

TİM REPORT



TOGG

Otomotivdeki ihracat hedefini zirveye taşıdı

AVRUPA'NIN ENERJİ KRİZİ BÜYÜDÜ
ROTA TÜRKİYE'YE DÖNDÜ

SANAYİNİN ATEŞLEYİCİSİ
ELEKTRİK ELEKTRONİK SEKTÖRÜ

HAVADA, KARADA, AÇIK DENİZLERDE

► “DÜNYANIN REDÜKTÖRÜ”

*“A World of Gearboxes”
for the universe from “YILMAZ”*



> Dünyanın tercih ettiği redüktörlerden “Dünya Kadar” üretiyor ve tüm dünyanın kullanımına sunuyoruz. Avrupa’dan Asya’ya, Amerika’dan Afrika’ya tüm dünyada 100’den fazla ülkeye yaptığımız ihracatla “YILMAZ REDÜKTÖR” adını gururla tanıtıyor, ekonomiye değer katıyoruz.

> By producing whole lots of gearboxes as “YILMAZ” and exporting to more than 100 countries all over the world from Europe to Asia, from America to Africa, we are proud of serving the universe and adding value to the economy.

www.yr.com.tr // yilmaz@yr.com.tr // export@yr.com.tr



**BİR KUŞAKLA BİRLİKTE BÜYÜDÜK
ŞİMDİ DE ONLARLA BERABER
BÜYÜMEYE DEVAM EDİYORUZ.
ÇEYREK ASIRLIK TECRÜBEMİZLE
1997'DEN BERİ GELECEĞİ
TAŞIYORUZ. 25 YILDIR DÜNYANIN
5 KITASINDA HER ZAMAN BİR
YOLUNU BULUYORUZ.**



+90 850 755 0 458
galpi.com.tr



TİMREPORT İÇİNDEKİLER

Sayı: 213 - KASIM 2022



AVRUPA'YA ENERJİ MOLASI, TÜRKİYE'YE FAZLA MESAJ

Avrupa'da enerji krizi nedeniyle üretimin durma noktasına gelmesi, ilave tedarik ihtiyacını gündeme getirdi. Türkiye ise enerji güvenliği ve coğrafi konumu sayesinde Avrupa'nın gözündeki cazibesini artırıyor.

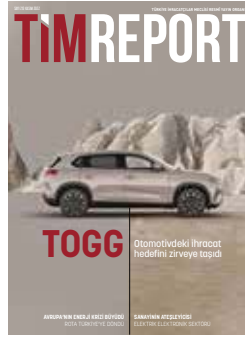
Syf 24



TÜRKİYE'DEN UZAK DOĞU'YA YAKIN MARKAJ

Şanghai İş Birliği Örgütü'nün diyalog ortağı olan Türkiye, dünyanın en büyük bölgesel ticaret anlaşması RCEP'te de diyalog ülke statüsü elde ederek Asya'daki konumunu güçlendirmeyi hedefliyor.

Syf 40



"ÖNEMLİ OLAN, MARKALAŞMA"

Türkiye'nin en büyük yerli iş yazılım şirketi Logo Yazılım'ın Türkiye Genel Müdürü Akın Sertcan, yazılım ihracatında dünyada daha etkin olabilmek için en önemli unsurlardan birinin markalaşma olduğuna dikkat çekiyor.

Syf 32



TÜRK EKONOMİSİNİN KALBI İSTANBUL

Kent 16 milyonluk nüfusu, gelişmiş sanayisi ve katma değerli üretim üstünlüğü ile Türk ekonomisinin yüzde 31'ini sırtlıyor.

Syf 50





Büyük pazarların ithalatı baskılanıyor

ZOR GEÇEN BİR YILIN son virajına girmiş bulunuyoruz ve son virajın biraz daha zorlu olacağını farkındayız. Dünya Ticaret Örgütü ve Dünya Bankası başta olmak üzere çok sayıda ekonomi kuruluşu, küresel ölçekte artan enflasyona ve faiz artırımlarına vurgu yaparak küresel ticarete dair öngörülerini aşağı yönlü revize etti. Küresel ticaretin son çeyrekte ve gelecek yıl yavaşlayacağı beklentisi hakim.

Türkiye'nin en büyük pazarları konumundaki Avrupa ve ABD başta olmak üzere küresel ekonomilerden daralma sinyalleri gelmeye devam ediyor. Söz konusu pazarlarda yüksek enerji fiyatları, enflasyonist baskı, faiz politikaları, hane halkı harcamalarının kısılması gibi nedenlerle ithalat talebi baskılanıyor. Bu gelişmeler doğrultusunda ihracat hacminde bir düşüş beklentimiz dahilindeydi.

Resmin geneline baktığımızda ise iyi bir grafik çizdiğimiz söyleyebilirim. Beklentilerin gerçeğe dönüştüğü ekim ayında satışlarımızı artırmayı başardık. Ekim ayı ihracatımız yüzde 2,8 artışla 21,3 milyar dolar oldu. Yılın on ayında ihracatımız yüzde 15,4 yükselerek 209,5 milyar dolara, son 12 aylık dönemde ise yüzde 17,5 artışla 253,1 milyar dolara ulaştı.

Euro/Dolar paritesindeki kayıp nedeniyle ihracatçılarımız farklı pazarlar arayışlarını sürdürüyor. İhracatçı birliklerimiz son dönemde sektör bazında ticari heyetlerini artırdı. Bu girişimler sayesinde küresel ticaretin düştüğü ekim ayında 114 ülkeye ihracatımızı geliştirmeyi başardık. Şimdi, bazı sektörlerimiz Avrupa'nın

içinde bulunduğu enerji krizini, fırsata dönüştürmeye çalışıyor. Ekim ayında 17 sektörümüzün ihracatını artırması, bunu başarabileceklerini gösteriyor. Yine bu dönemde ihracatını bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 50 ve üzerinde artıran sektörlerimizin olması da gelecek dönem için umut veriyor.

Pazarın daraldığı son çeyrekte otomotiv ihracatının, yeniden yükseliş trendine girmesi de oldukça sevindirici. İlk modeli üretim bandından indirilen yerli otomobil daha doğrusu "akıllı cihazımız" TOGG da otomotiv ihracatına yeni bir soluk getirecek. Özellikle net ihracat değeri olarak bize çok daha fayda sağlayacak. Türk otomobilinin dünya pazarlarında dolaşması, bence çarpan etkisi yaparak diğer sektörlerin de ivmesini yukarı taşıyacak.

AVRUPA VE ABD BAŞTA OLMAK ÜZERE KÜRESEL EKONOMİLERİN DARALDIĞI BİR DÖNEMDE İHRACATTA İYİ BİR GRAFİK ÇİZDİĞİMİZİ SÖYLEYEBİLİRİM.

Küresel pazarda kaliteli üretim ve hızlı teslimat açısından son yıllarda yakaladığımız güveni, TOGG gibi pazara sunacağımız yenilikçi ve teknolojik ürünlerle güçlendirebilir, ihracatımızdaki büyümeyi de sürdürülebilir kılabiliriz. Küresel ekonomik durgunlukları, hasarsız atlatılmak için ihracat stratejimizi artık rakamlara göre değil, katma değerli ve markalı ürün hedeflerine göre belirlemeliyiz.

Mustafa GÜLTEPE
TİM Başkanı

İÇİNDEKİLER



ELEKTRİK ELEKTRONİK SEKTÖRÜ

Eylül ayı ihracat rakamlarına göre Türkiye'nin ilk beş sektörü arasındaki yerini koruyan elektrik-elektronik sektörü, katma değeri yüksek sektörler arasında yer alması sayesinde ülkemiz ekonomisinde önemli bir rol üstleniyor.

Syf 54

UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ BREZİLYA VE ŞİLİ İHRACATI

Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında olan Brezilya ve Şili, büyüyen ekonomileriyle Türk ihracatçıları için yüksek potansiyele sahip.

Syf 66



KURU MEYVE VE MAMULLERİ İHRACATI

Avrupa'nın sağlıklı ve doğal yaşam tutkusu, Türk kuru meyve ve mamulleri sektörünün ihracatını artırdı. Ürün bazında en fazla geliri 309 milyon 981 bin dolarla çekirdeksiz kuru üzüm, 256 milyon 732 bin dolarla kuru kayısı ve 145 milyon 958 bin dolarla Antep fıstığı getirdi.

Syf 76



TİMREPORT

TİM Adına Sahibi
Genel Sekreter
Bilal BEDİR

Yayın Kurulu

Adil PELİSTER
Bırol CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Rüstem ÇETİNKAYA
Mehmet GENÇ
Yıldırım ÖZCAN

Yönetim Yeri

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 04 90-91 |
Faks: 0 212 454 04 13-454 04 83
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr



Ajans Başkanı Selda Yeşiltaş

Yayınlar Koordinatörü Murat Erdoğan

Görsel Yönetmen Yeşim Kayan

Editör Neslihan Arslan

Fotoğraf Editörü Ergün Çolakoğlu

Muhabir Melis Alpay

Reklam Müdürü İlknur Ulusoy
ilknur@viyamedya.com

Reklam Sorumlusu Ezgi Özgür Day, Binnaz Uzunca

Redaksiyon Kurşun Kalem Kurumsal Yayıncılık
ve Tanıtım Hizmetleri

İletişim

Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.
No: 45 Kat: 3

Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

Baskı Özlem Matbaa

VAKIF KATILIM'DA AYRICALIK ÇOK MASRAFLANMAYAN YOK

Görüntülü görüşme ile kolay ve hızlı şekilde müşterimiz olun,
dijital kanallarımızdan temel bankacılık
işlemlerinizi masrafsız yapın.

TÜM
KAMU BANKALARI
VE PTT ATM'LERİ
ÜCRETSİZ

EFT, HAVALE,
FAST
ÜCRETİ YOK

HESAP
İŞLETİM
ÜCRETİ
YOK



QR Okut
Fırsatları Yakala!



VAKIF KATILIM

Ortak geçmiş, ortak gelecek.

0850 202 1 202 | 444 44 77 | vakifkatilim.com.tr

TOPLANTI

- Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovalİG 2022'nin şampiyonlarının belirlendiği İnovalİG Büyük Jüri Toplantısı gerçekleştirildi.
- TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi'nin ikinci toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıda Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Sürdürülebilirlik Eylem Planı'na dair istişarede bulunuldu.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve hazır giyim ile tekstil ihracatçı birlik başkanları, Inditex CEO'su Oscar Garcia Maceiras ile bir araya geldi. Toplantıda sektörün ihracatını artırmak için olası iş birlikleri ele alındı.
- Türkiye Döngüsel Ekonomi Projesi'yle Avusturya, Finlandiya ve Hollanda'dan gelen 12 firma temsilcisi, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, T.C. Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile Ankara'da ihracatçılar ile bir araya geldi.



- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla "TİM Genişletilmiş Başkanları Kurulu Toplantısı"nı, TİM İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirdi. TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde düzenlenen toplantıya ihracatçı birlik başkanları, sektör kurulu ve sektör konseyi başkanları katıldı. Toplantıda ihracattaki ve sektörlerdeki son gelişmelerle ilgili değerlendirmelerde bulunuldu.

ekim

LANSMAN

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) tarafından düzenlenen 15. İstanbul Hazır Giyim Konferansı'nın açılış törenine katıldı.



TİCARET HEYETİ

- TİM ve Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda düzenlenen Hindistan (Mumbai) Ticaret Heyeti'nde, 19 ihracatçı firma temsilcisi farklı sektörlerden 70'i aşkın Hintli firma temsilcisi ile 170'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.



TİM-TEB GİRİŞİM EVİ

- TİM-TEB Girişim Evi Ekosistem Buluşması'nda yatırımcılar, Türkiye'nin önde gelen teknoloji firmalarının kurucuları, ihracat ailesindeki ve girişimcilik ekosistemindeki önemli iş insanları ile bir araya geldi.





ZİYARET

- TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve TİM Yönetim Kurulu üyeleri, Türkiye Futbol Federasyonu Başkanı Mehmet Büyükekşi ile bir araya geldi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Vakıf Katılım Bankası Genel Müdürü Osman Çelik ve beraberindeki heyet ile bir araya geldi.
- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Çaykara ve Dernekpazarı Kültür ve Yardımlaşma Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Turan Öksüzözü ve

beraberindeki heyet ile buluştu.

- İhlas Medya Grubu yöneticileri, TİM Başkanımız Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu.
- Ak Parti İstanbul İl Başkanı Osman Nuri Kabaktepe ve beraberindeki heyet, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti.
- İstanbul Emniyet Müdürü Zafer Aktaş, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu.
- Fatih Belediye Başkanı M. Ergün Turan, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu.



KONFERANS

- İstanbul'da düzenlenen Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Parlamenter Asamblesi (AGİT PA) İpek Yolu Grubu 4. Uluslararası Parlamenter Konferansı'nda konuşan TİM Başkan Vekili Ahmet Fikret Kileci, Türkiye ekonomisi ve ihracatına ilişkin görüşlerini paylaştı.

kasım

ÖDÜL TÖRENİ

- TSE tarafından düzenlenen "Uluslararası Standardizasyon Zirvesi" kapsamında TİM, "Aktif Sektör, Meclis, STK" ödülüne layık görüldü. Ödül, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve TSE Başkanı Mahmut Sami Şahin tarafından TİM Başkanı Mustafa Gültepe'ye takdim edildi.
- Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un teşrifleri, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, bakan yardımcısı, vali, belediye başkanı ve ihracatçıların katılımıyla gerçekleşen Trabzon İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde ilin başarılı ihracatçıları ödüllendirildi.



- TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Zeugma Antik Kenti'nde gerçekleşen Güneydoğu Anadolu Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (GATHİB) Doku Kumaş Tasarım Yarışması final gecesine katılarak, yarışmada dereceye girenlere ödülleri verdi.
- İDMİB tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenen Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda başarılı tasarımcılar ödülleri, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin elinden aldı.
- Deri ve deri ürünleri sektöründe başarı gösteren ihracatçıların ödüllendirildiği İDMİB'in "İhracatta Fark Yaratıcılar Ödül Töreni" TİM Başkanı Mustafa Gültepe, birlik başkanları ve ihracatçıların katılımıyla gerçekleşti.
- İTHİB İhracata Değer Katanlar 2021 Ödül Töreni, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, birlik başkanları ve ihracatçıların katılımıyla gerçekleşti.

Belçika'nın enflasyonu zirveye ulaştı

Belçika'da enflasyon, Ekim'de yüzde 12,27 oranında artarak son 47 yılın en yüksek seviyesine ulaştı. Belçika İstatistik Kurumu (Statbel)'nin yayımladığı verilere göre Belçika'da Eylül ayında yüzde 11,27 olan enflasyon, Ekim ayında yüzde 12,27 seviyesine yükseldi. Belçika'da en son buna benzer bir artış, 47 yıl önce yüzde 12,5 olarak kaydedilmişti. Ekim ayında en önemli fiyat artışları doğal gaz, elektrik, kalorifer yakıtı, sıvı

yağlar, odun, tereyağı, mazot ve un kalemlerinde gerçekleşti. Enflasyonda bu denli yüksek artış, enerji ürünlerindeki fiyat artışlarına bağlandı. Yüzde 63,03'ü bulan enerji ürünlerindeki fiyat artışı, Ekim ayı enflasyonunu yüzde 5,95 oranında etkiledi. Belçika'da Ekim ayında bir yıl öncesine kıyasla doğal gaz fiyatı yüzde 130,6, elektrik fiyatı yüzde 84,7 ve kalorifer yakıtı fiyatı da yüzde 57,7 arttı.



Avrupa Merkez Bankası'ndan faiz kararı



Avrupa Merkez Bankası (ECB), Ekim ayı faiz kararını açıkladı. Banka, ekonomistlerin beklentileri doğrultusunda faizi 75 baz puan artırdı. Böylelikle, ana refinansman oranı yüzde 2, marjinal borç verme imkânı yüzde 2,25 ve mevduat faizi yüzde 1,50 seviyesine yükselmiş oldu. 1998 yılında kurulan Avrupa Merkez Bankası, Eylül ayında tarihinde ilk kez 75 baz puanlık faiz artırımına gitmişti.

Dünya Bankası: "Enerji fiyatları 2023'te yüzde 11 düşecek"

Banka tarafından Emtia Piyasaları Görünüm Raporu'nun Ekim 2022 sayısı yayımlandı. "Pandemi, Savaş, Resesyon: Alüminyum ve bakır fiyatlarının itici güçleri" başlığıyla yayımlanan raporda, küresel büyümedeki keskin yavaşlamanın ve yaklaşan küresel resesyona ilişkin endişelerin emtia fiyatları üzerinde baskı oluşturduğuna dikkat çekildi. Küresel büyümedeki yavaşlama yoğunlaştıkça emtia fiyatlarının gelecek iki yıl içinde gevşemesinin beklendiği belirtilen raporda, fiyatların son beş yıldaki ortalamalarının oldukça üzerinde kalmaya devam edeceği kaydedildi.

Alan bazlı tarımda yüzde 35,2'lik destek

Anadolu Ajansı'nda yayımlanan bir habere göre tarımsal destekleme bütçesi 2023 yılı için 2022'ye kıyasla yüzde 35,6 artırılarak 39,8 milyar liradan 54 milyar liraya yükseltildi. Destek ödemeleri; alan bazlı tarımsal destek ödemeleri, telafi edici ödemeler, fark ödemesi, hayvancılık destek ödemeleri, kırsal kalkınma amaçlı tarımsal destekleme, tarım sigortası destekleme hizmetleri ve diğer tarımsal amaçlı desteklerden oluşuyor. Bu kapsamda en yüksek payı, yüzde 35,2 ve 19 milyar 32 milyon lirayla alan bazlı tarımsal destek ödemeleri aldı. Bunu, yüzde 22,4 pay ve 12 milyar 105 milyon lirayla hayvancılık, yüzde 11,7 pay ve 6 milyar 307 milyon lirayla kırsal kalkınma destek ödemeleri takip etti. Fark ödemesi için 6,2 milyar lira, tarım sigortası destekleme hizmetleri kapsamında 5,2 milyar lira, diğer tarımsal amaçlı destekler için 4,3 milyar lira ve telafi edici ödemeler için 847 milyon lira ayrıldı.



Liralaşma odaklı yaklaşıma devam kararı

Merkez Bankası Para Politikası Kurulu'nun 20 Ekim'de gerçekleştirdiği ve politika faizinin 150 baz puanlık azaltımla yüzde 10,5'e çekildiği toplantıda bir özet yayımlandı. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Para Politikası Kurulu (PPK) Toplantı Özeti'nde, para politikasında liralaşma odaklı bir yaklaşım sergilenmeye devam edileceği belirtilerek, "Küresel büyümeye yönelik belirsizliklerin ve jeopolitik risklerin daha da arttığı bir dönemde sanayi üretiminde yakalanan ivmenin ve istihdamdaki artış trendinin sürdürülmesi açısından finansal koşulların destekleyici olması kritik önem arz etmektedir." ifadesine yer verildi.



Tüketici güveni dört ayın sonunda arttı



Almanya merkezli pazar araştırma şirketi GfK, gelecek aya yönelik Tüketici Güven Endeksi sonuçlarını paylaştı. Yapılan açıklamada, Eylül'de revize edilerek bu ay için eksi 42,8 puan olarak ölçülen Tüketici Güven Endeksi'nin, Kasım ayı için 0,9 puanlık artışla eksi 41,9 puana çıktığı ifade edildi. Endeks son olarak Haziran ayında 0,4 puan artışla yüzde eksi 26,2 seviyesini gördü.

Şirketin araştırmacısı Rolf Buerkl, tüketici güveninde bir trend değişiminden bahsetmek için henüz erken olduğunu söyleyerek Almanya'da tüketici duyarlılığı için durumu hâlâ "çok gergin" olarak nitelendirdi. Buerkl, Almanya'da enflasyonun yüzde 10'a yükseldiğini söyleyerek enerji kaynaklarının istikrarına dair endişelerin artarak devam ettiğine dikkat çekti.

Temiz enerjiye 2030'a kadar yılda 2 trilyon dolar yatırım

Uluslararası Enerji Ajansı'nın (IEA) Dünya Enerji Görünümü 2022 (WEO) Raporu'na göre, Rusya'nın Ukrayna'da başlattığı savaşa derinleşen küresel enerji krizi, kapsamlı ve uzun soluklu değişikliklere yol açıyor. Küresel enerji krizinin yarattığı en büyük sarsıntıları doğal gaz, kömür ve elektrik piyasalarında hissedilirken jeopolitik ve ekonomik kaygıların sürmesiyle enerji piyasaları kırılgan kalmaya devam ediyor. WEO'da dünya çapında açıklanmış politikalara dayanan senaryoda, ülkelerin enerji krizine karşı aldığı önlemler kapsamında temiz enerji yatırımlarının 2030'a kadar yüzde 50'den fazla artışla yıllık 2 trilyon doların üzerine çıkacağı öngörülüyor. Bu senaryoda, temiz enerji yatırımlarıyla piyasalar yeniden dengelenirken, nükleer enerjinin desteğiyle kömür talebindeki artışın geçici olması bekleniyor.



Küresel ekonomilerdeki daralma sinyallerine rağmen başarılı bir performans sergilendi

21,3 milyar dolar ile en yüksek Ekim ayı ihracatı gerçekleşti

İhracat, Ocak-Ekim döneminde yüzde 15,4 artışla 209 milyar doları, son 12 ayda ise 253 milyar doları aştı. Otomotiv 2,7 milyar dolarla Ekim ayında en fazla ihracat gerçekleştiren sektör oldu. Kimyevi maddeler ve mamulleri 2,6 milyar dolarla ikinci, hazır giyim 1,7 milyar dolarla üçüncü sırada yer aldı.



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), Ekim ayı ihracat verilerini Ticaret Bakanı Mehmet Muş'un katılımıyla İstanbul'da açıkladı. Toplantıda konuşan Mehmet Muş, ihracatın geçen yıl yakaladığı ivmeyi bu yılın ilk 10 ayında da devam ettirdiğini ve her ay olduğu gibi

en yüksek aylık ihracat değerine ulaştığını bildirdi. Muş, konuyla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Ekim ayında ihracatımız geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3 artışla 21,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ocak-Ekim dönemi ihracatımız ise yüzde 15 artışla 209,5 milyar dolara

yükselmiş bulunuyor. Enerji ve emtia fiyatlarında yaşanan sert artışın etkisi ile ithalatımız Ekim ayında 29,3 milyar dolar olurken bu rakamın yüzde 26'sı enerji ithalatı kaynaklıdır. Benzer şekilde Ocak-Ekim dönemindeki ithalat artışımızın yüzde 51'i enerji ithalatından oluşmuştur. Bu dönemde, enerji hariç ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 89 olarak kayıtlara geçmiştir. Öte yandan, son dönemde altın ithalatındaki yükseliş de ithalatımızda yaşanan artışta etkili olmuştur.

Söz konusu artış Ocak-Ekim döneminde de devam etmiş olup toplam altın ithalatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 198 artarak 15,2 milyar dolara yükselmiştir. Öte yandan, paritenin dış ticaret rakamlarımız üzerindeki olumsuz etkileri de devam etmektedir. Bu yılın ilk 10 ayında parite kaynaklı dış ticaret açığımız 2,8 milyar dolar daha fazla olmuştur."

HİZMET İHRACATINDAN POZİTİF KATKI

Bakan Muş, sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanmasında, hizmet ihracatını mal ihracatından ayrı düşünmediklerini dile getirerek hizmet sektörünün, mal ihracatının küresel gelişmelerden olumsuz etkilendiği dönemlerde ekonomiyi dengeleyen önemli bir güç olduğuna dikkat çekti.

Bu doğrultuda hizmet ihracatının, bu yılın ilk sekiz ayında yüzde 66'lık artışla 52,5 milyar doları yakalayarak mal ihracatına pozitif katkı sağladığını belirtti.

"Nitekim, dünyanın dört bir köşesine artık sadece ürünlerimiz değil; müteahhitlik hizmetlerimiz, yazılımlarımız, dizilerimiz, sinema filmlerimiz ve sağlık hizmetlerimiz de ihraç edilmektedir." diyen Muş sözlerini şöyle sürdürdü:

"Bu kapsamda, hizmet ihracatımızın artışı ve firmalarımızın rekabetçiliklerini güçlendirebilmek için 2012 yılından bu yana hizmet ihracatçılarımızı desteklenmekte olup destek mevzuatımız güncel gelişmelere uygun olarak 2022 Nisan ayında güncellenmiştir. Öte yandan, hükümetimizin sunduğu destekler şüphesiz sadece mal ve hizmet ticareti ile sınırlı değildir. Zira, küresel ekonomideki olumsuz tablo devam ettiği sürece tüm vatandaşlarımızı bu etkilerden



korumak için toplumun tüm kesimlerinin yanında olmaya devam edeceğiz."

AYLIK İHRACAT REKORLARI YILI

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise yaptığı konuşmada, küresel ekonomilerdeki daralma sinyallerine rağmen ihracat ailesinin Ekim ayında da başarılı bir performans sergilediğini söyledi. Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre Ekim ayı ihracatının yüzde 2,8 artışla 21,3 milyar dolara ulaştığını bildiren Gültepe, şöyle devam etti: "Bu sonuçla tüm zamanların en yüksek Ekim ayı ihracatını gerçekleştirmiş olduk. İhracatımız 10 ayda 209 milyar doları, 12 ayda ise 253 milyar doları aştı. 10 aylık ihracatta geçen yıla göre yüzde 15,4 artıdayız. Son 12 ayın tamamında aylık ihracat rekorları kırdık. Ekim'de ilk beş sektörümüz

2,7 milyar dolarla otomotiv, 2,6 milyar dolarla kimya, 1,7 milyar dolarla hazır giyim, 1,4 milyar dolarla çelik ve 1,3 milyar dolarla elektrik-elektronik şeklinde sıralandı. Savunma ve havacılık ile hububat sektörlerimiz, geçen ay tarihlerinin en yüksek ihracatına imza attılar."

