaret hacmi hedefine ulaşma yolunda önemli bir adım olacağı kanaatindeyiz."

İZMİR, AZERİ MİLLETVEKİLLERİNİ AĞIRLADI

İzmir, 40 gün arayla Azerbaycan Milli Meclisi'nden iki parlamenter grubunu ağırladı. Azeri Parlamenterler Grubu'na İzmir programı boyunca mihmandarlık yapan Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkan Yardımcısı ve Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Uçak, Azerbaycan ve Türkiye arasındaki yoğun ilişkilerin iki ülke arasındaki dış ticaret rakamlarına olumlu yansımalarını gördüklerini dile getirdi. Türkiye ile Azerbaycan arasındaki dış ticaret hacminin 2022 yılında 3 milyar doları aştığı bilgisini veren

Hayrettin Uçak, 2023 yılına da güzel bir giriş yapıldığını dile getirdi. Uçak, sözlerine şöyle devam etti: "2023 yılının ilk çeyreğinde dış ticaretimiz yüzde 10'luk artışla 811 milyon dolardan, 892 milyon dolara yükseldi. İki kardeş ülke arasındaki dış ticaret hacmindeki artış bizleri sevindiriyor. Birbirimizin eksiklerini gideriyoruz, yerli ve milli üretime katkı sunuyoruz. 40 gün arayla ikinci Azeri parlamenterler grubunu İzmir'de ağırlamaktan büyük mutluluk duyduk. Türkiye'deki seçim sürecinin tamamlanması sonrasında Türk parlamenterlerden oluşan bir heyetin Azerbaycan'a iade-i ziyaret yapması için çaba göstereceğiz."





sektör iklimlendirme

Dünya pazarından yüzde 1,5'lik bir pay alma hedefinde **İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜ**





2022'yi 6,7 milyar dolarlık ihracatla kapatan iklimlendirme sektörü, 2023 Mart'ında aylık bazda tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaştı.



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) verilerine göre, ihracatta 11. büyük sektör konumunda olan iklimlendirme endüstrisi, her geçen gün hacmini daha da büyütme hedefiyle hareket ediyor. 2022 yılını, bir önceki yıla göre yüzde 7,9 büyüyerek 6,7 milyar dolarlık ihracatla kapatan sektörün, dünya iklimlendirme pazarından aldığı pay yüzde 1,37 oldu. Yine 2022 yılında, iklimlendirme endüstrisi ihracatının ithalatı karşılama oranı yüzde 93,5 olarak gerçekleşti.

Türkiye iklimlendirme sektörü, 2022 yılında, ısıtma sistem ve elemanları hariç tüm alt sektörlerinde ihracat artışı kaydetti. Soğutma sistem ve elemanlarında yüzde 22,2, klima sistem ve elemanlarında yüzde 27,3, tesisat sistem ve elemanlarında yüzde 31,1, havalandırma sistem ve elemanlarında ise yüzde 10, yalıtım malzemelerinde ise yüzde 51,4 ihracat artışı sağlandı. Gerileme yaşanan tek sektör olan ısıtma sistem ve elemanları alt sektörünün ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 7,4 azaldı.

İklimlendirme sektörünün 2022 yılında en çok ihracat yaptığı ülkeler, sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Rusya ve Fransa oldu. Sektörün kilogram birim fiyatı 2021 yılında 4,6 dolar iken 2022 yılında 5,3 dolara çıktı. 2022 yılında Avrupa ülkelerinin yanı sıra, potansiyel vadeden Orta Asya ülkeleri, Balkan ülkeleri, Afrika ve Güney Amerika ülkelerinde pazar payı artırıldı.





sektör iklimlendirme

Türkiye iklimlendirme sektörü için 2023'ün Mart ayı tarihe geçti. 671 milyon dolar ihracat yapan sektör, aylık bazda tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaşmış oldu.

2022 yılında, İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) organizasyonu ile 23 ayrı yurt dışı fuara milli katılım sağlandı.

Özbekistan, Brezilya-Arjantin ve Macaristan'a sektörel ticaret heyetleri düzenlendi. Ayrıca Kuzey Afrika ve Balkan ülkelerine yönelik ayrı alım heyeti organizasyonları gerçekleştirildi.

MART AYINDA REKOR

Türkiye iklimlendirme sektörü için 2023'ün Mart ayı tarihe geçti. 671 milyon dolar ihracat yapan sektör, aylık bazda tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaşmış oldu.

Mart ayı rakamları ile birlikte 2023'ün ilk çeyreğindeki ihracat performansı da ortaya çıkmış oldu. Sektör, 2023 yılının ilk üç aylık periyodunu, bir önceki senenin aynı dönemine göre yüzde 9,1 artış sağlayarak 1,7 milyar dolarlık ihracat performansı ile kapadı. Bu dönemde, iklimlendirme sektörünün ihracatı, Türkiye ihracat ortalamasının üstünde gerçekleşti. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise yüzde 92,8 olarak kayıtlara geçti. Alt sektörler bakımından, ilk çeyrek ihracat performansları noktasında şöyle bir fotoğraf ortaya çıktı: Isıtma sistem ve elemanlarında yüzde 7,9'luk, soğutma sistem ve elemanlarında



MCE'DE PATNER ÜLKE TÜRKİYE OLDU

İklimlendirme ve yenilenebilir enerji alanlarında dünya çapında bir etkinlik olan MCE-Mostra Convegno Expocomfort Fuarı, 28 Haziran-1 Temmuz 2022 tarihinde İtalya'nın Milano şehrinde gerçekleştirildi. Avrupa Birliği'nin sera gazı emisyonlarını azaltma, yenilenebilir kaynakların nihai enerji tüketimindeki payı ve enerji verimliliğini artırma konusundaki önümüzdeki beş yıllık hedeflerine hizmet eden MCE Milano 2022 Fuarı'nda Türkiye, "partner ülke" unvanı ile yer aldı. Türkiye Cumhuriyeti Sanaî ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın da iştirak ettiği Avrupa'nın bu en büyük iklimlendirme fuarına Türkiye'den 139 ihracatçı firma katıldı.



YILIN SONUNA KADAR 40'IN ÜZERİNDE ETKİNLİK

İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, birlik olarak, 2023 takviminde iklimlendirme sektörünün ihracatını artırmak üzere neler yapacaklarını şöyle anlattı: "Türk iklimlendirme sektörü olarak ana hedefimiz olan dünya pazarından yüzde 1,5'lik pay alma konusunda emin adımlarla ilerliyoruz. 2023 yılı ilk çeyrek rakamları da bunu destekliyor. Bu yıl şu ana kadar Rusya'dan Slovakya'ya, Senegal'den Endonezya'ya kadar geniş bir perspektifte 13 adet fuar, milli katılım ve ticari heyet organizasyonları düzenledik. Yılın sonuna kadar 40'ın üzerinde etkinliği ihracatçılarımızın hedefleri doğrultusunda gerçekleştireceğiz. Bu yıl gerçekleştirilecek olan İSK Sodex Fuarı için de büyük bir alım heyeti organizasyonu gerçekleştireceğiz. Bu etkinlikte de ihracatçılarımızı doğru alıcılarla buluşturmak en büyük hedefimiz. Avrupa'da değişen enerji kullanım çeşitlerine yönelik doğru cihaz ve ekipmanları sağlamak adına üretim çalışmalarına hızlı bir şekilde devam ediyoruz. Bu anlamda yurt dışından Türkiye'ye yatırımların da arttığını görüyoruz. Türk firmalarımız için yeni dönemin çok hareketli ve verimli geçeceğine inanıyoruz."

Mehmet Şanal:
"Yılın sonuna kadar 40'ın üzerinde etkinliği ihracatçılarımızın hedefleri doğrultusunda gerçekleştireceğiz."



MEHMET ŞANAL

İSİB Yönetim Kurulu Başkanı

yüzde 3,9'luk, klima sistem ve elemanlarında yüzde 11,3'luk, tesisat sistem ve elemanlarında yüzde 11'luk, havalandırma sistem ve elemanlarında ise yüzde 16,6'luk ihracat artışı sağladı. Almanya, İtalya, Rusya, Birleşik Krallık ve Fransa 2023 yılının ilk çeyreğinde

sektör ihracatının en yüksek olduğu ülkeler olarak sıralandı. Sektörün kilogram birim fiyatı 2022 yılının ilk çeyreğinde 5,2 dolar iken 2023 yılının ilk çeyreğinde 6,3 dolara çıktı.

NİSAN'DA 560 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Mayıs ayı başında açıklanan ihracat verilerine göre, Türkiye iklimlendirme sektörü Nisan ayını 560 milyon dolarlık ihracatla kapadı. Nisan rakamları ile birlikte sektörün yılın ilk dört ayındaki ihracatı 2,3 milyar dolar seviyesine ulaşmış oldu. Bu rakam, 2022'nin aynı dönemine göre yüzde 3,2'lik büyümeye karşılık geliyordu.

Ocak-Nisan 2023 sekansında iklimlendirme sektörünün en fazla ihracat yaptığı ülke Almanya oldu. Almanya'ya toplamda 246 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Almanya'yı; 171 milyon dolarla Rusya, 159 milyon dolarla Birleşik Krallık, 155 milyon dolarla İtalya ve 101 milyon dolarla Fransa izledi.



niş ihracat



Tarihi geçmişinin hakkı verilen ve kalitedeki istikrarının karşılığını bir "dünya markası" olarak alan Türk havlusu, giderek büyüyen ticari hacmiyle ülke ekonomisine katkı sunmaya devam ediyor.

Dünyadaki rakiplerine
havlu attırıyor

TÜRK HAVLUSU

TEYBİ BİRAZ GERİ sardığımızda bant bizi Anadolu Selçuklu dönemine kadar götürüyor. Zira "peşkir" kelimesine ilk olarak o tarihteki kaynaklarda rastlanıldı. Peşkir, Türk dokuma ve işleme sanatında havlu yerine kullanılan tabir idi. Peşkirden "Turkish Towel"e uzanan bir hikâye bu. Artık bir dünya markası olma başarısı gösterilen

bir hikâye. Türkiye tekstil sektöründe havlunun apayrı bir yeri var. 1600 yıllık bir geçmişten söz ediyoruz. Anadolu Selçuklu zamanında başlayan bu serüveni en çok besleyen unsurların başında Osmanlı ve Osmanlı'daki hamam kültürü geliyor. Türklerin geleneksel alışkanlıklarına Anadolu topraklarının üretim nezdinde

oldukça uygun olması da pek tabii bu süreçte önemli bir eşik oldu. Anadolu'daki ilk dokuma atölyesinin 15. yüzyılda Bursa'da bir tekkede kurulduğu bilgisini önemli bir not olarak düştüğümüz sektörde üretiminde şu an Denizli, Bursa ve İstanbul, Üç Silahşorleri oynuyor.

Türk havlusunun bu denli popüler, bu denli tercih edilir olmasında aslan payını Türk pamuğunun kalitesine vermek gerekiyor. Havlunun ham maddesi olan Türk pamuğunu diğer pamuklardan ayırtan pek çok özelliği var. Türkiye'de üretilen pamuğun uzun ve dayanıklı liflerden oluşmasının yanında hızlı bir şekilde kuruma özelliği, ıslaklığı önemli oranda düşürerek bakteri oluşumuna engel oluyor. Bu sayede çok daha sağlıklı ve konforlu bir kullanım sağlıyor. Desen konusu da ayrıca değinmek gereken bir başlık. Önemli bir tarihsel altyapısı olan Türk desenleriyle süslenmiş Türk havluları, albenisini bir kat daha artırıyor. Hamamlarda kullanılan çinilerdeki geleneksel motiflerin havlulardaki desen işçiliğini geliştirdiğini söylemek gerekir. Bu tarzla el dokuması veya makine yordamıyla üretilen havlular birkaç adım öne çıkıyor.