KG BİRİM DEĞERİ 1,64 DOLARA YÜKSELDİ

Mustafa Gültepe, Ekim ayında 38 ilin ihracatını artırdığını, en çok ihracat yapan ilk beş ilin ise İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Gaziantep şeklinde sıralandığını bildirdi. Türkiye'nin Ekim'de 217 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirdiğini belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü:

"En fazla ihracat yaptığımız ilk üç ülke Almanya, Irak ve ABD oldu. Ekim'de ihracat



ailemize bin 806 yeni firmamız katıldı. Ortalama kilogram birim ihracat değerimizdeki artış da devam ediyor. Geçen yılın Ekim ayına göre kilogram birim değerimiz yüzde 18,7 artışla 1,64 dolara yükseldi. Biz ortalamada en az 2 doların üzerine çıkmalıyız. Bunun için de katma değerli, markalı ihracatımızı artırmalıyız. Markalaşma konusunda her geçen yıl daha iyiye gidiyoruz. Son yıllarda Made in Türkiye algısını yükseltecek markalar çıkarıyoruz. Cumhuriyet Bayramı'nda ilki banttan indirilen yerli otomobilimiz TOGG inşallah dünyada aranan bir marka hâline gelecek. Biz de TİM olarak otomobil tercihimizi TOGG'dan yana kullanacağız.” dedi.

PARİTE KAYNAKLI KAYIP 11,5 MİLYAR DOLAR

Mustafa Gültepe, Türkiye'nin en

KASIM AYINDA İKİ ÜLKEYE TİCARİ HEYET HAZIRLIĞI

Mustafa Gültepe, ihracatta yeni pazarlar ve iş birlikleri için yurt dışı temaslara da ara vermeden devam ettiklerini bildirdi. Geçen ay geniş katılımı Hindistan ve Filipinler'e ticaret heyeti düzenlediklerini bildiren Gültepe, bu ay da Güney Kore ve Endonezya'ya heyetlerinin olacağını sözlerine ekledi.

büyük pazarları konumundaki Avrupa ve ABD başta olmak üzere küresel ekonomilerden daralma sinyalleri gelmeye devam ettiğini hatırlattı. Söz konusu pazarlarda yüksek enerji fiyatları, enflasyonist baskı, faiz politikaları, hanehalkı harcamalarının kısılması gibi nedenlerle ithalat talebinin baskılandığını anlatan Gültepe, şunları söyledi:

“Yılbaşından bu yana euro/dolar paritesi de ihracatımıza olumsuz yansıyor. Sadece Ekim ayında parite kaynaklı kaybımız 1,5 milyar doları, 10 aylık kaybımız ise 11,5 milyar doları aştı. Biz 2022'ye 250 milyar dolar ihracat hedefi ile başlamıştık. Önümüzde iki ay var. Her şeye rağmen hedefi yakalayıp inşallah ihracatta yüzde 10'luk bir büyüme gerçekleştireceğiz. Küresel ticarete bu yıl yüzde 3,5 büyüme öngörülüyor. Resmin geneline baktığımızda iyi bir grafik çizdiğimiz söyleyebilirim. 2023'te küresel ticaretin daralacağı yönündeki endişeler giderek artıyor. Süreci yakından takip ediyoruz. Bakanlıklarımızla, birliklerimizle sürekli istişare hâlindeyiz. Geçen hafta TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu toplantımızı yaptık. Sayın Bakanımızın da katıldığı toplantıda birlik başkanlarımızın görüş ve önerilerini dinledik. Önümüzdeki birkaç ay bazı sektörlerimizin ihracatında daralma olabilir. Demir-çelik, çimento, seramik, cam, gübre gibi enerji yoğun sektörlerde ise talep artışı öngörüyoruz.

Özetle tüm olasılıkları değerlendiriyoruz. Devletimizin desteği ile pandemide olduğu gibi bu süreci az hasarla atlatacağımıza inanıyorum.”

HEDEFİ BÜYÜMEK OLANLARA DENİZBANK'TAN DEV HİZMET: SERVİS MODELİ BANKACILIĞI!

Banka olmadan müşterilerinize bankacılık servislerini sunmak ister misiniz?

NEOHUB Servis Modeli Bankacılığı ile e-ticaret ve finansal teknoloji alanlarında hizmet veren işletmenizin hizmet ağını genişletmek artık mümkün.

Detaylı bilgi için aşağıdaki QR kodu okutabilir, NEOHUB Servis Modeli Bankacılığı ekibi ile iletişime geçebilirsiniz.



API

“Sürdürülebilirliği iş birliklerinde de gerçekleştirmeliyiz”

Uluslararası Tekstil Sempozyumu'nda konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, küresel markalara, “Sürdürülebilirliği sadece üretimde değil, iş birliklerinde de gerçekleştirmeliyiz.” çağrısında bulundu.



İSTANBUL HAZIR GİYİM ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) iştiraki Ekoteks tarafından bu yıl 14'üncüsü düzenlenen “Uluslararası Tekstil Sempozyumu”, 10 Ekim 2022 tarihinde TİM İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. "Sorumlu Üretim, Sorumlu Tüketim" temasıyla düzenlenen sempozyuma yerli ve yabancı akademisyenlerin yanı sıra çok sayıda sektör temsilcileri katıldı. Sempozyumun açılışında konuşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, sürdürülebilirliğin son yıllarda üzerinde en çok konuşulan ve kafa yorulan konuların başında geldiğini, hazır giyim, dijitalleşme

ve sürdürülebilir üretim konularında ilk harekete geçen sektörler arasında yer aldığını söyledi.

AB PAZARINDA DAHA FAZLA POTANSİYEL VAR

Küresel pazarlardaki paylarını artırabilmeleri ve rekabetçiliği koruyabilmeleri için sürdürülebilir üretimden başka bir seçenek olmadığını dile getiren Gültepe, şunları söyledi: “Hazır giyim ihracatımızın üçte ikisini AB ülkelerine yapsak da AB'nin hazır giyim ithalatındaki payımız yüzde 8. Yani bu pazarda çok daha fazla potansiyel var. AB, Yeşil Mutabakat ile 2050 için karbonsuz ilk kıta olma hedefini ortaya koydu. Bu dönemde tüm paydaşlarımızın,

müşterilerimizin iş birliği ve dayanışması çok önemli. Sektörde “Yeşil Mutabakat” hedeflerine hazırlanma konusunda güçlü bir irade mevcut. Devletimiz de imkânlar ölçüsünde bizi destekliyor. Aynı desteği ve dayanışmayı Avrupa'daki bazı iş ortaklarımızdan ne yazık ki göremiyoruz. Sürdürülebilir üretimin ciddi bir maliyeti var. Bu mali yükü daha adil paylaşmamız gerekiyor. Ayrıca sadece üretimde değil, iş birliklerinde de sürdürülebilirliği sağlayabilmeliyiz. Türkiye gerek uzun yıllara dayanan deneyimi, bilgi birikimi, hızlı ve kaliteli üretimi, coğrafi yakınlığı, uluslararası standartlara uygun sosyal sorumluluk kriterleri ile AB için en uygun tedarik merkezlerinden biri olarak öne çıkıyor. Bütün bu başlıklarda birçok ülkeye göre açık ara öndeyiz. Ancak Avrupalı bazı markaların artılarımızı göz ardı etmelerini, Türkiye'yi bu alanlarda çok daha mesafe katetmesi gereken ülkelerle aynı kategoride değerlendirmelerini, iş birliği konusundaki kolaylaştırıcılığımızı, üretim süreçlerindeki şeffaflığımızı görmezden gelmelerini, üzüntüyle takip ediyoruz.”

Hallolur Her Şey Gücüne Güven

Tüm bankacılık işlemlerinizi kolayca hallolsun diye
her an her yerde tüm gücümüzle sizinleyiz.



Türk ihracatçıları Filipinler'e çıkarma yaptı

Türkiye İhracatçılar Meclisi, Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda Filipinler'in başkenti Manila'ya ticaret heyeti düzenledi.



FİLİPİNLER (MANİLA) Ticaret Heyeti açılış programında konuşan TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep, "Filipinler, Asya-Pasifik bölgesinde bizim için büyük stratejik öneme sahip bir ülke. Son yıllarda iki ülke arasında ilişkiler çok boyutlu bir şekilde geliyor. Bu yıl Filipinler'e ihracatımız ilk dokuz ayda 190 milyon dolara ulaştı. Geçen yıla göre ihracatımız 2,5 kat arttı. İhracatımıza paralel olarak Filipinler'den ithalatımız da bu yıl 1,5 kat arttı. Bu rakamlar bizlere ikili ilişkilerin gelişmesinin iki ülke arasındaki ticari potansiyeli ortaya çıkardığını gösteriyor." dedi. 61 İhracatçı Birliği, 27 sektör ile 100 bini aşkın ihracatçının tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), sektörel ve genel ticaret heyetleriyle Türk ihracatçılarını

dünyanın dört bir yanındaki alıcılarla buluşturmaya devam ediyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi, Ticaret Bakanlığı'nın uzak coğrafyadaki ülkelerle mal ve hizmet ticareti hacmini artırmak amacıyla açıkladığı "Uzak Ülkeler Stratejisi" kapsamında 24-29 Ekim tarihleri arasında Filipinler'in başkenti Manila'ya ticaret heyeti gerçekleştirdi. TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep başkanlığındaki heyette makine ve aksesuarları, zeytin ve zeytinyağı, ahşap ve orman ürünleri, hububat, bakliyat, yağlı tohum ve ürünleri, elektrik, otomotiv, çelik ve hizmet sektörlerinden 23 Türk firma temsilcisi yer aldı. "Filipinler (Manila) Ticaret Heyeti" açılış programına TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep'in yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti Manila

Büyükelçisi Niyazi Evren Akyol, Filipinler-Türkiye İş Konseyi Başkanı Ernesto N. Chua, Filipinler Perakendeciler Derneği Başkanı Rosemarie Ong ve 60'a yakın Filipinli firma temsilcisi katıldı.

İHRACATIN LOKOMOTİFİ SAVUNMA SANAYİSİ

TİM Yönetim Kurulu Üyesi Birol Celep, Türkiye'nin Filipinler'e ihracat artışında 91 milyon dolara ulaşan savunma sanayinin önemli bir rol oynadığını vurguladı: "Savunma sanayi ihracatımızı 16 milyon dolarla hububat ve kimya sektörleri takip etti. Bunların yanında tütün sektöründe yüzde 160, tekstil sektöründe yüzde 150, mücevher sektöründe yüzde 73, demir ve demir dışı metaller sektöründe yüzde 67 ve elektrik-elektronik sektöründe yüzde 43 artış kaydedildi. İhracatımıza paralel olarak Filipinler'den ithalatımız da bu yıl 1,5 kat arttı.

200'E YAKIN GÖRÜŞME

Açılış konuşmalarının ardından Türk ve Filipinli firma temsilcileri arasında 200'e yakın B2B ve ikili iş görüşmesi gerçekleşti. Program, heyette yer alan Türk ihracatçıların pazar araştırması için Filipinli firma ve kurumlara yaptığı ziyaretlerle sona erdi.



TİM, Ticaret Heyeti programlarına Hindistan'la devam etti

TİM tarafından Hindistan'da düzenlenen ticaret heyeti çerçevesinde 14 Türk firması, 70'ten fazla firma ile 170'e yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ, sektörel ve genel ticaret heyetleri ile Türk ihracatçıları dünyanın dört bir yanındaki alıcılarla buluşturmaya devam ediyor. Ticaret Bakanlığı'nın açıkladığı "Uzak Ülkeler Stratejisi" planı kapsamında belirlenen 18 hedef ülkeden biri olan Hindistan'a, 9-13 Ekim tarihleri arasında fiziki ticaret heyeti gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve Türkiye İhracatçılar Meclisi organizasyonu ile Mumbai'ye düzenlenen iş gezisine, elektrik-elektronik, mobilya, hizmet, hububat, yaş meyve ve sebze, su ürünleri, süs bitkileri sektörlerinden 14 firma katıldı.

Hindistan Ticaret Heyeti programı, Türkiye'nin Mumbai Başkonsolosu Ali Tolga Kaya ve Bombay Ticaret ve Sanayi Odası Eş Direktörü-Uluslararası Ticaret Başkanı Pravin Rane'nin açılış konuşmalarıyla başladı. Konuşmaların ardından Türk firmaları, 70'ten fazla Hintli firma ile 170'i aşkın B2B görüşme gerçekleştirdi. Program, heyette yer alan Türk ihracatçılarının pazar araştırması için Hintli firma ve kurumlara yaptığı ziyaretlerle sona erdi.

2021 İHRACATINA 9 AYDA ULAŞILDI

Türkiye-Hindistan ticaret hacmi, 2022'de büyümeye

devam etti. Türkiye, 2021'nin tamamında Hindistan'a 1,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirmişti. 2022'nin Ocak-Eylül döneminde Türkiye'nin Hindistan'a olan toplam ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 35 artışla 1,2 milyar dolara yükseldi. Böylece 2021'nin tamamında gerçekleştirilen ihracat rakamına 2022'nin dokuzuncu ayında erişilmiş oldu.

Türkiye geçen yıl Hindistan'a bin 844 kalemede ürün ihraç etti. Hindistan'a en çok ürün ihraç eden sektörler arasında maden, kimya, makine, çelik, elektrik ve elektronik dikkat çekiyor.



“Büyüme, büyük olmak, büyük kalmak... Revisited...” *

Prof. Dr. Emre Alkin



andemiden önce dünya elbette dikensiz bir gül bahçesi değildi. Ancak, pandemi bazı gerçeklerle yüzleşmeyi sağladı diyebilirim. Şimdi bu gerçekleri kısaca bir hatırlayalım.

Her şeyden önce şirketlerin piyasa içindeki davranışları ölçeklerine göre değişir. Kısaca özetlersek:

- Yeterli ölçğe sahipse piyasaya şekil verecek, yani piyasa yapıcı olacak.
- Ölçeği küçükse piyasaya göre şekil alacak.

Tabii işler hızla akıp giderken, ölçek olarak küçük olanlarla büyüklerin arasında ciddiye alınması gereken bir rekabet de devam ediyor. Büyükler bazen siyasete baskı yapıp orantısız güç kullanırken, küçükler de yerel siyaset üzerinden menfaatlerini kollamaya çalışıyorlar. Bu durum sadece Türkiye'ye mahsus değil. Ancak 21. yüzyılda büyüklerin küçükleri en çok istismar ettiği vakalar Türkiye gibi ülkelerde yaşanıyor. Dolayısıyla küçüklerin kendilerini koruması için dirençlerini artırması gerekiyor.

Dolayısıyla lafı dolandırmadan, küçük ya da büyük fark etmez, şirketlerin yapması gerekenleri hızla sıralamanın faydalı olacağını düşünüyorum:

1. Paydaşlarla ortak aklı yaratma:

Bu adım şirketlerin bugüne kadar çözemediği kırılğanlıkları giderme ve “doğru işin ne olduğunu bulma” aşamasıdır. Başka bir deyişle “yönetişimin” başlatılması. Bu aşamada müşteriler, tedarikçiler, çalışanlar ve iş ortaklıklarıyla teması güçlendirerek doğru bilgiyi ve firmayla ilgili algının ne olduğunu toplamak gerekiyor.

2. Bağışıklık oluşturma: Bu adımı da daha önceki yazılarımda detaylı tarif ettiğim için özet geçiyorum. Şirketlerin nakit akış problemleri, tedarikteki aksaklıklar, satış, tahsilat ve pazarlama çerçevesindeki eksikliklerin tespit edilmesi, sektörlerin yaşamasını sağlayacak şekilde restorasyonu sağlanmalı.

3. İşe dönüş planlaması: Koronadan önceki ölçğe kavuşmak için gerekli hareket planını oluşturma bu adımda yapılıyor. Daha önceki adımlarda hasar tespit işlemi tamamlandığı ve gerekli tamirat başladığı için bundan sonra acele etmeden şirketlerin salgın öncesi performansına ulaşması, hatta o zamanlarda yanlış yapıyorsa doğrusunu yapmak için planlamayı bitirmesi gerekiyor.

4. Yeni Normali keşfetmek: Bundan sonra işlerin hem şirket özelinde ve rakipler özelinde nasıl yapılacağını gözlemler sonucunda tahmin

etmek, iş durması karşısında geliştirdikleri reflekslerden 'doğru çalışan örnekleri' (best practices) benimsemek.

5. Reform: Sektörlerin ve ekonomiyle alakalı düzenleyici otoritelerin hangi mevzuat düzenlemelerini yapacağını tahmin ve takip etmek, sektörlerin hangi yöne doğru evrileceği konusunda net bir fikre sahip olmak.

Bir tavsiye daha ekleyebilirim: Küçük ölçekli şirketlerin ihracat yapması, büyüklere karşı dirençlerini artıracak bir hamledir. Çünkü dış talep, iç talebe göre daha büyük ve daha istikrarlıdır. İç piyasada ölçek sorunu yaşayanların, ölçegi büyütmeleri için ihracat yapmaları ve bu yolla küresel zincire eklenmeleri sadece dirençlerini değil, aynı zamanda algılarını da yükseltecektir.

Sözün özü, “İçeride şişman şirketlerle boğuşacağımıza dışarıda sağlıklı şirketlerle yarışın”. Müşteriniz sizi en az yönetim kurulunuz kadar iyi yönetir, bunu unutmayın. Yani boşu boşuna “yerel” büyüklerle uğraşmayın, büyük denizlere yelken açın.

***Not:** Bu yazıyı geçen yıl Mayıs ayında paylaşmışım. Son bir yılda Türkiye'yi karış karış gezdikten sonra bir kez daha paylaşmak ihtiyacı duydum.

BEFAS ile Fon Seçmek Daha Kolay



Bireysel Emeklilik Fon Alım Satım Platformu BEFAS, hızlı ve kolay bir şekilde emeklilik fonlarını karşılaştırma, fonlar arasında seçim yapma avantajı sunuyor.

www.takasbank.com.tr



BEFAS
Bireysel Emeklilik Fon Alım Satım Platformu

Detaylı bilgi için
www.tefas.gov.tr
adresimizi ziyaret edebilirsiniz.



2023 yılı öngörülerini şekilleniyor

Dr. Can Fuat Gürlesei

K

üresel ekonomide yaşanan ve neredeyse son 50 yıldır görülmeyen

gelişmeler nedeniyle 2023 yılına ilişkin birçok belirsizlik ortaya çıkmıştı. Ancak son dönemdeki eğilimler ile 2023 yılına ilişkin öngörüler giderek şekillenmeye başlamıştır. Bu çerçevede 2023 yılına ilişkin öngörülerini değerlendirelim.

UZUN YILLARDIR GÖRÜLMİYEN ENFLASYON KATILAŞTI

ABD, İngiltere, Almanya, Euro Bölgesi, Çin ve Japonya başta olmak üzere hemen tüm ülkelerde uzun yıllardır görülmeyen yüksek enflasyonlar yaşanmaktadır. Pandemi ile hareketlenen, Rusya-Ukrayna Savaşı ile hızlanan enflasyonlar hem katılmış hem de yaygınlaşmıştır. Başlayan parasal sıkılaşmalara rağmen Eylül ayı enflasyonları da artışa devam etmiştir. Enflasyon, merkez bankalarının ötesinde katılık sergilemektedir. Enerji, gıda ve diğer tüm mallar fiyatlarında artışlar sürmektedir. Enflasyonlarda katılığın sona ermesi için daha kuvvetli para politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

2023 YILI BOYUNCA SIKI PARA POLİTİKALARI OLACAK

Enflasyona karşı para politikalarında sıkılaşma kaçınılmaz hâle gelmiştir. Ancak Ağustos ayı sonuna kadar sıkılaşmanın süresi ve şiddeti için daha iyimser beklentiler bulunmakta iken Eylül ayından itibaren beklentiler daha kuvvetlenmiştir. Merkez bankaları daha erken ve yüksek faiz artışları gerçekleştirecektir. ABD Merkez Bankası'nın 2023 Mart ayına kadar faizlerini yüzde 5,0'e çıkarması beklenmektedir. Avrupa Merkez Bankası yine aynı tarihe kadar politika faizini yüzde 3,0'e çıkaracaktır. İngiltere, Kanada ve diğer gelişmiş ülke bankaları da faiz artışlarına gidecektir. Erkene çekilmiş ve daha yüksek faiz artışları ile kuvvetlenen sıkı para politikaları 2023 yılı boyunca sürecektir. En erken gevşeme olasılığı 2024 yılının ilk yarısında olacaktır.

2023 YILINDA DÜNYA EKONOMİSİNDE YÜZDE 2,1 BÜYÜME ÖNGÖRÜLÜYOR

Uygulanacak olan sıkı para politikaları nedeniyle ekonomik büyümeler olumsuz etkilenecektir. Etkilerin sonunda resesyon mu, yavaşlama mı yoksa durgunluk mu yaşanacağı da

giderek belirginleşmektedir. Uluslararası para fonu Ekim ayında 2023 yılı dünya ekonomisi için büyüme beklentisini yüzde 2,1 olarak açıklamıştır. Gelişmiş ülkelerde yüzde 1,1 ve gelişen ülkelerde ise yüzde 3,7 büyüme beklenmektedir. ABD'de büyüme yüzde 1,0 olacaktır. Euro Bölgesi büyümesi yüzde 0,5 olarak öngörülmektedir. Almanya 2023 yılında yüzde 0,4 daralacaktır. İngiltere için beklenti yüzde 0,3 büyümedir. Bu beklentiler çerçevesinde Euro Bölgesi, Almanya ve İngiltere'de birkaç çeyrek sınırlı küçülmeler görülecektir. 2023 yılında gelişmiş ülkeler kısmen resesyon, kısmen durağanlık içinde kalacaktır. Gelişen ülkeler içinde Çin'in 2023 büyümesi yüzde 4,4 olarak öngörülmektedir. 2023 yılında Orta Asya, Körfez-Orta Doğu ve Afrika ülkelerinde ise yüzde 3-4 arası büyümeler beklenmektedir.

DÜNYA MAL TİCARETİNDE BÜYÜME BEKLENTİSİ YÜZDE 1,0

Dünya Ticaret Örgütü, Ekim ayında 2023 yılına ilişkin dünya ticareti öngörülerini paylaşmıştır. Buna göre 2022 yılında miktar olarak yüzde 3,5 büyümesi öngörülen dünya mal ticaretinin 2023 yılında sadece yüzde 1,0 büyüyeceği tahmin



DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ, EKİM AYINDA 2023 YILINA İLİŞKİN DÜNYA TİCARETİ ÖNGÖRÜLERİNİ PAYLAŞMIŞTIR. BUNA GÖRE 2022 YILINDA MİKTAR OLARAK YÜZDE 3,5 BÜYÜMESİ ÖNGÖRÜLEN DÜNYA MAL TİCARETİNİN 2023 YILINDA SADECE YÜZDE 1,0 BÜYÜYECEĞİ TAHMİN EDİLMEKTEDİR.

edilmektedir. 2022 yılında dünya mal ticareti yılın ilk yarısında yüksek büyümesini sürdürmüştür. Ancak yılın üçüncü çeyreğinde yavaşlama, dördüncü çeyreğinde ise durağanlık yaşanmaktadır. 2023 yılının ilk yarısında dünya mal ticaretinde küçülme beklenmektedir. Yılın ikinci yarısında ise büyüme yaşanması öngörülmektedir. Bu çerçevede dünya mal ticaretinde miktar olarak oldukça sınırlı bir büyüme yaşanacaktır. Bölgeler itibarıyla bakıldığında ise Avrupa'da ithalatın yüzde 0,7, Güney Amerika'da ise yüzde 1,0 daralması beklenmektedir. 2023 yılında bu iki bölge ithalatı azalacaktır. Buna karşın Kuzey Amerika kıtası ithalatı yüzde 0,8, BDT ülkeleri ithalatı yüzde 9,4, Afrika ithalatı yüzde 5,7, Orta Doğu ithalatı yüzde 5,7 ve Asya ithalatı ise yüzde 2,2 büyüme gösterecektir.

GÜÇLÜ DOLAR VE DURAĞAN EMTİA FİYATLARI YAŞANACAK

2023 yılında ABD doları diğer para birimleri karşısında güçlü kalmaya devam edecektir. ABD doları 1973 yılından bu yana en değerli üçüncü dönemini yaşamaktadır. ABD Merkez Bankası'nın faiz artışları, doları

güçlü tutacaktır. Euro ve sterlinin değerlerini Avrupa ve İngiltere merkez bankalarının faiz artışları belirleyecektir. Faiz artışlarının beklentilerin altında kalması halinde euro-dolar için 0,85, ve dolar-strelin için 1,0'in altı yaşanabilecektir. Emtia fiyatları ise hem güçlü dolar hem de talebin yavaşlaması nedeniyle durağan kalmaya devam edecektir. Emtia fiyatlarında artışa jeopolitik gerginlikler neden olacaktır. Rusya-Ukrayna Savaşı'ndaki gelişmeler bu açıdan önemli olacaktır.

DÜNYA EKONOMİSİNDE ZORLU GEÇECEK BİRKAÇ ÇEYREK SÜRECİNE GİRİYORUZ

Türkiye'nin ihracatı da aynı

dönemde yavaşlayacak. Ayrıca parite etkisi ile bazı aylarda ihracat, geçen yılın da altında kalabilecek. Avrupa'nın enerji kısıtlamaları nedeniyle üretimdeki düşüşleri Türkiye'den tedarik ile karşılanabilecek, bu da ihracat düşüşünü sınırlayacak. Çin ve Hindistan, Rusya'dan sağladıkları ucuz enerji ve para birimlerinin değer kaybı ile ihracat pazarlarına yeniden agresif giriş yapmaya devam edecekler. Türkiye'nin ihracatında Türk lirasının değeri ve ihracat finansmanı belirleyici iki unsur olacak. Her ikisinde de yaşanan gelişmeler olumlu değildir. Özellikle ihracat finansmanındaki koşulların esnetilmesi faydalı olacaktır.



Elektrikli yerli otomobil Togg'un ilk modeli, yapılan resmî bir törenle Gemlik Kampüsü'ndeki üretim bandından indirildi. Cumhuriyetin 100. yılına yaklaşılırken Türkiye'nin Togg ile teknolojik değişim ve dönüşüme imza attığını belirten TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Togg'un Türk otomotiv endüstrisinin ihracat hedefini de zirveye taşıdığını vurguladı.



TOGG

Otomotivdeki ihracat hedefini zirveye taşıdı

Y

erli otomobil Togg'un seri üretiminin yapılacağı Gemlik Kampüsü'nün açılışı, 29 Ekim Cumhuriyet

Bayramı'nda düzenlenen resmî bir törenle yapıldı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımıyla gerçekleşen törende Erdoğan, üretim bandından indirilen C-SUV modelinin test sürüşünü de gerçekleştirdi.

Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu (TOGG) tarafından üretilen elektrikli araçların, 2023 yılı Nisan ayında trafiğe çıkarılması hedefleniyor. Nisan ayına kadar yurt içi pazar içinde sınırlı sayıda araç üretilecek

ve fabrikada üretim kademeli olarak yükseltilecek. Togg'un üretileceği fabrikanın temelleri 18 Temmuz 2020 tarihinde atıldı ve yapımı 27 ayda tamamlandı. Başlangıçta yıllık 100 bin araç üretilmesi planlanan fabrikanın üretim kapasitesinin 2030 yılına kadar 1 milyona yükseltilmesi. Üretime hız verilirken araçların trafiğe çıkacağı Nisan ayına kadar Türkiye çapında 2 bin adet elektrikli şarj istasyonu kurulacak.

GÜLTEPE: TOGG İHRACATTA ÇARPAN ETKİSİ YAPACAK

Ekim ayı ihracat rakamlarının açıklandığı gün konuşmasında Türkiye'nin ilk yerli elektrikli aracı

Togg'a da değinen TİM Başkanı Mustafa Gültepe, "Son yıllarda Made in Türkiye algısını yükseltecek markalar çıkarıyoruz. Cumhuriyet Bayramı'nda ilki banttan indirilen yerli otomobilimiz Togg, katma değeri çok daha yüksek yeni bir markamız oldu. Biz de TİM olarak otomobil tercihimizi Togg'dan yana kullanacağız. Üretimi ve kullanımını artırdıkça inşallah dünyada aranan bir marka haline gelecek." dedi.

Otomotiv sektörünün Türkiye'nin en fazla ihracat yapan sektörü olduğunu hatırlatan Başkan Gültepe, "Yılın ilk sekiz ayında küresel pazara paralel olarak Türk otomotiv ihracatımız, diğer sektörlerle nazaran daha sınırlı bir büyüme kaydetti. Fakat Eylül ayı itibarıyla otomotiv ihracatında bir artış söz konusu. Otomotiv sektörü yılı 30 milyar doların üzerinde ihracat ile kapatacaktır. 2023 yılı Togg için tanıtım ve kalitesini, teknolojisini ispatlama yılı olacaktır. Otomotiv sektörü çevreci bir dönüş halinde ve elektrikli araçların sayısı her geçen gün artmakta. Yerli aracın böyle bir teknoloji ile pazara girmiş olması dönüşümü yakalamak anlamında oldukça önemli. Güçlü bir tanıtım ile otomotiv ihracatına da büyük bir katma değer sağlayacaktır." diye konuştu.

Başkan Gültepe şunları söyledi: "Özellikle net ihracat değeri olarak Türkiye ekonomisine çok büyük fayda sağlayacak ve ithalatı azaltacak. Bu da özellikle cari açık verdiğimiz noktalarda, çok büyük bir fayda sağlayacak. Umuyorum ki bu bir örnek olur. Savunma sanayimizde olduğu gibi otomotiv sanayimiz de kendi üretimini yapan ve kendi

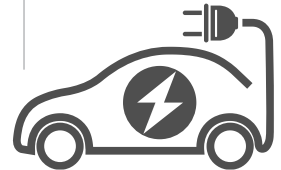


markasıyla dünyayı dolaşan bir sektör hâline gelir. Türk otomobilinin dünya pazarlarında dolaşması, bence çarpan etkisi yaparak diğer sektörlerin de ivmesini yukarı kaldıracaktır."

FİYATI MERAKLA BEKLENİYOR

Togg'un ilk modeli C-SUV'un ön siparişleri Şubat ayında alınmaya başlanacak. Piyasaya çıktığı anda kendi sınıfındaki araçlarla fiyat anlamında rekabet edebileceğini belirten Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Mart ayında bir değerlendirmeye fiyat tespitinin yapılacağını belirtti. "Elektrikli aracı teşvik etmek, sevdirmek bizim için maharet olacak." diye konuşan Cumhurbaşkanı Erdoğan, Temmuz 2022'deki ÖTV indirimini hatırlatarak yeni vergi düzenlemesiyle elektrikli araç için yeni vergi oranının yüzde 10 olarak belirlendiğini açıkladı. Öte yandan Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati, kamu bankalarının Togg alımında gerekirse kâr etmeyecek şekilde kredi verebileceklerini duyurdu. Togg'un ilk siparişini ise Azerbaycan Devlet Başkanı Haydar Aliyev verdi.

Umuyorum ki bu, bir örnek olur. Savunma sanayimiz gibi otomotiv sanayimiz de kendi üretimini yapan ve kendi markasıyla dünyayı dolaşan bir sektör hâline gelir."





Avrupa'da enerji krizi nedeniyle üretimin durma noktasına gelmesi, ilave tedarik ihtiyacını gündeme getirdi. Türkiye ise enerji güvenliği ve coğrafi konumu sayesinde Avrupa'nın gözündeki cazibesini artırıyor.

Avrupa'nın enerji krizi Türkiye için bir fırsat mı?

AVRUPA'YA ENERJİ MOLASI, TÜRKİYE'YE FAZLA MESAI

R

usya-Ukrayna Savaşı başladığından beri Avrupa ile Rusya arasındaki restleşme sürüyor. Avrupa'nın

Rusya'ya yönelik siyasi ve ekonomik yaptırımlarıyla başlayan restleşmede, Rusya'nın Avrupa'ya doğal gaz akışını kesmesiyle bölgenin sanayisi büyük darbe aldı. Enerji maliyetleri geçen yıla göre 10 katına çıktığından, sanayiciler yüksek elektrik ve doğal

gaz faturalarıyla baş edemez hâle geldi. Yüksek enerji maliyetleri nedeniyle ne yapacağını şaşırان Avrupalı sanayicilerin kimi üretimi yavaşlatma, kimi de tamamen durdurma kararı aldı.

Enerji fiyatlarındaki aşırı yükselme, Avrupa'nın dört bir yanından bu tür haberlerin daha sık duyulmasına neden oldu. Hollanda'da alüminyum fabrikası Damco, çinko üreticisi Nrystar Eylül ayında üretimini durdururken

AB LİDERLER ZİRVESİ'NDEN KRİZE KARŞI "DAYANIŞMA" VURGUSU

AB devlet ve hükümet başkanları, 20-21 Ekim 2022'de Belçika'nın başkenti Brüksel'de olağanüstü bir zirvede buluştu. Enerji krizinin gündemde olduğu zirve toplantısı sonucu bir bildiri yayımlandı. Bildiride tavsiye niteliğinde, enerji talebinin azaltılması amacıyla tasarruf yapılması, arz güvenliğinin sağlanması ve fiyatların gerek lokal gerekse ulusal olarak ve AB genelinde düşürülmesi için iş birliğine gidilmesinin altı çizildi. Yenilenebilir enerji kaynakları kullanımının da teşvik edilmesi yönünde tavsiyede bulunulan bildiride Rus doğal gazının kesilmesi hâlinde alternatiflerin ne olacağı konusu açıklığa kavuşmadı.

Alman alüminyum lideri Speira GmbH üretim kapasitesini yarıya düşüreceğini açıkladı. Fransalı köklü cam üreticisi Duralex, artık imalat yapamayacaklarını ve yüksek enerji maliyetlerinin üretimlerinin sürdürülebilirliğine imkân bırakmadığını ifade etti. Yine İsveç'teki kâğıt fabrikası Lessebo da üretimi durdurma kararını kamuoyuna duyurdu.

METAL SEKTÖRÜ DESTEK İSTEDİ

Avrupa'da enerji krizinden en çok etkilenen sektörlerin başında özellikle metal sektörü geliyor. Alüminyum ve çinko kapasitesinde yüzde 50 oranında azalma görülürken bakır, nikel ve silikon sektörleri de olumsuz etkileniyor. Metal sektöründeki bu kayıpların bölgenin otomotivden savunmaya çeşitli stratejik sektörlerde daha büyük krizlere yol açmasından endişe ediliyor. Enerji sıkıntısının devam etmesi hâlinde ekonomide bozulmaların ve dışa bağımlılığın artacağı öngörülüyor. Bu konuda harekete geçen Avrupa'daki demir dışı metal üreticilerinin temsilcisi olan Avrupa Metaller Birliği (Eurometaux), AB temsilcilerine 50'ye yakın üyenin imzalarının bulunduğu bir mektup

gönderdi. Mektupta sektörün enerji krizi tehdidi altında olduğuna dikkat çekerek endişelerini paylaşan metal sanayicileri, AB'den "acil destek" talebinde bulundu.

TİCARETİN YÖRÜNGESİ Mİ DEĞİŞİYOR?

Enerjide yaşanan kısıtlamalar ve maliyet artışlarının devam etmesi durumunda, siparişlerin Avrupa'ya göre enerji güvenliği olan ve düşük maliyetli bölgelere kayması bekleniyor. Bu bölgeler içinde adı geçen ülkelerden biri de Türkiye. Pandemi nedeniyle kırılan küresel tedarik zincirini lehine çevirmeyi başaran Türkiye, ihracat rekorlarına imza atmıştı. Benzer bir küresel fırsat, Avrupa'daki enerji krizi için de dile getiriliyor. Bazı sektör temsilcileri, Avrupa'da siparişlerin teslimindeki aksamalar nedeniyle, var olan talebin Türkiye'ye yönelebileceğini düşünüyor. Nitekim küresel ekonomideki olumsuz iklime rağmen Türkiye ihracatta yeni rekorlar kırmaya devam ediyor. 22,6 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek eylül ayı performansını gerçekleştiren Türkiye ihracatı, yılın ilk dokuz ayında 188 milyar doları, son 12 ayda ise 252 milyar doları aştı.





Enerjide yaşanan kısıtlamalar ve maliyet artışlarının devam etmesi durumunda, siparişlerin Avrupa'ya göre enerji güvenliği olan ve düşük maliyetli bölgelere kayması bekleniyor.

2021 yılında 15 sektörde birden ihracat artarken kimyevi maddeler, 2,9 milyar dolarlık ihracatla birinci sektör oldu. Sektörü, 2,7 milyar dolarla otomotiv, 1,9 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon, 1,7 milyar dolarla çelik, 1,3 milyar dolarla elektrik elektronik sektörü takip etti.

Türkiye'nin ilk beş sektöründe dördüncü sırada yer alan çelik sektörünün, AB'nin Belarus ve Rusya'dan çelik ihracatını yasaklamasıyla ihracatta daha fazla pay alması bekleniyor. Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 2,2 payına sahip çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri ihracatı ise yılın ilk sekiz aylık döneminde ülke ihracatının üzerinde artarak yüzde 24 büyüdü ve 3,8 milyar dolar değerinde ihracata ulaştı. Bir başka enerji yoğun sektör olan demir ve demir dışı metallerde de hareketlenme görülüyor. Sektörün ihracatı Ocak-Eylül 2022'de geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 26 artarak 11,1 milyar dolar değerinde gerçekleşti. Ayrıca sektörün ihracatı Eylül ayında bir önceki yılın aynı aya kıyasla yüzde 3,6 artarak 1,1 milyar dolara yükseldi.

TÜRKİYE AVANTAJLI

Avrupa, enerji problemleri nedeniyle enerji yoğun birçok sektörde üretimi askıya alıyor. Bu durumda ihtiyaçlarını dışarıdan karşılama yoluna gidecek olması pek çok ülke açısından yeni fırsatlar doğuruyor. Fakat Avrupa, pandemi ve tedarik sorunu nedeniyle Çin'den, savaş nedeniyle Rusya'dan ihracat yapabilecek durumda değil. Bu nedenle yeni alternatifler bulmak zorunda. ABD, Brezilya, Vietnam, Hindistan gibi ülkelerin adı geçse de enerji yoğun sektörlerde nakliye daha ağır olduğundan ihtiyaçları Türkiye gibi yakın bölgelerden temin etmek maliyet açısından çok daha avantajlı görünüyor.

Enerji güvenliğinde sorunsuz bir ülke olması da yatırımlar ve ticaret açısından Türkiye'yi cazip hâle getiren en önemli etkenlerden biri. Rusya ile sıcak ilişkiler içinde olan Türkiye, doğal gaz temini açısından herhangi bir sorun yaşayacak gibi görünmüyor. Ayrıca her ne kadar enerji maliyetleri Türkiye'de de yüksek olsa da Avrupa'nın maliyetlerine göre çok daha düşük seyrediyor. Bu da Avrupa'nın gözünde Türkiye'yi bir adım daha öne çıkarıyor. Zaten hâlihazırdaki ihracatın yarısını Avrupa ülkelerine yapan Türkiye, artan tedarik talebinin de adresi olacağı gözüyle bakılıyor.



TİM İŞ BİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXIMILES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; konaklama, restoran ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.



Kredi kartı talepleri için son karar Banka tarafından verilecektir.
Banka, kart talebini reddetme veya kefil ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.





İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB)
Yönetim Kurulu Başkanı
ÇETİN TECDELİOĞLU

“REKABETÇİ FİYATLARLA KRİZİ FIRSATA ÇEVİREBİLİRİZ”

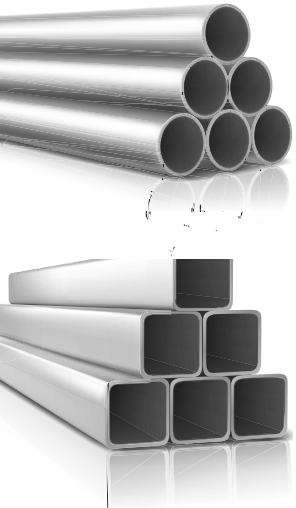
Bildiğiniz üzere enerji maliyetleri bizim piyasamızın önemli göstergelerinden biridir. Rusya-Ukrayna Savaşı da bizim için oldukça önemli bir gündem oluşturuyor. Çünkü kullandığımız ham maddeler içinde, bu ülkelerden temin ettiklerimiz bulunuyor. Doların euro'yu yakalamasıyla birlikte dolarla ithal edip euro ile ihraç eden pek çok şirketimiz zarar yazmaya başladı. Fakat bu olumsuzlukların yanında pandemi döneminde değişen tedarik zinciri ile siparişlerin Asya'dan coğrafyamıza doğru kaydığını gördük. Ülkemiz üretim kabiliyeti, konumu ve sanayi kültürü ile bu fırsatı kalıcı kılabiliriz konumda bulunuyor. İhracatımızdaki artışın en büyük sebebi bence ihracatçı firmalarımızın performansı. Pandeminin etkilerinin azaldığı dönemlerde fuar, heyet gibi organizasyon katılımlarına devam eden firmalar ürünlerimizin gücünü göstermeye devam ediyor. Ticaret Bakanlığımızın sağladığı ihracat teşvikleri üretimimizi destekliyor. Yine Bakanlığımızın açıkladığı Uzak Pazarlar Stratejisi de bizim için önemli bir yol gösterici oluyor. Enerji, özellikle alüminyum, bakır ve döküm sektörlerinde yoğun kullanılıyor. Üretimdeki maliyetlerimizi incelediğimizde enerji giderlerinin yüzdesel olarak bir hayli fazla yer tuttuğunu görebiliriz. Bu nedenle bu krizi atlamak bizim için çok önemli. Eğer enerji konusunda olumlu gelişmeler yaşanır ve rekabetçi fiyatlarla gaz tedarik edebilirsek bu krizi fırsata çevirebiliriz, Türk üreticilerin dünyadaki rekabet gücünü artırabiliriz. Rus Enerji Haftası sırasında Vladimir Putin'in Türkiye'de bir doğal gaz merkezi kurabilecekleri yönündeki açıklamaları birçok sanayi ülkesinin dünyadaki enerji savaşları nedeniyle yeni yatırımlar yapamadığı ortamda pusulayı bize doğru çevirdi. Eğer bu durum gerçekleşirse enerji giderimizi azaltır, sanayi kapasitemizi artırıp daha çok ürünün ihracatını yapabiliriz ve rekabet gücümüzü ise hiç olmadığı kadar artırabiliriz.



Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Yönetim Kurulu Başkanı
ADNAN ASLAN

“CİDDİ BİR DARALMA GÖZLEMLİYORUZ”

Çelik, enerjinin yoğun olarak kullanıldığı bir sektör. Özellikle enerji fiyatlarından kaynaklı üretimde ciddi maliyet artışları oluşturuyor. Üretim maliyeti içinde enerji maliyetlerinin payı geçen seneye göre 4-5 kat artmış durumda. Bu da sektörümüzü derinden etkiliyor. Aynı şekilde küresel resesyon beklentisi de sektörümüzü olumsuz etkiliyor. Üretim maliyetlerinde yaşanan artış nedeniyle mamul fiyatlarında da geçen seneye göre artış yaşandı. Bu nedenle Türkiye'nin çelik ihracatı özellikle Avrupa'ya yapılan ihracatımızın etkisi ile miktar bazında düşüş gösterse de değer bazında artış kaydetmiştir. Ayrıca, Kuzey Afrika ve Orta Doğu pazarları ile Kuzey Amerika pazarlarındaki Rusya ve Ukrayna'nın etkinliğinin azalması bu bölgelerde Türk çeliğine olan talebi canlandırarak ihracatlarımız için fırsat oluşturmaktadır. Avrupa'daki enerji sıkıntısı sektörümüzün en büyük ticari partneri olan Avrupa'nın çelik talebinde yavaşlama yaratıyor. Özellikle son üç aylık üretimimizde çok ciddi bir daralma gözlemliyoruz. Bunun temelinde en büyük pazarımız Avrupa'daki talebin daralması yatıyor. İhracatta yaşanabilecek olası olumsuz gelişmeler üretim kısıntısına ve kapasite kapatmaya yol açabilir. Özellikle Rusya - Ukrayna krizi sonrasında Baltık Ülkelerinden Türk çelik sektörüne olan talebin arttığını görüyoruz. 2022 yılının ilk dokuz ayına baktığımızda Estonya'ya ihracatımız yüzde 392 artışla 70 bin tona dayanırken, Letonya'ya olan ihracatımız da yüzde 30 artışla 21 bin tona yükseldi. Bu rakamların önümüzdeki dönemde daha da yükseleceğini öngörüyoruz. Bu noktada rekabetçiliğin sürdürülebilmesi adına ihracatçı firmalara bazı konularda muafiyetlerin tanınması ve iyileştirmeler yapılması gerektiğini düşünüyoruz.



Buderus



Bu Buderus Kombi. Bu uzmanlık başka kimde var?

3 asır önce başlar Buderus uzmanlığının hikayesi.

Zamanın ötesinde ısıtma sistemleriyle, onu seçenlerin hayatına sıcaklık katan, mavi gezegenimizin geleceğini koruyan, çevre dostu bir markanın hikayesi bu.

Bu Buderus kombi. Enerji verimliliği ve yüksek performansı ile yıllara meydan okuyorsa, köklerinde Buderus uzmanlığı olduğu için.



Reklam filmimizi
izlemek için okutun.



www.buderus.com/tr | 444 5 474



İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKİMİB)
Yönetim Kurulu Başkanı
ADIL PELİSTER

“ÜRETİME DÖNÜK DOĞAL GAZDA MALİYETLERİ HAFİFLETMEK ÖNEMLİ”

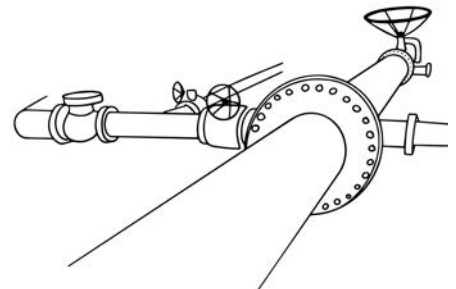
Avrupa'nın enerji ve ekonomik sıkıntı çekmesi bizi de etkiler. Çünkü sektör ihracatımızın yaklaşık yüzde 40'ını Avrupa'ya yapıyoruz. Bununla birlikte Avrupa'nın çekeceği sıkıntılarda euro'nun resesyona bağlı olarak değer kaybetmesi de bizim ihracatımıza parite etkisinden dolayı olumsuz yansıtacaktır. Diğer yandan spot enerji kullanacakları için enerji fiyatlarının artmasına sebebiyet verebilir. Ayrıca kimya sektörünün diğer bütün sektörler arasında yüzde 3 ile yüzde 12 arasında doğrudan veya dolaylı katkısı var. Dolayısıyla Avrupa'daki talep eğrisindeki düşüş diğer sektörleri de etkilemeye başlayacağından bu durum kimya sektörünü de etkileyebilir, bunu göz ardı etmemek gerekiyor. Yani diğer sektörlerin sıkıntıları da kimya sektörüne etki edecektir, diye düşünüyoruz. Türkiye İmalat Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI) Eylül ayında 46,9'a geriledi. Raporda belirtildiği üzere özellikle Avrupa'dan kaynaklanan talep zayıflığına bağlı olarak, kimyasal, plastik ve kauçuk ürünleri sektörümüzde yeni siparişlerde yavaşlama olduğunu görüyoruz. Bu açıdan bakıldığında ihracat pazar çeşitliliğini artırmak, resesyondan veya olumsuz olabilecek gelişmelerden daha az etkilenmek adına önemli. Sermaye ve finansmanı doğru yönetebilmek, yüksek katma değerli üretim ile ihracat kilogram birim değerini artırmak büyük önem taşıyor. Şirketlerin enflasyon muhasebesinin olmamasından dolayı kur kaynaklı kazançlarından vergi ödemeleri devam ediyor. Muhasebe bazında bu durumun bir an evvel çözülmesi gerekiyor. Avrupa Birliği'nde olduğu gibi devletimizin üretime dönük doğal gazda maliyetleri hafifletmek için kısmi ödemeleri almaması ihracatçılarımız için büyük önem arz ediyor. Diğer yandan pandemi sonrası tedarik zincirinin bozulmasından dolayı Türkiye, lojistik avantajı, ürün kalitesi bakımından daha tercih edilir oldu. Bu avantajı dolayısıyla ülkemizin olası resesyondan daha az etkilenmesini umuyoruz.



Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri
İhracatçıları Birliği Başkanı
ERDEM ÇENESİZ

“SEKTÖRLERİMİZE YÖNELİK İLAVE TEDARİK TALEBİ OLUŞTU”

Sektörün yakaladığı büyüme başarısı, küresel ticaretin sınırlı büyüdüğü ve enerji başta olmak üzere tüm maliyetlerin arttığı bir dönemde gerçekleşti. Sektörü en çok zorlayan faktörler ise artan emtia fiyatları ile enerji oldu. Ham madde, tedarik, enerji sıkıntısı ve lojistik maliyetleri sektörü ve firmaları doğal olarak olumsuz etkiledi. Ancak bahsedilen tüm sıkıntılar, pandemi sonrası tüm dünya genelinde ve yine hemen tüm sektörlerde yaşanan sıkıntılardır. Bu nedenle rekabetçilik üzerindeki etki görece daha sınırlı kalmaktadır. Özellikle enerji yoğun sektörlerimiz dünyadaki enerji fiyat artışlarına kıyasla çok daha yüksek enerji zamları ve enerji fiyat artışları ile karşı karşıya kalmış bulunmaktadır. Yine dünyada ortaya çıkan tedarik sıkıntıları ile yüksek lojistik maliyetleri ise “yakından tedarik” eğilimini güçlendirmiştir. Buna bağlı olarak 2021 yılı başından itibaren sektörlerimize yönelik ilave tedarik talebinin oluştuğu görülmektedir. İhracatımızı olumlu etkileyen bu eğilim, 2022 yılından bugüne kadar etkili olmaya devam etmiştir. Enerji sıkıntısının yaşandığı ve bir krize dönüşme olasılığının arttığı Avrupa'da enerji tasarrufuna gidilmektedir. Ayrıca doğal gaz ve elektrik fiyatları da çok yükselmiştir. Bu nedenle Avrupa'da enerji yoğun sektörlerde üretimin planlı olarak azaltıldığı bir döneme girilmiştir. Bu da Türkiye'den ilave tedarik sonucunu doğuracaktır.



LOGO

Logo Yazılım arkanızda işler 1-0 önde

Logo Yazılım, takım ruhu ve yenilikçi çözümleriyle
büyüyen şirketlerin yanında.



niş ihracat



Türkiye'nin en büyük yerli iş yazılım şirketi Logo Yazılım'ın Türkiye Genel Müdürü Akın Sertcan, yazılım ihracatında dünyada daha etkin olabilmek için en önemli unsurlardan birinin markalaşma olduğuna dikkat çekiyor.

"Yazılım ihracatında ÖNEMLİ OLAN, MARKALAŞMA"

TÜRKİYE'DE İŞ YAZILIM

sektörüne yönelik yenilikçi çözüm ve hizmetler üreten Logo Yazılım, 30'u aşkın ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Başarısını AR-GE ve inovasyondan alan Logo Yazılım'ın ekibinin yüzde 70'i bu alanda çalışıyor. 2022'de şirket geliri içinde yüzde 37'lik bir pay ayrılan AR-GE, Logo'nun istikrarlı büyümesine katkıda bulunuyor. Gelecek dönemde yazılım ve teknoloji çözümlerini bir hizmet olarak sunabilmeyi, dikey çözüm alanlarına odaklanmayı ve uluslararası bir marka hâline gelmeyi hedefleyen Logo Yazılım'ın Genel Müdürü Akın Sertcan ile konuştuk.

Şirketler özellikle pandemiyle birlikte, değişen dünya koşullarına göre ürünlerini, hizmetlerini ve iş modellerini dijitalleştirerek dönüştürmeye başladı. Türkiye'nin en büyük yerli iş yazılım şirketlerinden biri olarak bu dönüşümü nasıl değerlendiriyorsunuz ve şirketlerin bu dönüşümünün neresinde yer alıyorsunuz?

Sektörümüz, pandemi sürecinde iş dünyasında ve yaşamın tüm alanlarında görülen önemli değişimleri destekleyerek hizmet sunduğu sektörleri şekillendirmede büyük bir rol oynadı. Bu dönemde bulut teknolojileri, yeni iş yapış modellerini ve süreçlerini



şekillendirmek için kritik bir araç hâline geldi. Logo Yazılım olarak bütün bu değişim ve dönüşümlerde süreçleri yöneten ve şirketlerin sağlıklı bilgi akışını sağlayan kılcal damar görevini üstleniyoruz. KOBİ'lerden büyük kurumsal işletmelere kadar tüm müşterilerimizin dijital dönüşüm yolculuklarında onlarla birlikte yürüyor; güvendikleri bir çözüm ortağı olarak onlara ihtiyaç duydukları desteği veriyoruz. Dijital dönüşümü salt bir teknoloji dönüşümünün ötesinde ele alıyor, şirketlerin iş yapma şekillerinin dönüşümü olarak görüyoruz.