Türk havlusunun dünyadaki yansımalarının ne boyutta olduğunu şu örnekle açıklayalım: Başta İngiltere Kraliyet Ailesi olmak üzere dünyaca ünlü pek çok kişinin birinci tercihi durumunda. Öyle ki Prens William ve Prenses Kate Middleton'ın düğününde davetlilere, Denizli'de üretilen altın işlemeli Türk havlusu dağıtıldı.



Hüseyin Memişoğlu: Havlu denildiği zaman sadece ülkemizde değil, dünyada da ilk akla gelen duraklardan biri Denizli. 2022 yılında gerçekleştirdiğimiz 483 milyon dolarlık havlu ihracatıyla 500 milyon doların kapısını çaldık.

TÜRKİYE'NİN HAVLU İHRACATININ YÜZDE 70'İ DENİZLİ'DEN

Söz Denizli'den açılmışken Türkiye havlu ihracatının yüzde 70'ini karşılayan Denizli'ye ayrı bir paragraf açmak gerekir. Bu paragrafı doldurması için görüşlerine başvurduğumuz Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Denizli özelinde Türkiye havlu endüstrisinin mevcut durumunu şöyle değerlendiriyor:

“Havlu ülkemiz ihracatının gözde ürünlerinden biri konumunda.



niş ihracat

Türk havlusunun dünyadaki yansımalarının ne boyutta olduğunu şu örnekle açıklayalım: Başta İngiltere Kraliyet Ailesi olmak üzere dünyaca ünlü pek çok kişinin birinci tercihi durumunda. Öyle ki Prens William ve Prenses Kate Middleton'ın düğününde davetlilere, Denizli'de üretilen altın işlemeli Türk havlusu dağıtıldı.

Dünyadaki en ünlü caddelerde, otellerde, restoranlarda, yolcu gemilerinde Türk havlusunu görmemiz mümkün. Bu durum hepimize ayrı bir sorumluluk yüklüyor.

Elbette havlu denildiği zaman sadece ülkemizde değil, dünyada da ilk akla gelen duraklardan biri Denizli. 2022 yılında gerçekleştirdiğimiz 483 milyon dolarlık havlu ihracatıyla 500 milyon doların kapısını çaldık. Sadece tek bir ürün grubunda bu denli yüksek bir potansiyele ulaşabilmek, ilk ihracatını binlerce yıl önce tekstil sektöründen yapan Denizli için gurur verici. Ülkemizin 2022 yılındaki havlu ihracatı ise 700 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu verilerle, Denizli'nin ülkemizin toplam havlu ihracatından yüzde 70 pay aldığını görüyoruz. Bilindiği gibi, son yıllarda sürdürülebilirlik konusu ajandamızın en üst sıralarında

yer alıyor. İşletmeler yüksek oranda GOTS, Oeko-Tex, Textile Exchange ve BSCI gibi sürdürülebilir üretim yapıldığını gösteren belgeleri barındırıyor. Tasarım ve kalite konularında dikkat çeken çıkan üreticilerimiz organik havlu ihracatında da epeyce yol kat etmiş durumda. 2022 yılında, Denizli'den tam 114 farklı ülkeye havlu ihracatı yapıldığını görüyoruz. İlk sırada 142 milyon dolar ihracat ve yüzde 29,3 payla Amerika Birleşik Devletleri yer

TÜRKİYE'NİN HAVLU İHRACATI (MİLYON DOLAR)

2017	652,3
2018	645,1
2019	605,8
2020	568,6
2021	731,6
2022	701,3





niş ihracat

alırken, ardından 64 milyon dolar ihracat ve yüzde 13,3 payla Almanya, 46 milyon dolar ihracat ve yüzde 9,6 payla Fransa, 30 milyon dolar ihracat ve yüzde 6,3 payla Hollanda, 29 milyon dolar ihracat ve yüzde 5,9 payla İngiltere geldi.

Verilerden de görüleceği üzere, Özellikle ABD ve Avrupa pazarında Türk havlusunun önemli bir marka değeri mevcut. Bu marka değerinin sürdürülebilir kılınmasındaki en önemli faktörün havlumuzun dünya çapındaki 'kalite algısı' olduğunu söyleyebiliriz.

“MARKALAŞMA POTANSİYELİ EN YÜKSEK İHRAÇ KALEMLERDEN BİRİ”

“Denizli İhracatçılar Birliği olarak ‘Turkish Towels’ markasıyla sektörel yurt dışı pazarlama programlarında yer alıyor, havlu denildiğinde akla gelen ilk tedarikçi olma hedefimizle faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Öte yandan, Turkish Towels Turquality projemizin ikinci dönemindeyiz. Çeşitli sponsorluklar ve etkinliklerle Türk havlusunun tanıtımını dünyanın dört bir yanında sürdürüyoruz. Son dönemde, hazırladığımız Türk



havlusu tanıtım filmiyle başta ABD ve Batı Avrupa’da olmak üzere daha fazla nihai tüketiciye ulaşma çabamızdayız. Böylelikle, sektör oyuncularını tarafından hâlihazırda bilinen Türk havlusunun nihai tüketiciler nezdinde de yakından tanınmasını amaçlıyoruz. Türk havlusunu markalaşma potansiyeli en yüksek ihraç kalemlerimizden biri olarak görüyoruz. Bu bilinçle ilimiz ve ülkemiz ekonomisine katma değer sağlamak amacıyla çalışmalarımız hız kesmeden devam edecek”.

2022'DE 700 MİLYON DOLARI AŞKIN İHRACAT

Türkiye'nin ev tekstili ihracatı 2022 yılını 2 milyar 207 milyon dolarlık ihracatla kapattı. Bunun içinde havlu ihracatının payı yüzde 31,8 oldu. 2022'de havlu grubunun ihracatı 701 milyon dolar olarak kayıtlara geçti. 2021'de 732 milyon dolarlık ihracat yapan havlu endüstrisinin 2022'de yüzde 4,1'lik bir düşüş yaşadığını söylemek gerekir. Bununla beraber endüstrinin 2023'e girişi ise hızlı oldu. Sektör, Ocak-Şubat sekansında 93,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yüzde 30,6'lık pay ile yılın ilk iki ayında da Türkiye ev tekstili sektörünün en önemli ürün grubu olmayı sürdürdü.



GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Anıl Sevinç Kurucu Ortak

Uzaktan algılama pazarında dünya standardı SC&P-SMART CITY&PARTNERS

Uzaktan algılama pazarında yüksek kalitede hizmet sunmayı şiar edinen SC&P-Smart City&Partners, Ar-Ge odaklı vizyonuyla hayata geçirdiği yenilikçi fikirleri sayesinde katma değer yaratmayı hedefliyor.

SC&P-Smart City&Partners, hangi fikirle, pazarda hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?

SC&P, Türkiye’de ve uluslararası alanda uzaktan algılama pazarında faaliyet göstererek, teknik bilgisi olmayan veya konuya uzak olan kamu ve özel sektördeki kurum ve firmalara çeşitli dünya gözlem hizmetleri ve analizlerini sunma amacıyla kurulmuştur. Bu sayede, bu kesimlerin ihtiyaçlarını karşılayarak, pazarda mevcut boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

İş yapış süreçlerinizde olmazsa olmaz dediğiniz temel motivasyonlar neler oluyor?

Temel motivasyonlarımız arasında kendi algoritmalarımızı geliştirme ve sürekli olarak daha önce yapılmamış olanı

gerçekleştirme isteği bulunmaktadır. SC&P olarak Ar-Ge odaklı bir firmayız ve her başarı elde ettiğimizde bir sonraki ürünümüz için yeni hedefler belirlemektediriz. Türkiye’de öncü bir AR-GE firması olarak, yenilikçi fikirlerimizi hayata geçirerek katma değer sağlamayı hedeflemekteyiz.

“Bizim farkımız şudur” şeklinde başladığınız bir cümleyi nasıl tamamlarsınız?

Bizim farkımız şudur: Dünyadaki uzaktan algılama alanında hem akademik hem de özel sektördeki en son gelişmeleri sürekli takip ediyoruz. Bu sayede Türkiye’nin kamu ve özel sektöründeki ihtiyaçlarının yanı sıra uluslararası özel sektörün de gereksinimlerini çok iyi anlıyoruz.



girişim ekosistemi

Uzaktan algılama ile ihtiyaçlara özel analizler ve ürünler geliştirerek bu ihtiyaçları karşılamada iddialıyız.

2019 yılında kurulmuş bir firmasınız. Şu ana kadar aldığınız yolu nasıl anlatırsınız? Hedeflediğiniz yerde misiniz?

2019 yılında kurulan firmamızın yolculuğunu şu şekilde anlatabilirim: Kuruluşumuzdan bu yana, kendi belirlediğimiz hedeflere doğru ilerlemekteyiz. Ancak, pandemi süreci işlerimizi olumsuz etkiledi ve bu durum bizi hedeflediğimiz noktadan geride bıraktı. Bununla birlikte, yoğun bir şekilde kendi algoritmalarımızı geliştirme çalışmalarına odaklandık ve bu alanda hızlı bir ivme kaydettik. Bu sayede, müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek standart ürün ve hizmetler sunmaya yönelik bir potansiyele sahibiz, özellikle de enerji, kritik su kütlelerinin izlenmesi ve yeryüzü hareketlerinin izlenmesi konusunda iddialı bir konumda olduğumuzu söyleyebilirim. Hedeflediğimiz noktaya ulaşma konusunda sürekli çalışıyoruz ve bu süreçte deneyimimiz ve uzmanlığımızı geliştirerek ilerlemekteyiz.

2023 hedefleriniz nelerdir? Hem Türkiye pazarı hem de yurt dışı pazarlar için belirlediğiniz stratejiler nelerdir?

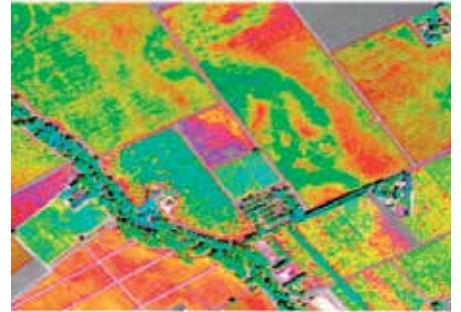
2023 hedeflerimize ilişkin olarak, hem Türkiye pazarı hem de yurt dışı pazarlar için belirlediğimiz stratejiler şunlardır: Sunduğumuz dünya gözlemi hizmetleri üzerinden, müşterilerin kendi tesislerini sürekli olarak izleyebilecekleri bir uydu ve uzay teknolojileri portalı oluşturmak. Bu portal, teknik bilgi ve uzmanlık gerektirmeksizin kullanıcıların erişebileceği bir yapıda olacak ve dünya çapında kullanılabilir hale getirilecektir. Bu stratejiyle, müşterilerimize kullanıcı dostu bir platform sağlayarak, ihtiyaçlarını etkin bir şekilde karşılamayı hedefliyoruz. 2023 sonrasında ise, uluslararası pazarlarda da geniş bir müşteri tabanına ulaşarak büyümeyi planlıyoruz. Bu doğrultuda, pazarlama ve iş birliği faaliyetlerimiz odaklanacak ve global ölçekte güçlü iş ilişkileri kurmayı amaçlayacağız.