İçinde bulunduğumuz dönemde "mobilité" ve buna olanak sağlayan bulut bilişim hizmet modellerinin yaygınlaşması, "derin öğrenme" ve şirketlerin entegre şekilde tüm süreçlerini dijitalleştirilmesiyle ortaya çıkan "büyük veri" giderek önem kazanıyor. İnsan ve makine arasındaki tek yönlü iletişimin artık makine öğrenmesiyle çift yönlü hâle gelmesi olarak anlatabileceğimiz "derin öğrenme" ile verdiğimiz komutlara göre algoritmalar oluşturarak bize öneri ve alternatifler sunan yazılımlar



Akın Sertcan: "Yazılım, dolar bazında büyüme beklentisinin olduğu, Türkiye'ye katma değer sağlayabilecek, ihracat potansiyeli yüksek bir sektör."

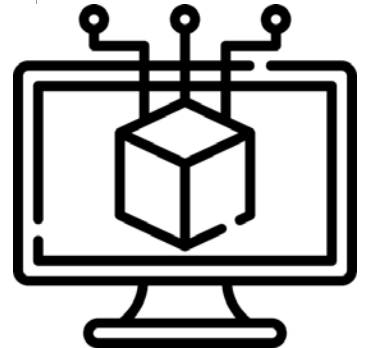


hayatımıza girdi. Geliştirilen bu yazılımlar, gelecek dönemde derin öğrenme ile şirketlerin iş yapma şekillerine dair öneriler getirerek işlerine katma değer sağlayacaklar.

Türkiye'nin hizmet ihracatındaki potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce yazılım ihracatında Türkiye'nin etkinliğini artırabilmesi için neler yapmak gerekiyor?

Yazılım sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye'de de büyümeye devam ediyor. Yazılım, gelecek dönemde dolar bazında büyüme beklentisinin olduğu, Türkiye'ye katma değer sağlayabilecek, ihracat potansiyeli yüksek bir sektör.

TÜBİSAD Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü Pazar Verileri Raporu'na göre, bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe 2021'de bir önceki yıla göre yüzde 58 artışla 17,5 milyar TL'lik ihracat gerçekleştirildi. Kategoriler arasındaki dağılımlara göre en büyük payı BT yazılım aldı ve bu kategorideki ihracat yüzde 62 artarak 15 milyar TL'ye ulaştı. Dolar bazında ise 2021'de bir önceki yıla göre yüzde 30'un üzerinde artarak 2 milyar dolara çıktı. Bulut





niş ihracat



teknolojilerin yaygınlaşması gibi yazılım sektöründeki teknolojik gelişmeler de ihracat potansiyelini ve katma değerini olumlu yönde etkiliyor. Bulut dönüşümdeki ivmelenmenin Türkiye'deki yazılım firmalarının uluslararasılaşma fırsatlarını daha da artıracığını öngörüyoruz. Yapay zekâ, makine öğrenmesi ve blok zinciri yatırımları da katma değer sağlayabilecek diğer alanlar.

Yazılım ihracatında dünyada daha etkin olabilmek için en önemli unsurlardan bir tanesi markalaşma. Yazılım sektöründe de marka sadakati ve duygusal bağlılığı artırmak önemli. Ürün ve hizmet kalitesinden öte toplumsal sorumluluklar, çalışan bağlılığı, kurumsal yönetim (adil, şeffaf, sorumlu, hesap verebilir) anlayışı gibi boyutlarda güven, marka sadakatini güçlendirebilir. Bu anlamda, bu yıl yürürlüğe giren Türkiye Bilişim Sektörünün Uluslararasılaşması ve E-Turquality (Bilişimin Yıldızları) Programı sektörümüz için önemli bir gelişme. E-Turquality Programı ile ihracat yapan veya yapma girişiminde olan

yazılım ve bilişim firmalarına büyük destekler sağlanmış olacak.

Dünya teknoloji trendleri ve gelişen iş yazılımları hangi noktada? Bu etkenlerin iş hayatını nasıl dönüştürmesi bekleniyor?

Gelecek dönemde öncelikle bulut bilişim, makine öğrenmesi ve büyük veri teknolojilerinin ön planda olacağını öngörüyoruz. Bu üç başlık, değişen dünya koşullarına ve kullanıcı davranışlarına uyum sağlayabilmek ve rekabette öne geçebilmek için ürünlerini, hizmetlerini ve iş modellerini dijitalleştiren şirketlerin dönüşüm odağında olacak. Bulut bilişimin getirdiği fırsatlar sayesinde yer ve zamandan bağımsız (mobilité) olarak iş yapmak giderek yaygınlaşıyor. Masaüstü ve mobil cihazlar üzerinde de kullanılabilen çözümler ile karmaşık sistemler kesintisiz olarak yönetilip kontrol edilebiliyor. Bilgilere anlık erişim sonucunda iş süreçleri daha verimli olurken zaman ve maliyetten de tasarruf sağlanıyor.

Makine öğrenmesi ise iş yazılımlarında değerli verileri kullanarak iş süreçlerinin iyileştirilmesi, farklı sektör ve iş

"ÜÇ STRATEJİ BELİRLDİK"

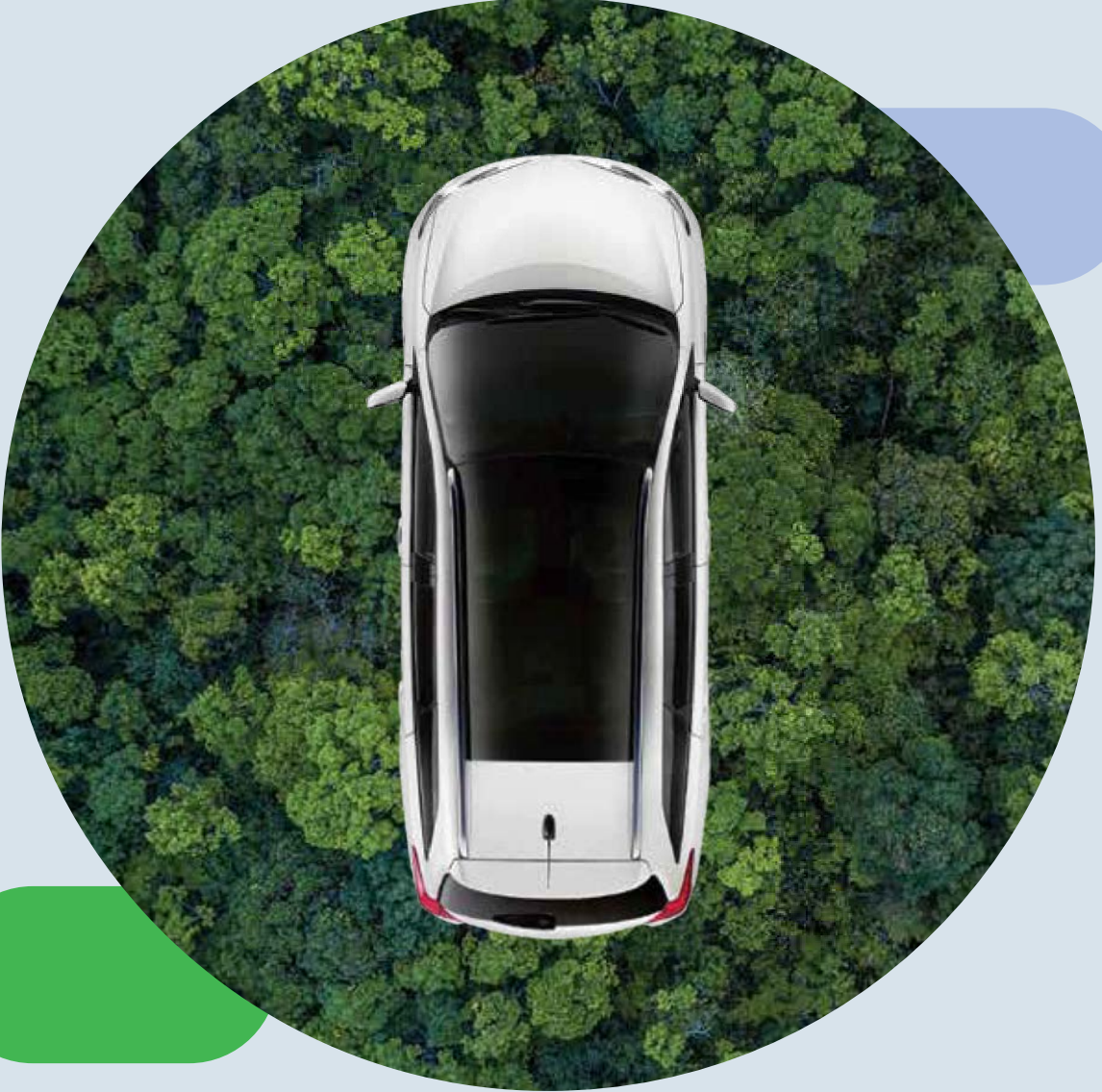
Gelecek dönemde Logo Yazılım olarak odaklanacağımız üç strateji belirledik. Bunlar; yazılım ve teknoloji çözümlerini bir hizmet olarak sunabilmek, dikey çözüm alanlarına odaklanmak, yani belirli niş alanlarda, seçtiğimiz sektörlerle ve/veya iş fonksiyonlarına yönelik uzmanlaşmış çözümler üretmek. Üçüncü stratejimiz ise uluslararasılaşmak. Bu kapsamda içinde bulunduğumuz coğrafyada önce bölgesel ölçekte rekabet eden bir yazılım firması olarak Romanya ve Hindistan'daki şirketlerimizle yurt dışı pazarlara yönelik yeni ürün geliştirme, tutundurma ve pazarlama faaliyetlerimizi artırarak sürdüreceğiz. Ölçeğimizi daha da genişletip, bizim için fırsatlar sunabileceğini öngördüğümüz yeni pazarlara girmeyi ve gelir kanallarımızı çeşitlendirmeyi hedefliyoruz.

Hedefimiz



0 çekmek

Hedef Filo'nun sıfır emisyonlu doğa dostu elektrikli araçlarıyla filonuz güçlensin, gelecek dönüşün.



 HedefFilo

fonksiyonlarına yönelik katma değerli ürün ve hizmetler sunulmasını sağlıyor. Önümüzdeki süreçte şirketler açısından müşterilerini anlamak, doğru segmente etmek ve tam da onların ihtiyaçlarına yönelik etkili kampanyalar kurgulamak mümkün hâle gelecek.

Makine öğrenmesi iş yazılımlarında değerli verileri kullanarak iş süreçlerinin iyileştirilmesi, farklı sektör ve iş fonksiyonlarına yönelik katma değerli ürün ve hizmetler sunulmasını sağlıyor.

Bir şirketin tüm ekosistemin bütünsel olarak dijitalleşmesiyle o şirketin tedarikçileri ve müşterileriyle yarattığı tüm veri ve bu verinin yorumlanıp tüm süreçlerde kullanılması iş yapma biçimlerini değiştiriyor ve geliştiriyor. Değişen iş kültüründe bırakılan her iz, anlamlandırılmak üzere biriken "büyük veri"ye dönüşüyor. Bu verilerin yorumlanması ile tüm paydaşların arasındaki veri akışını düzenleyen, entegre eden, konuşturan sistemlere ihtiyaç duyuluyor.



Logo Yazılım, 2022'in ilk altı ayında satış gelirlerini geçen yıla oranla yüzde 100 artırarak 657 milyon liraya yükseltti. Bu başarıyı hangi faktörlere bağlıyorsunuz?

Logo Yazılım olarak, 2022'nin ilk yarısında oldukça başarılı finansal sonuçlar elde ettik. Satış gelirlerimizin yanı sıra faiz, amortisman ve vergi öncesi kârımız (FAVÖK) yüzde 101 oranında arttı, net kârımız ise yüzde 100 artış göstererek 239 milyon TL'ye ulaştı. Türkiye operasyonlarından elde ettiğimiz geliri yeni müşteri kazanımı ve mevcut müşterilerin harcamalarındaki artışla yüzde 102 oranında artırdık. İlk yarı yıl finansal sonuçlarıyla beraber 2022 yılı beklentilerimizi de yukarı yönlü yeniledik. Buna göre bir önceki yıla oranla UFRS satış gelirlerinde yüzde 88, vergi öncesi kârda yüzde 57 büyüme öngörüyoruz.

Bu başarının ardında çok güçlü ve deneyimli bir ekip ve gelişmeleri doğru okuyan, stratejileri doğru belirleyen bir vizyon var. Biz, Logo Yazılım olarak hedeflerimizi müşterilerimize ve tüm ekosistemimize daha fazla değer yaratma gayesiyle şekillendiriyoruz. Şirket kültürümüzün temellerinde yer alan müşteri odaklı yaklaşımımız gereği bütünsel müşteri deneyimi stratejisi oluşturmayı, müşteri memnuniyetini artırarak marka bağlılığına dönüştürmeyi ve sürdürülebilir, uçtan uca müşteri odaklı bir Logo deneyimi sunmayı önemsiyoruz. Hizmet odaklı bir yazılım anlayışını hedefleyerek müşterilerimize ihtiyaç duydukları tüm desteği vermeyi amaçlıyoruz. Tüm paydaşlarımıza rehberlik etmek, teknoloji ve bilişim çağında kanaat önderi olma misyonumuzu yerine getirmek için var gücümüzle çalışıyoruz.