Uzaktan algılama ile ihtiyaçlara özel analizler ve ürünler geliştirerek bu ihtiyaçları karşılamada iddialıyız.

Her zaman söylediğimiz gibi, uydu ve uzay teknolojilerini kullanarak görünmeyeni görmeye, yeni ürün ve analizler yapmaya ve bu konuda Türkiye ve yurt dışında öncü bir firma olmayı hedefliyoruz. Amacımız katma değeri yüksek teknoloji ve yazılım entegrasyonu ile Türkiye'den çıkan ve bütün dünyaya hizmet veren bir başarı hikâyesi yazmak. Bu hedeflerimize ulaşmak için birlikte çalıştığım değerli ekip arkadaşlarıma da bana verdikleri destek için teşekkür ediyorum.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Başlangıçtan beri bu oluşumla çalışmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz. TİM-TEB Girişim Evi'nin uzman ve yaklaşımı son derece pozitif ekipleriyle birlikte çalışarak, girişimcilik yolculuğumuzda çok değerli deneyimler edindik. Eksik noktalarımızı görmemize yardımcı olan önemli görüşler ve geri bildirimler aldık. Halen birlikte çalışmaya devam ediyoruz ve ilerleyen süreçte de bu değerli oluşumla bağlantımızı sürdürmeyi ve karşılıklı beslenmeyi hedefliyoruz. TİM-TEB Girişim Evi, startup ekosistemi için önemli bir platform ve bizim için değerli bir destek kaynağı olmaya devam etmektedir.





SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Enerjiyi “yeni bir para birimi” olarak gören bakış açısı

Apollo IoT Dijital Enerji Platformu

Kendini “dijital enerji danışmanı” olarak tanımlayan ve bu hâliyle sektöre yeni bir bakış açısı getiren Apollo IoT Dijital Enerji Platformu, tüketicilere tüketimleri aynı kalsa dahi yapacakları tarife değişimiyle yüzde 30'lara varan tasarrufun formüllerini sunuyor.

Apollo IoT Dijital Enerji Platformu, hangi fikirle, pazarda hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?

Enerji maliyetlerinin 10 katına çıkmasıyla enerji için “tüm dünyada gündemimizin ortasına oturmuş bir konu” diyebiliriz. Fakat ülkemizde her firma, yenilenebilir enerji yatırımları yapamıyor veya tesisini IoT ile izleme imkânı bulamıyor. Daha pratik ve kullanıcıya anında etki eden bir çözüm arıyordum. O sırada elektrik tarifelerinin aynı telefon paketleri gibi değişkenlik gösterdiğini fark ettiğimde, artık tüketicilere tüketimleri aynı kalsa dahi yapacağı tarife değişimiyle yüzde 30'lara varan maliyet tasarrufu yapabiliyor duruma geldik. O zamanlar bu kontrolleri manuel olarak Excel'de yapıyorduk. Üstüne elektrik faturalarındaki hatayı da tespit ettiğimde enerjiye apayrı bir bakış açısıyla yaklaşmaya başladım. “Enerji artık yeni bir para birimi” diyerek enerji maliyetini de içine kattığım bütünsel bir bakış açısına yöneldim. Fakat asıl yapılması gereken kısım bu bilgiyi milyonlarca kişiye ulaştırmak yani Apollo IoT yazılımını yazmak olacaktı. Daha önce hiç dijital enerji danışmanı olarak adlandırabileceğiniz bir yazılım yoktu.

“Türkiye'nin ilk bulut tabanlı fatura kontrol, optimizasyon ve tahminleme platformu” şeklinde bir tanımlamanız var. İlk olmanın avantajları ve zorlukları neler oldu?

Aslında ilginç bir şekilde ekibimi zorluklar motive ediyor diyebilirim. Biz hiç yapılmamış, denenmemiş, teşebbüs edilmemiş, korkulmuş projeleri yapmayı çok seviyoruz. Hatta bana elektrik perakende sektöründe üst düzey bir yönetici, “bugüne kadar bu yazılımın yapılmamasının sebebi, yapılamaması” demişti. Bizi motive eden şey sürekli başarıma hissi.

Projeyi aslında üç yıldır geliştiriyoruz fakat bizi motive eden her seferinde kendimizin en iyisini yapmak oluyordu. Bizi projeyi geliştirmek hiç yormadı, zorlamadı çünkü hiç dinlenmemek üzere yola çıkanlar asla yorulmazmış. Bizi yoran şeyi ise şöyle itiraf edebilirim: Daha elektrik tüketim izleme gibi çok temel bir kavrama bile tüketiciler hazır değilken bir de enerji maliyetlerinizi, faturalarınızı, hatta saatlik değişen enerji borsasını da izlemeniz gerekiyor kısmını tüketicilere anlatmak. Bizden sonra çıkanlar olursa işleri bize göre çok kolay olacak. Elbette biz de ilk olmanın verdiği avantajla çok hızlı büyüdük ve daha içerde çok küçük bir ekipken bir anda 300 müşteriye sahip olduk. Bilmiyorum daha önce B2B SaaS olan enerji izleme firması böyle bir büyüme gösterebilmiş midir? Tabii bu 300 müşteri de Arçelik, Hitachi, Mutlu Akü gibi sektörün devleri olunca bir ara hatırlıyorum Jr Developerlarımız inanılmaz güzel customer Success olmuştu. Zorlukları düşündüğçe aslında ne kadar ekibi birbirine bağlamış onu fark ettim şu an. Sanırım başarımızın sırrı zorluklara karşı mücadele ederken gelişmek.

İş yapış süreçlerinizde olmazsa olmaz dediğiniz temel motivasyonlar neler oluyor?

Ekip olarak sınırlarımızı zorlamayı ve sınırlarımızı aşmayı çok seviyoruz. Biz tek başına kurtuluşu olmayan fakat hep beraber dünyadaki her şeye ve fazlasına ulaşabilecek bir takımız. Temel motivasyonumuz beraber olmak ve asla değişmemek. Üç yıl önce şirketi kurmadan daha fikir aşamasındayken başladığımız takımda hiç takım arkadaşı kaybetmeden bugünlere geldik. Bu, gerçekten çok kıymetli bir şey. Temel motivasyonumuza dönersek, öncelikle neyi neden yaptığımızı asla unutmamak. Hepimizin kendine göre





sürdürülebilirlik röportaj



FARKIMIZ...

Enerjiye sarfiyat değil de maliyet olarak bütünsel bir gözle bakmamız ilk farklarımızdan biri. Diğer farklarımız zaten hiçbir yatırım maliyeti olmadan anında geçmiş üç yıllık verilerle enerji izleme ve yönetim imkânı bulabilmeniz. Öyle bir yazılım ki anında geçmiş faturalarını doğrulayıp hatalı milyonlarca lirayı geri alabilirsin. Ayrıca her ay en avantajlı tarife önerisiyle enerji maliyetlerini yüzde 30'a varan şekilde düşürebilirsin. Tabii bunların yanında benim favorim olan globale çıkacağımız dünyanın ilk energy benchmarking platformunun olması. Tüm bunlar aslında Apollo'dan değil de takımın farkından kaynaklandığını düşünüyorum. Bizim farkımız çok talepkâr olmak ve hep daha fazlasını istemek.

çok sebebi var ve birbirimizi bulmamız şans eseri değil. Hepimizin söyleyeceği anlatacağı çok şey var. Bu yüzden ihtiyacımız, zorlu görevler ve kimsenin yapamazsınız dediği şeyleri sürekli yaparak bunu alışkanlık hâline getirip kendi doğrularımızı anlatabilme fırsatı bulmak.

Sürdürülebilirlik kavramı iş yapış süreçlerinizin neresinde yer alıyor?

Sürdürülebilirlik yalnızca iş yapış sürecimizde değil Apollo takımının aynı zamanda özel hayatını da çok etkileyen bir konu oldu. Sürdürülebilirlik genel olarak aslında kaynakların kısıtlı olmasının ve akıllıca harcanıp gelecek nesillerle de paylaşım yapabilmeyi temel alan bir konu. Biz de tabii start-up olduğumuz için sınırlı kaynaklarla çok iş yapma ve düşünceli hareket etme konularında uzmanlaştık diyebilirim. Bu sebeple şirket kültürümüz bize sürdürülebilirliğin önemini de çok net anlattı.

2023 hedefleriniz nelerdir? Hem Türkiye pazarı hem de yurt dışı pazarlar için belirlemiş olduğunuz stratejiler nelerdir?

İlk olarak 2023'te Türkiye pazarındaki

stratejimiz; Apollo IoT öyle bir platform ki elektrik faturası olan her kullanıcı Apollo kullanmak zorunda diyoruz. Şu an Türkiye'de 38 milyon aboneliği hedefledik. Zaten websitemizden direk osos şifreleriyle kullanıcılar giriş yaparak enerjisini yönetmeye başlıyor. Bu sebeple direk satış dışında organik büyüme için de çalışmalar yapıyoruz. Türkiye'nin en büyük elektrik perakende firmalarından Aydem ve Gediz'le anlaştık. Bu sayede 5,5 milyonun üzerindeki müşterilerine erişim sağlama hedefindeyiz. Aynı zamanda MESS ile yaptığımız iş birliğiyle sektörde lider birçok sanayi tesisiyle çalışmalara başlamış olduk. Bu seneki hedeflerimizi; ülke içinde perakende firmalarıyla, derneklerle iş birliklerimizi arttırmak, aynı zamanda çözüm ortakları geliştirmek, sıcak satış yapmak ve tabii dijital marketing çalışmalarına tam gaz devam etmek şeklinde sıralayabiliriz. 2024 yılında global planımız var. İşin aslı 2024'te en başta Türkiye pazarını oturtmak istemiştik fakat süreçlere hep hedeflediğimizden erken başladığımız için global pazarda energy benchmarking metriklerimizi test ediyoruz. Sanırım 2024'ü görmeden yine bir ilke daha imza atacağız gibi gözüküyor.



Apollo IoT-Dijital Enerji Platformu
Co-Founder/CEO
EZGİ EYLÜL
HASVATAN GAVAS





endüstriyel tasarım

"TASARIMDA BİR ZİRVE NOKTASI OLDUĞUNA İNANMIYORUM"

ALARA AYRAÇ

ENDÜSTRİYEL TASARIMCI

Alara Ayraç, endüstriyel tasarımın yaşta değil anlayış ve algılayışta olduğunu gösteren genç bir tasarımcı. Yaptığı banyo mobilyası tasarımı MONO ile 2021 yılında Design Turkey'de üstün tasarım ödülünün sahibi oldu. Ayraç, mesleğine olan bakış açısını şöyle özetliyor: "Tasarımda bir zirve noktası olduğuna inanmıyorum. Yapılan en iyi tasarımlar, daha iyisi yapılanaya kadar en iyi olarak kalabiliyorlar sadece. Tasarımda her zaman gelişime yer olduğunu düşünüyorum."

Bir ürünün tasarım sürecinde sacayağı olarak gördüğünüz temel prensipleriniz nelerdir?

Tasarım, kullanılacağı alana uygun olarak estetik olduğu kadar fonksiyonel de olmalıdır. Yalnızca benim değil, tasarımın en temel prensiplerinden biri her detayın birbiri içinde anlamlı olması ve bir amacı desteklemesidir.

2021 Design Turkey Üstün Tasarım Ödülünüz var. Ödül almak bir tasarımcıyı, bir yaratıcıyı nasıl etkiler?

Bir yarışmadan ödül kazanmak kesinlikle çok motive edici oluyor. Şu anda da çalıştığım Çivril Mobilya firmasının desteği ile yarışmaya katılabildim. Henüz ilk iş yerimde sektöre yeni girmişken alanında yıllarca tecrübe kazanmış insanlar tarafından böyle bir ödüle layık görülmek, benim için doğru yolda ilerlediğime yönelik bir onaylama olmuştu.

Son zamanların önemli bir konusu da sürdürülebilirlik. Bu kavram sizin ürünlerinizde nasıl bir yer kaplıyor?

Üniversite eğitimim sürecinde de fazlaca dersini aldığım ve ilgilendiğim bir konu oldu sürdürülebilirlik. Maalesef çalıştığım süreç içinde tasarımlarıma sürdürülebilir malzemeleri veya süreçleri dahil etme fırsatım olmadı. Ancak tasarımlarımda kullanılacakları alana yönelik uzun süre dayanabilecek malzemeler seçmeye çalışıyorum.





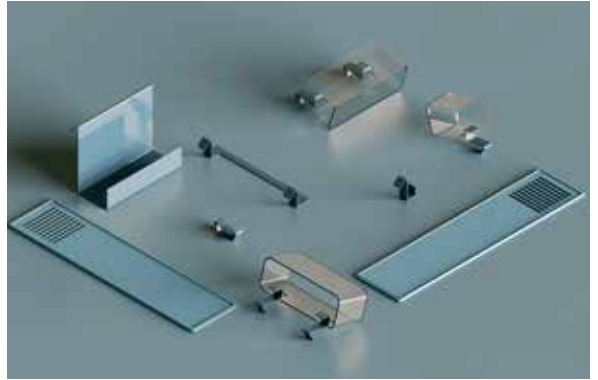
Alara Ayrac, mesleğine olan bir bakış açısını şöyle özetliyor: "Tasarımda bir zirve noktası olduğuna inanmıyorum. Yapılan en iyi tasarımlar, daha iyisi yapılan kadar en iyi olarak kalabiliyorlar sadece. Tasarımda her zaman gelişime yer olduğunu düşünüyorum."

Türkiye’de endüstriyel tasarımın algısı ne durumda? Hem firmalar hem de insanlar bağlamında endüstriyel tasarım kavramının bilinirliğini ya da farkındalığını hangi seviyede görüyorsunuz?

Son birkaç yılda endüstriyel tasarımın bilinirliğinin arttığını düşünüyorum. Tabii tasarımın çok fazla bilinmeyen teknolojik ve yazılımsal gereklilikleri de var. Firmalar özellikle bu noktalarda tasarımcıya yardımcı olmalı. Gerekli teknik özellikleri sağlayabilecek bir bilgisayarın firmalar tarafından tasarımcılara temin edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Çıkan işin kalitesinin artması iki taraf için de kazançlı bir durum oluyor. Ben şanslıydım ki Çivril Mobilya hem bilgisayar yeterliliği hem de program lisansları konusunda bana bu teknik imkânı sağladı. Ancak her tasarımcı için

durum böyle olmayabiliyor.

Bir başka konuya daha değinmek gerekirse, ülkemizin geleneksel çalışma yöntemlerine fazlaca bağlı olduğunu ve bu işleyişin endüstriyel tasarım alanı için çok uygun olmadığını düşünüyorum. Bir endüstriyel tasarımcı olarak sektöre girdiğinizde mutlaka farklı tasarım alanlarını da öğrenmeniz gerekiyor. Elbette temel tasarım noktasında benzerlikler var ancak farklı tasarım dallarının farklı gereklilikleri ve eğitimleri var. Dolayısıyla mevcutta bulunan tasarımcıya her şeyi yaptırmak mantığından uzaklaşılması gerektiğini düşünüyorum. Bu farkındalığı yaratmanın en verimli yolu da tasarımın dalları olduğunu ve özelleştiği noktalarda farklı uzmanlıklara ihtiyaç duyulduğunu anlatmak olacaktır.





TASARIM SÜRECİNDE...

Özellikle hiç aşına olmadığım bir ürün tasarımı yapıyorsam araştırma süreci beni çok motive ediyor. Gündelik hayatta kullanıyor olsam bile bir ürünü tasarlamak amacıyla incelediğimde veya kullandığımda fark etmediğim çok fazla detayı görüyorum ve kafamda bir görsel canlanıyor. Ancak benim için tasarımın en motive edici kısmı araştırma sürecinin ardından modelleme bittikten sonra render almak ve ürünün canlandığını görmek.

Türk tasarımcıların dünyadaki yansımaları ne durumda? Nasıl bir algı var?

Dünya çapında bilinirlik elde etmiş Türk tasarımcılarımız mevcut aslında. Endüstriyel tasarımın Türkiye' de bilinirliği ve saygınlığı arttıkça dünyada da Türk tasarımcıların değerinin artacağına inanıyorum. Türk tasarımcıların dünya çapında fuarlara katılım göstermelerinin de desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. 2022 Salone del Mobile Milano Fuarı'na Çivril Mobilya ile katılma şansı elde etmiştim ve benim için son derece ufuk açıcı bir deneyim olmuştu.

Banyo mobilyaları üzerine yoğunlaşmış durumdasınız. Önümüzdeki süreçte bu listeye yeni alanlar eklemeyi düşünüyor musunuz?

Kesinlikle düşünüyorum. Şu anda çalıştığım firmada da aslında yalnızca banyo ürünleri tasarlamıyoruz. Mutfak alanları üzerine de fazlaca tasarımlar yapmaktayız. Bir alan üzerine yoğunlaşmak tecrübelenmek açısından bir süreliğine tatmin edici oluyor, ancak farklı alanlar ve sektörler üzerine çalışmak ve yeni projeler üretmenin tasarım algımın gelişmesinde çok daha büyük katkısı olduğunu düşünüyorum. Kariyerim boyunca farklı sektörler üzerine çalışmayı hedefliyorum.

Hangi aşama sizin için zirve noktası olur? Ya da böyle bir nokta var mı?

“En büyük hayalim” şeklinde nitelendirebileceğim bir nihai hedefim yok. Yalnızca bir tasarımcı olarak değişen dünyaya uyum sağlamak ve güncel kalmak istiyorum. Sürekli kendimi ve tarzımı geliştiriyor olmak en büyük hedeflerimden bir tanesi. Hayatımın bir noktasında yurt dışına farklı ülkelerde tasarım alanında çalışmak istiyorum. Farklı kültürlerin tasarım algılarını öğrenip, kendi tarzımı geliştirmeyi çok isterim. Tasarımda bir zirve noktası olduğuna inanmıyorum. Yapılan en iyi tasarımlar, daha iyisi yapılanaya kadar en iyi olarak kalabiliyorlar sadece. Tasarımda her zaman gelişime yer olduğunu düşünüyorum.





Yeni sektörel düzenlemeler

GÜMRÜK YÖNETMELİĞİNDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

Resmi Gazete'nin 3 Mayıs 2023 tarihli sayısında yer alan Gümrük Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile toplamda beş maddede değişikliğe gidildi.



3 MAYIS 2023 TARİHLİ Resmi Gazete'de yer alan Gümrük Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile Gümrük Yönetmeliğinin Onaylanmış kişi statüsü için gereken genel koşullar başlıklı 23. Maddesi, Menşe şahadetnamesi aranılacak haller başlıklı 38. Maddesi, Ticaret politikası

önlemleri, ilave gümrük vergisi ve diğer mali yükümlülükler başlıklı 205. maddesi, Nihai kullanıma tabi eşya ve teminat başlıklı 207. Maddesi, İtirazların karara bağlanmasından önce eşyanın çekilebilmesi başlıklı 587. Maddesinde değişiklik yapıldı. Ayrıca, Gümrük Yönetmeliğine nihai kullanıma tabi eşya için alınmış bir



yeni sektörel düzenlemeler

teminat olmaması haline ilişkin geçiş hükmü başlıklı Geçici 21. Madde eklendi.

Bunun yanı sıra; Gümrük Yönetmeliğinin EK 14'ünün "II- Beyanname Kutularına İlişkin Açıklamalar" başlıklı bölümünün "A. İhracat" ve "B. İthalat" başlıkları altında yer alan "9 Nolu kutu: Mali sorumlu kişi" alt başlığındaki paragraflar; "İhracatçının yeminli mali müşavirinin veya mali müşavirinin ya da serbest muhasebecisinin adı, soyadı ve vergi numarası yazılır. Kullanıcılar açısından bu kutunun doldurulması ihtiyaridir." şeklinde,

"54 Nolu kutu: Yer ve tarih, beyan sahibi veya temsilcisinin adı ve imzası" alt başlığındaki paragraflarda yer alan "yer" ibareleri "beyanın verildiği yer" şeklinde değiştirildi.

Gümrük Yönetmeliğinin EK: 80'inin "II. Antrepolarda Aranacak Şart ve

Nitelikler" başlıklı bölümünün "B- Özellik Arz Eden Eşyanın Depolandığı Antrepoların Özellikleri" alt başlığı altında yer alan 13'üncü madde; "13. Kapanmış akaryakıt antrepolarının, yeniden akaryakıt antreposu olarak faaliyete geçiş durumları hariç olmak üzere; akaryakıtın, antrepo tanklarından gemilere, gemilerden de antrepo tanklarına tahliyesi için antreponun iskele veya platforma bağlı boru hattının olması" şeklinde düzenlendi.

Gümrük Yönetmeliğinin EK 82'sinde yer alan tablonun 7 numaralı satırı; "Ceza gerektiren başkaca bir durum bulunmaması kaydıyla, Ek-14'te ihtiyari olduğu belirtilen alanlar hariç olmak üzere Gümrük Beyannamesinin Ek-14'e uygun olarak doldurulmaması." şeklinde değiştirildi.

Ek 82'nin 37 numaralı satırı yürürlükten kaldırıldı.

DEPREM BÖLGESİNDEKİ SU ÜRÜNLERİ YETİŞTİRİCİLERİNE VE BALIKÇILARA DESTEK VERİLMESİNE KARAR VERİLDİ

3 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 7220 ve 7221 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararları ile depremden zarar gören illerde su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmeler ile bölgedeki deniz ve iç sularda avcılık yapan balıkçılara destek verilmesine karar verildi.

Destek ödemesi kapsamında anaç balık yardımının birim fiyatı 250 lira, porsiyonluk balık yardımı birim fiyatı 30 lira olarak belirlendi. Yavru balık ve balık yumurtası yardımı

yapılacağı da bildirildi. Karar ile destekten balıkçıların da faydalanacağı, 5 metreden küçük balıkçı teknelerine Adana'da 5 bin; Hatay'da 10 bin lira tutarında yardım yapılacağı belirtildi.

Ayrıca, 30 metre ve üstü balıkçı tekneleri için ise Adana'da 30 bin; Hatay'da 60 bin lira destek verileceği, destek ödemelerinin 6 Şubat-31 Aralık 2023 aralığında bir defaya mahsus yapılacağı bildirildi.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

PAKİSTAN MENŞELİ BAZI ÜRÜNLER İÇİN TARİFE KONTENJANI AÇILDI VE GÜMRÜK VERGİLERİNDE DÜZENLEME YAPILDI

1 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Pakistan İslam Cumhuriyeti Menşeli Bazı Ürünlerin İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar ile Pakistan İslam

Cumhuriyeti menşeli patates, baharat, mısır, pirinç, yağlı tohum türleri gibi ürünler için karşılığında gösterilen miktarlarda tarife kontenjanı açıldı.

GTİP	Eşyanın Tanımı	Tarife Kontenjanı Miktarı (Ton)	İthalat Vergileri
0701.90	Diğerleri	500	0
0910.91	Diğer Baharat	200	0
1005.90	Diğerleri	1.000	0
1006.30	Yarı veya tam olarak değirmenden geçirilmiş pirinç (parlatılmış veya perdahlanmış olsun olmasın)	18.000	i
1207.40.90.00.12	Soyulmuş	750	0
2009.79.98.00.00	Diğerleri	500	i

i: İthalat Rejimi Kararında “DÜ” için geçerli olan gümrük vergisi ile varsa ek mali yükümlülüklerin yüzde 50’si uygulanır.

İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 7186) ile Pakistan İslam Cumhuriyeti menşeli hayvan bağırsakları, mango sıfır gümrükle ve hurma yüzde 7,5 gümrük vergisi ile ithal edilecek.

GTİP	GÜMRÜK VERGİSİ ORANI (%)
0504.00.00.90.10	0
0804.10.00.00.00	7,5
0804.50.00.00.11	0

İthalatta ilave Gümrük Vergisi Uygulanmasına İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar’la (Karar Sayısı: 7187) Pakistan’dan ithal edilecek bazı ürünlerde ilave gümrük vergisi oranları sıfırlanırken, bazılarında yeniden düzenlendi.

DEPREM BÖLGESİNDE ÇEKLERİN İBRAZILA İLGİLİ YENİ DÜZENLEME GETİRİLDİ

3 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 145 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile deprem bölgesindeki gerçek ve tüzel kişilerin çeklerinin ibraz süreleri 9 Haziran’a kadar durduruldu.

Kararnameyle yapılan düzenlemeye göre, yerleşim yeri; Adıyaman il merkezi ile Çelikhan, Samsat, Besni, Gölbaşı ve Tut ilçeleri; Gaziantep ili İslahiye ve Nurdağı ilçeleri; Hatay il merkezi ile Antakya, Defne, İskenderun, Arsuz, Belen,

Samandağ, Hassa, Kırıkhan ve Yayladağı ilçeleri; Kahramanmaraş il merkezi ile Dulkadiroğlu, Onikişubat, Afşin, Elbistan, Ekinözü, Nurhak, Göksun, Türkoğlu, Pazarcık ve Çağlayan-çerit ilçeleri; Malatya il merkezi ile Battalgazi, Yeşilyurt, Arguvan, Kale, Yazıhan, Akçadağ ve Doğanşehir ilçeleri olan gerçek ve tüzel kişilerin 6 Şubat itibarıyla keşidecisi olduğu çekler bakımından ibraz süreleri 9 Haziran’a kadar durduruldu.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

Su Verimliliği Strateji Belgesi ve Eylem Planına İlişkin Cumhurbaşkanlığı Genelgesi Yayımlandı

4 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Su Verimliliği Strateji Belgesi ve Eylem Planına İlişkin Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile Akdeniz iklim kuşağında yer alan Türkiye’nin küresel iklim değişikliğinden en yoğun etkilenecek ülkeler arasında olduğu ve Türkiye’nin su kaynaklarının önümüzdeki yüz yıl içinde yaklaşık olarak %25 oranında azalacağını beklendiği ifade edildi.

Ülkemizde kentsel, endüstriyel ve tarımsal faaliyetler için su kaynaklarının verimli ve sürdürülebilir kullanılmasının sağlanması ve su verimliliğini artıracak bilgi ve teknolojilerin yaygınlaştırılması için başlatılan Su Verimliliği Seferberliği sürecinde Tarım ve Orman Bakanlığı koordinasyonunda Su Verimliliği Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2023-2033) hazırlandığı, rehber dokümanların Tarım ve Orman Bakanlığı resmi internet sitesinde yayınlanacağı belirtildi.

İran Menşeli Bioryente Polipropilen Film (BOPP) İthalatında Kota Uygulaması Uzatıldı

11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Tebliğ ile İran menşeli 3920.20.21.00.19 Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunda yer alan Bioryente Polipropilen (ambalaj) film (BOPP) ithalatında miktar kısıtlaması (kota) şeklinde uygulanmakta olan korunma önlem üç yıl uzatıldı.

Gümrük Genel Tebliğinde Florlu Sera Gazlarına İlişkin Düzenleme Yapıldı

5 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Gümrük Genel Tebliği (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 114)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 191) ile ozon tabakasını incelten gazların serbest dolaşıma girişi işlemlerinin yapıldığı gümrük idarelerine florlu sera gazların serbest dolaşıma giriş işlemlerinin yapılması yetkisi verildi.

Ozon Tabakasını İncelten Maddeler ve Florlu Sera Gazlarının İthaline İlişkin eşyanın serbest dolaşıma giriş işlemlerinin aşağıda belirtilen gümrük müdürlüklerinden yapılacağı belirtildi.

Sıra No	Yetkili Gümrük Müdürlüğü
1	Trakya Serbest Bölge Gümrük Müdürlüğü
2	Ambarlı Gümrük Müdürlüğü
3	Dilovası Gümrük Müdürlüğü
4	Derince Gümrük Müdürlüğü
5	İzmir Gümrük Müdürlüğü
6	Mersin Gümrük Müdürlüğü

Türk Devletleri Teşkilatı Hükümetleri Arasında Basitleştirilmiş Gümrük Hattı Kurulmasına İlişkin Anlaşma Onaylandı

9 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 7237 sayılı Karar ile Türk Devletleri Teşkilatı Hükümetleri Arasında Basitleştirilmiş Gümrük Hattı Kurulmasına İlişkin anlaşma onaylandı.

Karar ile Azerbaycan Cumhuriyeti Hükümeti, Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti, Kırgız Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu, Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, Özbekistan Cumhuriyeti Hükümeti arasında dolaşımda bulunan eşya ve taşıtların tabi tutulduğu gümrük kontrollerinin yürütülmesine dair koşulların azaltılması ve basitleştirilmesine ilişkin şartların belirlenmesine yönelik olarak Basitleştirilmiş Gümrük Hattı Kurulmasına İlişkin Anlaşma onaylandı.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

Mecburi Uygulamaya Alınan Ürünlere İlişkin TSE Tebliği Yenilendi

11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Mecburi Uygulamaya Alınan Ürünlere İlişkin Türk Standartlarına Dair Tebliğ ile Türk standartlarına dair usul ve esaslar belirlendi. Tebliğ ile belirlenen Türk standartlarının düzenlenmenin yürürlüğe girdiği tarihteki tadilleriyle imalat ve piyasaya arz safhalarında mecburi olarak uygulanacağı, söz konusu standartlar kapsamına giren ürünleri imal ve piyasaya arz edenlerin tebliğ hükümlerine uymalarının zorunlu olacağı bildirildi.

Avrupa Birliği üyesi bir ülkede yasal olarak piyasada bulundurulmuş ürünlerin tebliğ hükümleri çerçevesinde belirtilen kurallara uygun olduğunun varsayılacağı, bu kuralların uygulanmasının Düzenlenmemiş Alanda Karşılıklı Tanıma Yönetmeliği hükümlerine tabi tutulacağı vurgulandı. Ayrıca, 11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Mecburi Uygulamada Olan Bazı Türk Standartlarına Ait Tebliğlerin ve Standartların Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Tebliğ ile ilgili Tebliğin EK-1’inde yer alan Tebliğler ve EK-2’sinde yer alan standartlar yürürlükten kaldırıldı.

Doğal Taş İthalatında Gözetim Uygulaması Tebliğinde Değişiklik Yapıldı

11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile doğal taş ithalatında gözetim uygulamasında değişiklik yapıldı. Tebliğ ile 6802.23, 6802.93 ve 6802.99 GTİP’te yer alan granit ve diğer taşların ithalatında 500 ABD Doları/ton (brüt ağırlık)’un altında olanların ithalatında ülke ayrımı olmaksızın gözetim uygulanacağı bildirildi.

Çin Menşeli Kontrplakların, Granit ve Fırınlar İçin Ateşleyici Tertibatın İthalatında Nihai Gözden Geçirme Soruşturması Açıldı

11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğler ile Çin menşeli kontrplaklar, granit ve fırınlar için ateşleyicilere yönelik yürürlükte bulunan dampinge karşı kesin önleme ilişkin olarak nihai gözden geçirme soruşturması açıldı. Söz konusu Tebliğlerde Soruşturma konusu ürünler aşağıda listelenmektedir:

- 4412.10, 4412.31, 4412.33, 4412.34 ve 4412.39 GTİP’leri altında sınıflandırılan kontrplaklar
- 9613.80.00.00.11 GTİP’i altında yer alan ateşleyiciler (yalnız gazlı fırın ve ocaklarda ateşleme sistemi olarak kullanılanlar)
- 6802.23 ve 6802.93 GTİP’leri altında sınıflandırılan granit.

Poliyeten Tereftalat Cips İthalatına Korunma Önlemi Soruşturması Açıldı

11 Mayıs 2023 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Tebliğ ile Poliyeten Tereftalat Cips İthalatına yönelik korunma önlemi soruşturması açıldı. Tebliğ ile 3907.69.00.00.00 Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunda (GTİP) yer alan “Diğerleri” şeklinde tanımlanan Poliyeten Tereftalat Cips ithalatında Poliyeten Tereftalat Cips İthalatında Korunma Önlemi Uygulanmasına İlişkin Karar kapsamında uygulanan korunma önleminin süresinin

uzatılması için yerli üreticiler tarafından yapılan başvuru üzerine yapılan ön incelemede; korunma önleminin etkisiyle ithalatta 2022 yılı haricinde ve ithalatın piyasa payında genel itibarıyla düşüş yaşandığı, yerli üreticilerin ekonomik göstergelerinde belirli ölçüde bir toparlanma olduğu buna karşın yerli üreticilerin karlılık oranlarında 2022 yılında bir düşüş olduğu görüldüğü ve mevcut önlemin gözden geçirilmesi için korunma önlemi soruşturması açıldığı bildirildi.



DKİB'DEN E-İHRACAT İÇİN EĞİTİM SEFERBERLİĞİ



Trabzon'da, kendi markasını oluşturarak üretim yapan veya kendi markası ile fason üretim yaptıran firmalar, Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) tarafından geliştirilen proje kapsamında e-ihracata yönlendiriliyor. Toplamda üç hafta sürer ve katılımcıların e-ticaretin tüm aşamaları hakkında bilgilendirildiği bir eğitim programı şeklinde organize edilen projenin

içeriği, elektronik altyapısını oluşturarak e-ticarete ve e-ihracata yönelmek isteyen genç girişimciler için hazırlandı. Belli bir yetkinliğe ulaşacak firmaların, sonrasında e-ihracata yönelik desteklere ilişkin bilgilerle donatılarak e-ihracatta birer aktör olmaları sağlanacak. Böylece uluslararası pazarlara açılarak, Trabzon ili ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nden e-ihracatın daha yüksek rakamlara ulaştırılması sağlanacak.

Konu hakkında değerlendirmelerde bulunan DKİB Genel Sekreteri İdris Çevik, "Firmalar, içinde bulunduğumuz dijital çağın gereklerine uyum sağlamalı. Her geçen gün hızla büyüyen ve firmalara oturdukları yerden dünyanın tüm ülkelerine satış yapma, tüm tüketicilere ürün sunma imkânı veren e-ihracata yönelmeleri gerekiyor. Firmalara altyapılarını hızlı bir şekilde uyarlayarak, e-ihracat pastasından pay almaya gayret etmelerini öneriyoruz. E-ihracatın muhatap kurumu olarak, bölgedeki firmaların bu sektöre yönelmesi ve e-ihracat desteklerinden faydalanmaları konusunda her türlü desteği almak için tüm girişimcileri Birliğimize bekliyoruz" şeklinde konuştu.

FAS VE SUUDİ ARABİSTAN'DAN İZMİR MOBİLYASINA YOĞUN İLĞİ

Türkiye mobilya sektörü, 10 milyar dolar ihracat ile dünyanın ilk beş ihracatçısı içinde yer alma hedefine giden yolda bir adım daha atarak Uluslararası Mobilya Fuarı MODEKO'da ithalatçılara yeni nesil mobilyalarını tanıttı. Türkiye'de katma değeri yüksek projeleriyle sektörün bölgedeki merkezi konumunda olan Ege Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, fuar ile eş zamanlı Ticaret Bakanlığı kanalıyla Fas ve Suudi Arabistan'dan alım heyeti organizasyonu düzenledi.

200'den fazla ikili iş görüşmesinin yapıldığı etkinlik hakkında bir değerlendirme yapan Ege Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Fuat Gürle, şunları söyledi: "2023'ün ilk dört ayında Türkiye geneli mobilya ihracatımız 1,4 milyar dolara ulaştı. 2022 yılında Fas'a yüzde 16 artışla 92 milyon dolar, Suudi Arabistan'a yüzde 720 artışla 41 milyon dolarlık ihracat yaptık. Suudi Arabistan ile ülkemiz arasında başlayan yeni dönem ihracatımıza da olumlu olarak yansıyor. 17 Mayıs'ta (fuarın ilk günü) Suudi Arabistan ve Fas'tan yedi yabancı firma ile 40'a yakın Türk mobil-



ya ihracatçısı firmamız 200'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Yoğun ilgi ve aldığımız geribildirimler doğrultusunda iki ülkeye toplam ihracatımızı kısa vadede 250 milyon dolara çıkaracağımızı öngörüyoruz. Diğer günlerde ise fuar ziyareti ve firma/tesis ziyaretleri gerçekleştirildi. Fuar süresi boyunca EİB info standında Birliğimiz ve faaliyetlerimiz hakkında bilgilendirmeler yapıldı."



TÜRK FINDIĞI, ISM 2023'TE TANITILDI



Karadeniz ile İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birlikleri tarafından müşterek bir stant ile iştirak edilen ISM 2023 Fuarı'nda Türk fıındığına ilişkin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirildi. 23-25 Nisan tarihleri arasında Almanya'nın Köln şehrinde düzenlenen fuara,

80'i Türkiye'den olmak üzere 1.274 firma katıldı. Şekerleme sektörünün en prestijli buluşmalarından biri olarak kabul edilen fuarı 135 farklı ülkeden 25 bin civarında gıda profesyoneli ziyaret etti.

İhracatçı Birlikleri tarafından açılan stantta, Türkiye fıındık sektörüne ilişkin tanıtıcı bilgilerinin yanı sıra Türk fıındık ihracatçılarının iletişim bilgilerinin de yer aldığı broşürler dağıtıldı. Bunun yanında fıındığın doğrudan çerez olarak tüketimini yaygınlaştırmak amacıyla ziyaretçilere 20 gramlık ambalajlarda kavrulmuş fıındık ve fıındıklı şekerleme mamulleri ikram edildi. Standı ziyaret eden farklı ülkelerden pek çok profesyonel firma temsilcisine, ürün portföylerine göre kullanabilecekleri fıındık formlarından numuneler verilirken, ikili görüşmeler yoluyla fıındık talepleri ve iletişim bilgileri alınarak fıındık hakkındaki çeşitli soruları da cevaplandırıldı.

HİZMET İHRACATINDA REKOR

2021 yılında 61 milyar dolar olan Türkiye'nin hizmet ihracatı, 2022'de yüzde 47'lik artışla 90 milyar dolara ulaşarak tarihi bir rekora imza attı. Tarihin en iyi ihracat rakamını değerlendiren Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Bolat, mevcut durumun fotoğrafını şöyle çekti: "Türkiye, dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alıyor. Hizmet ihracatı tarafında da 90 milyar dolarlık ihracata ve 50 milyar dolarlık ticaret fazlasına ulaştık. Ülkemizin toplam istihdamının yüzde 60'a yakın kısmını oluşturan hizmetler sektörü olarak gerçekleştirdiğimiz ihracatla ülkemize net döviz girdisi sağlıyoruz. Bu sayede cari açlıkla müca-

deleye de büyük bir destek veriyoruz. Dünyada 6 trilyon doları aşan bir hizmet ihracatı pazarı var. Bu kapsamda, Türkiye olarak hizmet ihracatı tarafında çok daha büyük başarıları imza atabilir, ülkemizin kalkınmasına çok daha büyük katkı verebiliriz. Türkiye'de hizmet sektörü en az imalat sektörümüz kadar olgun bir yapıda. Bu noktada hizmet ihracatı üzerinden ülkemize daha büyük bir gelir kazandırabiliriz. Eğitimden sağlığa, eğlence kültürden yazılıma, turizmden taşımacılığa kadar her alanda Türkiye'nin ve sektörlerimizin önü açık. Hizmet ihracatına odaklanarak, bu alanda çalışmak ülkemiz için yeni fırsatları beraberinde getirecektir."



HARDWARE EURASIA 30 BİN ZİYARETÇİYİ AĞIRLADI



120 ülkeden yerli ve yabancı 30 bin kişinin ziyaret ettiği Avrasya Hırdavat Fuarı (Hardware Eurasia), 24-27 Mayıs tarihleri arasında düzenlendi. 11,8 milyar dolarlık büyüklüğe sahip Türkiye hırdavat sektörünün ev sahipliği yaptığı fuarın gelecek açısından çok büyük öneme sahip olduğuna dikkat çeken İstanbul

Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, bu düşüncesini şöyle detaylandırdı: “Fuarımızı dünyanın hırdavat sektöründeki buluşma adresi olarak nitelendirebiliriz. Çünkü dünyada yaşanan vize problemlerinden dolayı Türkiye ve İstanbul bir buluşma merkezi haline geldi.

Özellikle Avrupa ülkelerinin vize verme noktasında sıkıntılar çıkarması nedeniyle, Avrupa’ya vize alamayan ülkelerdeki üreticiler, sanayiciler ve iş insanları İstanbul’a akın ediyor. Türkiye, Avrupa’nın yaşattığı vize krizini de fırsata çeviriyor. Fuarlar 42 bin metrekarede düzenleniyor. 120 ülkeden 6 binin üzerinde yabancı toplamda 30 binden fazla ziyaretçinin fuarları takip etmesi bekleniyor. Avrasya Hırdavat Fuarı, bir önceki yıla göre yüzde 35 büyüdü. Fuar katılacak firmalarda ise yüzde 38 artış kaydedildi. Avrasya Hırdavat Fuarı’na gelecek uluslararası ziyaretçiler ile hırdavat sektörünün ihracat hedeflerine daha da yaklaşmasını amaçlıyoruz.”

INTERPACK 2023’TE TÜRKİYE AMBALAJ SEKTÖRÜ RÜZGÂRI

Ambalaj sektörünün ve bu sektöre bağlı yan sanayinin en önemli uluslararası fuarlarından biri olan Interpack 2023, altı yıl aradan sonra bu sene 4-10 Mayıs tarihleri arasında Almanya’da gerçekleştirildi. Ambalaj sektörünün önde gelen firmalarının yer aldığı fuara Türkiye’den, İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği’nin (İKMİB) milli katılım organizasyonu ile 246’sı bireysel olmak üzere toplam 293 firma katıldı. Fuar 2 bin 700’den fazla katılımcıya ev sahipliği yaptı.

Fuarı değerlendiren İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, “Interpack fuarı ambalaj sektörünün en önemli ve en büyük fuarlarından biri. Üç yılda bir düzenlenen ancak pandemi dolayısıyla altı yıl aradan sonra bu yıl Mayıs ayında gerçekleştirilen fuarda sektörün en önemli temsilcileri bir araya geldi.

Türk ambalaj sektörünü temsil eden firmalarımız, toplam bin 100 m2’den fazla alana sahip Türkiye standında en son teknolojiye sahip ürünlerini alıcıların beğenisine sundu. Döngüsel ekonomi, kaynakları koruma, dijital teknoloji ve ürün güvenliği konularının

öne çıktığı fuarda Türk firmalarımız ve ürünlerimiz yoğun ilgiyle karşılandı. Türk kimya sektörü olarak sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi konularına önem veriyoruz ve bu doğrultuda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İKMİB olarak hem sektör hem de ülke ihracatımızı artırmak adına her zaman ihracatçılarımızın yanındayız.” dedi.



EYE PROJESİ İLE GENÇ İSTİHDAMI ARTACAK



Avrupa Birliği tarafından desteklenen ve Türkiye'nin geleceği için büyük önem taşıyan EYE (Empowering Youth by E-Commerce) projesi hayata geçiyor. İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) tarafından organize edilen ve Avrupa Birliği tarafından desteklenen EYE projesinin imza töreni İMMİB Koordinatör Başkanı Adil Pelister ve AB ve Mali Yardımlar Dairesi Başkanı Süreyya Erkan'ın

katılımıyla Ankara'da gerçekleştirildi. Gençleri geleceğe hazırlayan EYE Projesi ile eğitim ve istihdam hayatında yer almayan 22-29 yaş aralığındaki gençlere dijital beceriler ve sektörel bilgiler sunulması hedefleniyor.

Eğitim ve pratik becerilerle gençleri güçlendirmenin, başarılı bir geleceğin temeli olduğuna inandığını belirten İMMİB Koordinatör Başkanı Adil Pelister, dijital pazarlamanın dış ticaretimizdeki gittikçe artan önemine vurgu yaparak, "Bu alanda gençler yetiştirilerek sürdürülebilir ekonomik büyümeye katkı sağlarken, küresel rekabette avantaj elde etmeleri ve ülkemizin dış ticaret potansiyelini artırmalarını destekliyoruz. EYE projesi ile gençlerimize ihtiyaç duyacakları becerileri kazandırarak istihdamlarını artırmayı hedefliyoruz. Geniş üye ağına sahip ve Türkiye'nin lider ihracatçı birliği olan İMMİB, bu potansiyeli ortaya çıkarma hedefiyle gençlerimize yeni fırsatlar sunacak. Oldukça önemli ve kapsamlı hedeflere sahip proje ile 100 genç, dijital pazarlama, dış ticaret ve sosyal becerileri içeren kapsamlı eğitimlerle desteklenecek." dedi.

İSİB'DEN SİRBİSTAN'A SEKTÖREL TİCARET HEYETİ

Sektörel Ticaret Heyeti organizasyonlarına devam eden İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği'nin (İSİB), 8-10 Mayıs tarihleri arasındaki durağı Sırbistan oldu. 9 Mayıs'ta Sırbistan'ın başkenti Belgrad'da gerçekleştiren ikili görüşmelere Türkiye'den 22 firma, Sırbistan'dan ise 80 firma katıldı. Toplamda 277 iş görüşmesi gerçekleştirildi. Organizasyona İSİB'i temsilen Yönetim Kurulu Üyeleri Kerem Ünlü ve Ömer Duyar katıldı.

Kerem Ünlü, Sırbistan'da düzenlenen sektörel ticaret heyet organizasyonunun çok verimli geçtiğini belirterek şunları söyledi: "Sırbistan Güneydoğu Avrupa'nın gelişen ve büyümeye çalışan bir ülkesi. Sektörümüz içinde coğrafi yakınlık nedeniyle stratejik öneme sahip. Türkiye İklimlendirme Sektörü olarak Sırbistan'ın ithalatında ilk 5 ülke arasındayız. Sektör olarak ülkedeki bu gücümüzü artırmak adına ticari heyet organizasyonunu gerçekleştirdik. Organizasyonumuza katılan firmalarımızın bu görüşmelerde



ihracata dönüşecek birçok bağlantı gerçekleştirdiğini gözlemledik. Yaptığımız pazarlama, iletişim ve eğitim faaliyetleri ile ülkeler ve sektörler arası ilişkilerin daha da yukarılara çıkacağını ve ihracat hedeflerimizi daha da yükselteceğimizi düşünüyoruz."



TEKSTİL SEKTÖRÜNDEN KÜBA VE DOMİNİK CUMHURİYETİ'NE ZİYARET



Yılda 200'ün üzerinde ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştiren Türkiye tekstil sektörü, dünyada yeni pazarlar bulma ve mevcut pazarlarda da daha etkin olma yolunda önemli adımlar atmaya devam ediyor. Bu adımlardan biri de hedef ülkeler stratejileri kapsamında Küba ve Dominik Cumhuriyeti'ne yapılan bir dizi ziyaret oldu. Küba Devlet Başkanı Miguel Diaz-Canel Bermudes ve Dominik Cumhuriyeti Ticaret ve Sanayi Bakanı Victor Orlando

Bisonó Haza ile ülkeler arası ticaretin geliştirilmesi için görüşmeler yapıldı. Yapılan ziyaret ve görüşmeler hakkında bir açıklama yapan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, "Yaşanan deprem felaketinden tekstil sektörümüz de oldukça etkilendi. Ancak yaralarımızı sarmak, toparlanmak için aksiyonlar almaya başladık. Üretmeye, küresel tekstil sektörüne ve Türkiye'ye değer kazandırmaya devam ediyoruz. Mesajımızı bu yıl en gür sesimizle dile getireceğiz. 2023 yılında da 13 milyar dolar değerinde ihracat seviyemizi korumayı hedefliyoruz. 2023'teki en önemli hedeflerimizden birisi potansiyelimizin altında pazar payına sahip olduğumuz ülkelere özel organizasyonlar gerçekleştirmek. Dominik Cumhuriyeti ve Küba gibi ihracat potansiyelimizin yüksek olduğu uzak ülkelere odaklanmaya devam edeceğiz. Gerçekleştirdiğimiz heyetler kapsamında üst düzey bir ilgi ile karşılaştık. Muhataplarımızı Türkiye'nin en büyük tekstil fuarı konumundaki Texhibition İstanbul Kumaş, İplik ve Tekstil Aksesuarları Fuarı'na davet ettik." diye konuştu.

MAKİNE SEKTÖRÜNDEN İLK DÖRT AYDA 9,2 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Makine imalat sanayi konsolide verileri, Türkiye makine sektörünün yılın ilk dört ayındaki ihracat performansını ortaya döktü. Buna göre Türkiye makine endüstrisi, 2023'ün Ocak-Nisan sekansında, serbest bölgeler dâhil toplam 9,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu, 2022'nin aynı dönemine göre yüzde 7,4 artış anlamına geliyor. Sektörün bu yıl bayram tatili nedeniyle eksik gün çalışılan Nisan ayındaki ihracatı ise, 2022 yılı aynı ayına göre yüzde 7 geriledi. Dört aylık dönemde Rusya'ya ihracatı 3, Ukrayna'ya ihracatı da 2 katına çıkan makineciler, Almanya ve ABD'ye toplam 1,8 milyar dolar tutarında ihracat yaptı.

Yılın üçte birlik bölümünde elde edilen bu sonuçların, sene başındaki hesaplamalarıyla örtüşüğünü belirten Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu şunları söyledi: "İklim değişikliği, mali krizler ve salgın hastalıkların oluşturduğu problemlerin, geleneksel risk analiz ve yöntemleriyle çözülemediği konusunda kimsenin bir kuşkusu yok. OECD'nin, toplumların kritik alt yapılarını tehdit eden küresel unsurları ifade



etmek üzere ortaya koyduğu Sistemik Riskler kategorisi bizi de ilgilendiriyor ama ihracatçılarımız bu kavramlar üzerine düşünmek yerine; şu sıra kısa vadeli, hatta günlük sorunlarını çözmek için uğraşiyor. Küresel sanayiye yavaşlama ile makine ve teçhizat yatırımlarında gözle görülür bir düşüş olduğu bu dönemde, Rusya ve Ukrayna'nın kesintisiz artan makine talebiyle meşgul oluyoruz. Seçim gündemiyle artan belirsizlikleri arkada bırakacağımız vakitleri sabırsızlıkla bekliyoruz."



“ABD MUTFAĞI” İÇİN TÜRK ÜRETİCİLER HAREKETE GEÇTİ



Yaklaşık 6,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren endüstriyel mutfak ve mutfak eşyaları sektörü, ABD pazarına odaklandı. ABD’de düzenlenen NRA Show Restaurant ve Otel Ekipmanları Fuarı’na; Endüstriyel Mutfak, Çamaşırhane, Servis ve İkram Ekipmanları Sanayicileri ve İş adamları Derneği (TUSİD) organizasyonu ve İstanbul Maden ve Metaller İhracatçıları Birliği (İMMİB) desteği ile milli katılım organizasyonu düzenlendi. 18’i milli ve 13’ü bireysel olmak üzere toplam 31 Türk firması katıldı

organizasyon, ABD pazarında daha da efektif olmak üzere atılmış önemli bir adım oldu.

ABD pazarı hakkında bilgiler veren TUSİD Yönetim Kurulu Başkanı Güçlü Kaplangı, şöyle konuştu: Türkiye, endüstriyel mutfak ve mutfak eşyaları sektöründe 40 yıllık geçmişiyle şu anda dünyanın 5 ekol ülkesinden biri. İhracat sıralamasında da dünyada beşinci sıradayız. İhracatta ilk sırada Çin geliyor, ikinci sırada ABD, üçüncü sırada Almanya ve dördüncü sırada ise İtalya yer alıyor.

Türkiye olarak tüm mutfak eşyaları ihracatımızı 6,5 milyar dolar seviyesinde. Ancak, birinci sıradaki Çin’in ihracatı 147 milyar dolar. Çin, ihracatının yüzde 60’ını ABD’ye yapıyor. Biz de sektör olarak ABD pazarına odaklandık. Çin’in ABD’ye yaptığı ihracattan yüzde 10’luk bir pay almayı başararsak, ihracatımızı yüzde 150 büyütüyoruz. İşte, bu yüzden ABD’de düzenlenen fuarlar ve etkinlikler bizim için çok değerli.”

DENİB’DEN JAPONYA ALIM HEYETİ PROGRAMI

İstanbul Fuar Merkezi’nde, 16-20 Mayıs tarihleri arasında düzenlenen Hometex 2023 Fuarı’na info stand ile katılan Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB), fuar organizasyonuna ek olarak ev tekstili sektörüne yönelik Japonya Alım Heyeti Programı düzenledi. Japonya’nın önde gelen satın alımcılarından oluşan heyet, hem Hometex fuar alanını gezdi hem de DENİB info standına ziyaret gerçekleştirdi.

Japonya alım heyeti programı hakkında değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu şunları söyledi: “Bu program ile, Denizli’nin ev tekstili sektöründeki yüksek potansiyelini ve ihracat başarısını daha da ileriye taşıyacağımıza inanıyorum.

Rakamlara da değinecek olursak, 2022 yılı verilerine göre, ülkemizin Japonya’ya olan toplam ihracatı yüzde 15,5 oranında artarak 660 milyon dolara ulaştı. 2023 yılının ilk 2 ay verisine göre de 130 milyon dolar seviyesine ulaşmış durumda. Özellikle kalitemizle ön plana çıktığımızı, inovatif tasarım-

larımızı ve marka değerimizi uluslararası alıcılara yakından temaslara göstererek sürdürülebilir ihracat hedefimiz doğrultusunda faaliyetlerimize devam edeceğiz.”





Lima Logistics'ten anahtar teslim lojistik hizmeti

Sektörde yıllar içinde biriktirdikleri deneyimi ortak bir sinerji ile harmanlayan dört arkadaşın 10 yıl önce kurduğu Lima Logistics, kısa süre içerisinde sıra dışı bir büyüme ivmesi ile lojistik sektöründe kendisine üst sıralarda bir yer edindi.

Müşteriye ve yüke özel çözümler sunarak bu yerini her geçen gün daha da sağlamlaştıran Lima Logistics, özellikle ihracat ayağında, dünya çapına yayılan güvenilir iş ortakları sayesinde hemen hemen tüm destinasyonlarda hizmet veriyor. Kara yolu, hava yolu, deniz yolu

ve demir yolu taşımacılığının yanında karma taşımacılık hizmetinin sunulduğu intermodal ve multimodal servislerinde de iddialı olan Lima Logistics, ekspres kurye hizmetiyle de özellikle de numune gönderimi konusunda ihracatçıların tercihi oluyor.

Gabari dışı yüklerin taşınmasında planlama, organizasyon ve bütçe süreçlerini profesyonel olarak yöneten Lima Logistics özellikle de ülkemizin güçlü olduğu bir alan olan yaş meyve-sebze ihracında bozulabilir kargo taşımacılığı hizmetiyle ihracatçıların güvendiği bir partner olmayı sürdürüyor.



Yükselen Çelik, ABD pazarında büyüyor

Yükselen Çelik, özellikle Amerika pazarına yapmış olduğu ihracatlarla büyümesini sürdürüyor. Yükselen'in iki yıl kadar önce ABD merkezli kurduğu iştiraki olan Rising Steel şirketi, ABD'de özellikle kalıp sektörüne yönelik ciddi bir satış hacmi yakalamış durumda. Amerika pazarında ürünleri tanıtmayı başaran ve hedef müşterileri ile güvene dayalı ilişkiler geliştiren Rising Steel'in önümüzdeki yıllarda Yükselen'in büyümesinde önemli pay sahibi olması bekleniyor. Yükselen; vasıflı çelik sektöründe 2009 yılında kurduğu modern çelik servis merkezi, aynı dönemde imzaladığı distribütörlük anlaşmaları ve 2013 yılında o dönemin en hacimli şirketlerinden Ramateks Metal'i

bünyesine katmasıyla parlayan yıldızını 2019'da halka arz olarak pekiştirmişti. Sektörde birçok yenilik ve inovasyona imza atan şirket, 2022 yılında Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)dan 500 milyon TL civarında tahvil arzı onayı almış ve böylece Türkiye'de halka açık ilk ve tek çelik servis merkezi ünvanını kazanmanın yanı sıra sermaye piyasalarında tahvil arzı gerçekleştiren ilk çelik servis merkezi olmayı başarmıştı. Şirketin Kocaeli ili Dilovası ilçesinde yakın zamanda üretime başlaması beklenen yeni Çelik Servis Merkezi'nin faaliyete geçmesiyle birlikte, çelik işleme kapasitesinin yıllık 200 bin tona çıkarması ve beraberinde ihracat pazarlarında daha hızlı bir büyüme gerçekleştirmesi bekleniyor.





Koleksiyon Mobilya

New York'da tasarımcıları ağırladı

50 yıllık tecrübesine bugünün trendlerini katmayı başaran ve hâlihazırda Paris'ten New York'a, Londra'dan Dubai'ye kadar 52 dünya şehrine ihracat gerçekleştiren Koleksiyon, Amerika'daki yatırımlarına ayrıca titizleniyor. Yüksek kaliteyi yenilikçi tasarım anlayışıyla harmanlamayı şiar edinen Koleksiyon, tasarım dünyasının önde gelen isim, marka, tasarımcı ve endüstri liderlerini bir araya getiren Design Week 2023 kapsamında New York'ta özel bir davet verdi. Koleksiyon Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı

Koray Malhan ve Başkan Vekili Doruk Malhan'nın ev sahipliğini yaptığı davette, Amerika'nın önemli tasarım ve mimarlık şirketlerinin temsilcileri ağırlandı. Organizasyon kapsamında tüm dünyada önemli projelere imza atan mimar ve tasarımcılar bir araya geldi. Etkinliğe katılan tasarımcı ve mimarlar, Koleksiyon'un Amerika'daki yatırım ve çalışmalarını yakından takip ettiklerini belirttiler.



Türk Grass'dan

50 ülkeye suni çim ihracatı

Gaziantep merkezli ve yüzde yüz yerli sermayeli suni çim üreticisi Türk Grass Ma Carpet, dünyanın en yüksek binası Burj Khalifa'nın balkonlarından Hannover Messe'ye, Real Madrid, Barcelona, Ajax ve Liverpool gibi dünyaca ünlü takımların stadyumlarından London School Of Economics Futbol Sahası'na kadar birçok dünya devinin tercihi konumunda. Sektördeki mevcut durumları hakkında bilgiler veren firma kurucusu Memet Arslan, "Kurduğumuz andan itibaren sürekli ihracat odaklı çalışmalarımız oldu. Dünya devlerinin tercihi olmayı başardık. Durum böyle olunca da iç piyasaya yeterince odaklanamadık. 2023-2024 yılları arasında iç piyasada

önemli yatırımlarımız olacak. Bayilikler sistemi ile iç piyasada daha görünür, daha ulaşılabilir olacağız.

HomeTex Fuarı'nda iç piyasa ile buluştuk. İş piyasada yeni müşteriler edindik, yeni siparişler aldık. Müşterilerimiz ürün kalitemize inanamadı. Öte taraftan Japonya'dan Brezilya'ya, Arjantin'den Afrika ülkelerine kadar yaklaşık dünyanın 50 ayrı ülkesine ihracat gerçekleştiriyoruz. Hedefimiz Made İn Türkiye etiketini tüm dünyaya göstermek. Türk Grass Ma Carpet olarak hedefimiz büyük. Enerjimiz yüksek. Dünyanın dev diye tabir edilen kuruluşları ile çalışıyoruz. Hem ürün çeşidimizi hem de kalite çitimizi artıracğız." diye konuştu.



İHRACAT RAKAMLARI

2023 YILI MAYIS AYI İHRACATI
21,7 MİLYAR DOLAR OLDU.

2022 YILINA GÖRE 2023 MAYIS
AYI İHRACATI YÜZDE 14 ARTTI.

2023 YILI MAYIS AYINDA 24
SEKTÖR İHRACATINI ARTIRDI.

1.524 FİRMA MAYIS AYINDA İLK
KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

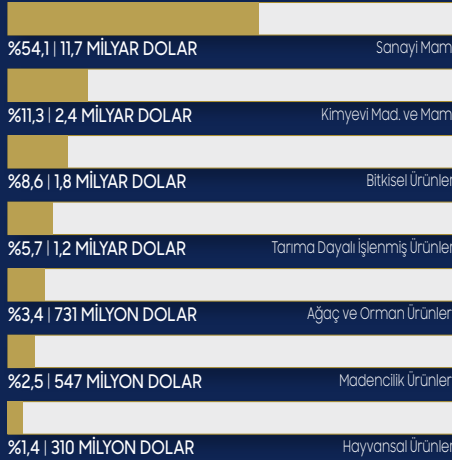


EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

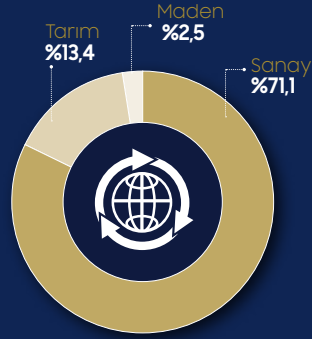
2023 yılı Mayıs ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,6 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,1 milyar dolarla ABD ve 978 milyon dolarla Birleşik Krallık izledi.

- ALMANYA 1,6 Milyar Dolar
- ABD 1,1 Milyar Dolar
- BİRLEŞİK KRALLIK 978 Milyon Dolar
- İTALYA 897 Milyon Dolar
- İSPANYA 877 Milyon Dolar
- FRANSA 874 Milyon Dolar
- İRAK 818 Milyon Dolar
- RUSYA FEDERASYONU 809 Milyon Dolar
- ROMANYA 629 Milyon Dolar
- HOLLANDA 553 Milyon Dolar

ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2023 YILI MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

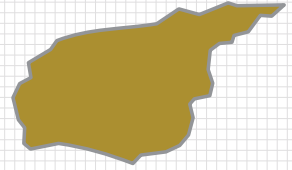


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2023 YILI MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2023 YILI MAYIS AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI

TUNCELİ
%354,1



İLLERE GÖRE 2023 YILI MAYIS AYI İHRACAT DAĞILIMI



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1.000 \$

SEKTÖRLER	2022	2023	DEĞİŞİM (23/22)	PAY (23) (%)	2022	2023	DEĞİŞİM (23/22)	PAY (23) (%)
I. TARIM	2.408.145	2.899.403	20,4	103,4	13.412.910	14.058.692	4,8	111,4
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.494.280	1.858.484	24,4	66,3	8.411.599	9.335.671	11,0	74,0
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	864.789	946.578	9,5	33,8	4.404.308	4.738.437	7,6	37,5
Yaş Meyve ve Sebze	189.528	249.466	31,6	8,9	1.162.465	1.424.576	22,5	11,3
Meyve Sebze Mamulleri	157.717	185.490	17,6	6,6	969.942	903.935	-6,8	7,2
Kuru Meyve ve Mamulleri	94.930	120.159	26,6	4,3	634.077	613.217	-3,3	4,9
Fındık ve Mamulleri	99.421	143.665	44,5	5,1	719.597	722.638	0,4	5,7
Zeytin ve Zeytinyağı	21.838	103.611	374,5	3,7	166.305	480.269	188,8	3,8
Tütün	53.633	95.490	78,0	3,4	279.328	376.087	34,6	3,0
Süs Bitkileri ve Mamulleri	12.424	14.025	12,9	0,5	75.577	76.512	1,2	0,6
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	301.402	310.330	3,0	11,1	1.681.729	1.405.302	-16,4	11,1
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	301.402	310.330	3,0	11,1	1.681.729	1.405.302	-16,4	11,1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	612.463	730.588	19,3	26,0	3.319.582	3.317.718	-0,1	26,3
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	612.463	730.588	19,3	26,0	3.319.582	3.317.718	-0,1	26,3
II. SANAYİ	14.045.320	15.400.562	9,6	549,1	76.906.777	73.505.985	-4,4	582,4
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.040.504	1.233.074	18,5	44,0	6.338.396	5.967.577	-5,9	47,3
Tekstil ve Hammaddeleri	766.272	849.287	10,8	30,3	4.404.585	4.044.372	-8,2	32,0
Deri ve Deri Mamulleri	116.440	149.469	28,4	5,3	805.131	865.670	7,5	6,9
Hali	157.792	234.317	48,5	8,4	1.128.680	1.057.535	-6,3	8,4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.789.101	2.453.037	-12,0	87,5	13.710.346	12.266.170	-10,5	97,2
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.789.101	2.453.037	-12,0	87,5	13.710.346	12.266.170	-10,5	97,2
C. SANAYİ MAMULLERİ	10.215.715	11.714.451	14,7	417,7	56.858.034	55.272.238	-2,8	437,9
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.335.848	1.656.510	24,0	59,1	8.817.503	8.355.037	-5,2	66,2
Otomotiv Endüstrisi	2.294.860	3.029.593	32,0	108,0	12.482.084	14.332.484	14,8	113,6
Gemi, Yat ve Hizmetleri	100.124	203.809	103,6	7,3	577.078	489.885	-15,1	3,9
Elektrik ve Elektronik	1.064.263	1.384.584	30,1	49,4	5.979.203	6.589.403	10,2	52,2
Makine ve Aksamları	719.465	924.154	28,5	33,0	4.057.733	4.552.357	12,2	36,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.165.759	1.142.326	-2,0	40,7	6.467.193	5.409.798	-16,4	42,9
Çelik	1.903.116	1.253.583	-34,1	44,7	9.544.395	5.876.174	-38,4	46,6
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	444.257	450.481	1,4	16,1	2.304.734	1.979.165	-14,1	15,7
Mücevher	352.291	464.006	31,7	16,5	2.164.585	2.620.098	21,0	20,8
Savunma ve Havacılık Sanayii	330.384	554.396	67,8	19,8	1.668.249	2.044.436	22,5	16,2
İklimlendirme Sanayii	494.717	638.905	29,1	22,8	2.740.732	2.968.189	8,3	23,5
Diğer Sanayi Ürünleri	10.631	12.103	13,8	0,4	54.546	55.213	1,2	0,4
III. MADENCİLİK	533.042	546.880	2,6	19,5	2.761.355	2.334.675	-15,5	18,5
Madencilik Ürünleri	533.042	546.880	2,6	19,5	2.761.355	2.334.675	-15,5	18,5
TOPLAM (TİM*)	16.986.507	18.846.845	11,0	672,0	93.081.042	89.899.351	-3,4	712,3
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1.945.441	2.804.641	44,2	100,0	9.249.860	12.621.201	36,4	100,0
GENEL İHRACAT TOPLAMI	18.931.948	21.651.486	14,4	772,0	102.330.903	102.520.552	0,2	812,3

BİRLİK ADRESLERİ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksay Cad. No: 4 Yenışehir/Mersin
Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42
E-Posta: akib@akib.org.tr
Web Adresi: www.akib.org.tr
Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan
Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı
Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan
Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel



Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.
Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01
E-Posta: info@hib.org.tr
Web Adresi: www.hib.org.tr
Genel Sekreter: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin
Genel Sekreter Yrd.: Uzeyir Işık



Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya
Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00
E-Posta: baib@baib.gov.tr
Web Adresi: www.baib.gov.tr
Genel Sekreter V.: Ümit Sezer



İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.
Sanayi Cad. No: 3 C Blok Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02
E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr
Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı
Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir
Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay



Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Akhın Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli
Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62
E-Posta: denib@denib.org.tr
Web Adresi: www.denib.org.tr
Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu
Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç



İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.
Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01
E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr
Genel Sekreter: Armağan Vurdu
Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu
Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz



Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum
Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91
E-Posta: daibarge@daib.org.tr
Web Adresi: www.daib.org.tr
Genel Sekreter: Murat Karapınar



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah.
Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01
E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr
Genel Sekreter: Mustafa Bektaş
Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin
Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk



Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği
Pazarkapı Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon
Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02
E-Posta: dkib@dkib.org.tr
Web Adresi: www.dkib.org.tr
Genel Sekreter: İdris Çevik



Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun
Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42
E-Posta: kib@kib.org.tr
Web Adresi: www.kib.org
Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu



Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir
Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00
E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr
Genel Sekreter: İ. Cumhuriyet İşbirakmaz
Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun
Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal
Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara
Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05
E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web Adresi: www.oaib.org.tr
Genel Sekreter: Musa Demir
Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar
Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş



Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012
No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep
Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10
E-Posta: gaibepravrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr
Genel Sekreter: Bülent Kayalı
Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak
Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu
Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan



Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad.
No: 11 16140 Nilüfer/Bursa
Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90
E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr
Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar
Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci
Genel Sekreter Yrd.: Birgül Palat

Genel Sekreter Bilal Bedir
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş
Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş
Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleş Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • tim.org.tr