KUZEY REN-VESTFALYA. BİZE KATILIN.

EUROPE'S | | | | HEARTBEAT

► Almanya ekonomisinin güç merkezi Kuzey Ren-Vestfalya'yı (NRW) keşfedin!
Endüstri 4.0, akıllı şehirler, biyoteknoloji ve yeni mobilite gibi gelişen teknolojilerde
çığır açanları kucaklıyoruz. NRW'ye hoş geldiniz! www.nrwglobalbusiness.com



Yurt içi ve Yurt dışı Lojistik Hizmetleri



50. yıl


Cengizhan[®]
lojistik


CI International
Transport 

www.cengizhanlojistik.com.tr



ekonomi radarı

TÜRKİYE'DEN UZAK DOĞU'YA YAKIN MARKAJ

Son zamanlarda Uzak Doğu ve Asya bölgelerindeki iş birlikleri dünya gündeminde. Şanghay İş Birliği Örgütü'nün diyalog ortağı olan Türkiye, dünyanın en büyük bölgesel ticaret anlaşması RCEP'te de diyalog ülke statüsü elde ederek Asya'daki konumunu güçlendirmeyi hedefliyor.



Dünya ticaretinin yüzde 40'ını ve küresel millî gelirin yüzde 30'unu kapsayan Şanghay İş Birliği Örgütü, beş ülkeyle çıktığı yolculukta bugün dokuz ülkeye ulaştı.



2010 YILINDA ASYA

ÜLKELERİNİN kendi aralarında gerçekleştirdiği ticaret yüzde 32 iken 2020'de bu oran yüzde 60'a çıktı. Yine Avrupa ülkelerinin kendi içinde gerçekleştirdiği ticaretin payı yüzde 70 olarak ifade ediliyor. Bu rakamlar da gösteriyor ki son yıllarda gerek uluslararası ticaret gerekse stratejik ortaklıklar çerçevesinde bölgeselleşme eğilimi artıyor. Özellikle pandemiyle birlikte küresel tedarik zincirlerinin kopması, ülkelerin kendi bölgelerindeki yeni entegrasyonlarına hız kazandırdı. Coğrafi olarak yakın ülkeler, rakip yapılanmalara karşı kendi saflarını sıkılaştırıyor.

Rusya-Ukrayna Savaşı ve Çin Tayvan gerilimi ise son dönemdeki iş birliklerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynuyor. Bir taraftan Rusya-Ukrayna Savaşı nedeniyle Rusya ve AB ülkeleri arasındaki çekişme, diğer yandan Çin-Tayvan arasındaki gerginliğe ABD'nin dâhil olmasıyla doğu ve batı arasındaki ipler daha da gerildi. Ukrayna ve Tayvan gerilimleri nedeniyle Pekin ve Moskova, Batı'ya karşı daha fazla dayanışma içinde olma kararı alırken Avrupa ve Amerika'nın nasıl tavır alacağı merak ediliyor.



ŞANGHAY BEŞLİSİ GENİŞLİYOR

Son dönemde Asya ve Uzakdoğu'da yoğunlaşan iş birliklerinde iki önemli yapılanma öne çıkıyor. Bunlardan biri Şanghay İş Birliği Örgütü (ŞİÖ) önceki adıyla "Şanghay Beşlisi". 1996 yılında Çin, Rusya, Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan'ın katılımıyla kurulan örgüt, zaman içinde üye sayısını artırdığı için Şanghay İş Birliği Örgütü'ne evrildi. Bölgesel barış, güvenlik ve istikrarın korunması amacıyla hayata geçirilen örgüt, bölgedeki ekonomik bütünlüğü de korumaya çalışıyor. Dünya ticaretinin yüzde 40'ını ve millî gelirin yüzde 30'unu kapsayan ŞİÖ, 2001 yılında Özbekistan'ın katılımıyla üye sayısını altıya yükseltti. 2017 yılında


%40
ŞİÖ'NÜN DÜNYA
TİCARETİNDEKİ PAYI



26
trilyon dolar
RCEP ÜLKELERİNİN
EKONOMİSİ

gerçekleştirilen zirvede Hindistan'ı ve Pakistan'ı da oluşuma ekleyen Şanghay İş Birliği Örgütü son olarak 2021 yılında İran'ı kabul ederek dokuz üye ülkeye ulaştı.

2012 yılında Türkiye'nin diyalog ortağı olarak kabul edildiği Şanghay İş Birliği Örgütü, son zamanlarda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 22. zirveye özel konuk olarak katılmasıyla yeniden gündeme geldi. Özbekistan'ın Semerkant kentinde düzenlenen ve Türkiye'nin ilk defa Cumhurbaşkanlığı düzeyinde katılım sağladığı zirvede Erdoğan, Rusya lideri Vladimir Putin ve Çin Devlet Başkanı Şi Cinqing başta olmak üzere üye ülkelerin devlet başkanlarıyla ikili görüşmeler gerçekleştirdi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Şanghay İş Birliği Örgütü'ne duyduğu ilgi aslında, 2005 yılında Kazakistan'a yaptığı ziyarete uzanıyor. Hatta Erdoğan,



Vladimir Putin ile 18 Temmuz'da yaptığı görüşmede "Bizi Şanghay Beşlisi'ne dâhil edin, biz de AB sürecini gözden geçirelim şeklinde bir latife yaptım." demişti. Kimi uzmanlara göre ŞİÖ, NATO ve AB gibi Türkiye'nin batıyla iş birliklerine bir alternatif olarak değerlendirildi. Oysa Erdoğan, "Bizim için aslında AB sürecini unutmak, kaybetmek diye bir şey söz konusu değil." diyerek Türkiye'nin, çıkarları doğrultusunda her masada yeri olması gerektiğinin altını çizdi. Yani Türkiye batıdan vazgeçmeden, doğudaki iş birliklerinin yaratacağı fırsatları da ıskalamadan dünyadaki önemli oluşumlarda söz sahibi olmak istiyor.

EN BÜYÜK BÖLGESEL TİCARET ANLAŞMASI: RCEP

Öte yandan çok yakın bir zamanda, Uzakdoğu'da küresel ekonomi dinamiğini etkileyecek çok önemli bir gelişme daha gerçekleşti. Sekiz yıl süren müzakerelerin ardından dünyanın en büyük bölgesel ekonomik ortaklık anlaşması RCEP (The Regional Comprehensive Economic Partnership) müzakerelerinde sona gelindi. 2020 yılında 15 ülke RCEP konusunda anlaşmaya varmıştı fakat anlaşmanın yürürlüğe girmesi için iki yıl daha geçti. ASEAN (Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği) Liderler Zirvesi kapsamında 2022 Ocak ayı itibarıyla yürürlüğe alınan RCEP, hem 15 Asya ülkesi için hem de küresel ekonomi dengesi için yeni bir başlangıcı temsil ediyor. Dünya nüfusunun 2,3 milyarına ev sahipliği yapan RCEP ülkeleri, 26 trilyon dolarlık bir ekonomiye sahip. Yeni blok ile bölgesel ticaret şartlarının düzenlenmesi ve iyileştirilmesiyle birlikte üye ülkelerin karşılıklı çıkarlarının gözetilmesi



ekonomi racları

amaçlanıyor. ASEAN üyesi 10 ülke (Malezya, Endonezya, Filipinler, Singapur, Tayland, Kamboçya, Brunei, Myanmar, Laos ve Vietnam) ile Çin, Japonya, Güney Kore, Avustralya ve Yeni Zelanda arasında imzalanan serbest ticaret anlaşması, küresel ekonominin yüzde 30'dan fazlasına tekabül ediyor. Özellikle Çin'in Asya-Pasifik bölgesindeki gücünü artıracak gibi gözle bakılan RCEP anlaşmasının, anlaşmanın dışında kalan ABD ve AB ülkelerini nasıl etkileyeceği merak konusu. Bölgesel entegrasyonu güçlendiren önemli bir adım olarak değerlendirilen anlaşma ile aynı zamanda pandemi sonrası küresel ekonomiye yeniden ivme kazandıracağı inancı hâkim.

HEDEF: DİYALOG ORTAKLIĞI

RCEP sonrası küresel ekonominin nasıl şekilleneceği tartışılırken Türkiye'nin lehine ne gibi etkiler olacağı üzerinde de duruluyor. Öncelikle Türkiye'nin Güney Kore, Malezya ve Singapur ile bulunan serbest ticaret anlaşmaları, diğer

RCEP ülkelerine ulaşmak için önemli bir avantaj. Yine Türkiye'nin 2017'de ASEAN ülkeleri ile sektörel diyalog ortaklığı ve 2019 yılında karşılıklı iş birliğini geliştirmek üzere beş yıllık yol haritası bulunuyor. Asıl hedef ise RCEP'te diyalog ortaklığı statüsü elde edilerek ASEAN üyesi 10 ülke

Dünya nüfusunun 2,3 milyara ev sahipliği yapan RCEP ülkeleri, 26 trilyon dolarlık bir ekonomiye sahip.

ile iş birliklerinin artırılması. Bu amaçla Dışişleri Bakanlığı nezdinde sürdürülen "Yeniden Asya" inisiyatifi ile birlikte tüm Asya ülkeleriyle ve bölgesel örgütlerle kapsamlı bir yaklaşım ortaya konularak ilişkilerin güçlendirilmesi amaçlanıyor. Diğer yandan Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında Asya ülkeleri Çin, Japonya, Güney Kore, Pakistan, Hindistan, Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler ve Vietnam'a ihracatın artırılması hedefleniyor.

MEVCUT DİŞ TİCARET NE DURUMDA?

Şanghay İş Birliği Örgütü ülkeleri ile dış ticaret cephesinde Türkiye'nin aleyhine bir tablo söz konusu. 2021 yılı verilerine göre dokuz ŞİÖ ülkesine Türkiye'nin ihracatı 18,42 milyar dolarken bu ülkelere ithalatı 75,95 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu durumda dış ticaret açığı 57,53 milyar dolar olarak kaydedildi. Bu ülkelerin oluşturduğu dış ticaret açığının, aynı zamanda tüm Türkiye'nin 2021 toplam dış ticaret açığından yaklaşık yüzde 25 daha fazla olduğu dikkat çekiyor.

Türkiye'nin RCEP kapsamında yaptığı dış ticaret verilerine bakıldığında ise 2020'de 15 ülkenin 10'una dış ticaret açığı verildiği görülüyor. RCEP üyesi ülkelere 2020 yılında toplam 6,4 milyar dolar gerçekleşen toplam ihracata karşılık ithalat 37,6 milyar dolar şeklinde. Yani 31,1 milyar dolar seviyesinde bir dış ticaret açığı görülüyor. Ayrıca Türkiye toplam ihracatının sadece yüzde 3,8'lik miktarını RCEP Anlaşması'na üye ülkelere gerçekleştiriyor. Bu ülkeler içinde en çok ihracat yapılan ülke ise 2,7 milyar dolar ile Çin. Fakat dünya geneline bakıldığında Çin, Türkiye ihracatında 15. sırada. Öte yandan en çok ithalat yapılan RCEP ülkeleri arasında yine Çin ilk sırada yer alıyor.

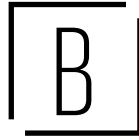


İhracatçı birlikler

BATI AKDENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ

hedef büyüttü

Ülke ihracatının yüzde 1,15'ini karşılayan Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (BAİB), geçen yılki 2,5 milyar dolarlık ihracatını kısa vadede 3 milyar dolara, orta vadede 5 milyar dolara yükseltmeyi hedefliyor. Bölgede, özellikle kimyevi maddeler ve mamulleri ile demir ve demir dışı metaller sektörlerindeki ivmelenme dikkat çekiyor.



u yılın ilk dokuz ayında sadece yaş meyve sebze ihracatında yarım milyar dolar değerinde ihracata ulaşan BAİB, ihracatı artırma çalışmalarını

hız kesmeden sürdürüyor. Hedef pazarlara göre sektörel ticaret heyetleri düzenlediklerini belirten Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Mirza Çavuşoğlu, Ticaret Bakanlığı'nın Uzak Ülkeler Stratejisi'ni de desteklediklerini söyledi.

Bölge olarak Türkiye'nin genel ihracatına ve büyümesine yaptığınız katılardan bahsedebilir misiniz?

Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği (BAİB) bilindiği gibi faaliyetlerini Antalya, Burdur ve Isparta illerimizde yürütmekte. Geçen yıl 2,5 milyar doların üzerinde bir ihracat gerçekleştirdik. Bu yıl önce bu rakamı yakalamayı daha sonra da artırmayı hedefliyoruz. Birliğimiz ülkemiz ihracatının yüzde 1,15'ini gerçekleştirmekte. Hedefimiz ihracat rakamlarımızı daha da artırmak. Kısa vadede 3 milyar dolar, orta vadede de 5 milyar dolar ihracat rakamına ulaşmak. Bölge olarak bu hedeflere ulaşabilecek potansiyelimiz var. BAİB olarak hedeflerimize ulaşmak için ihracatı artırıcı çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz.

2022 yılının ilk üç çeyreğinde hangi sektörlerde ne kadarlık ihracata imza attınız?

Eylül ayı sonu itibarıyla bölgemizden 1 milyar 932 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Dokuz aylık dönemde en fazla ihracat gerçekleştiren sektörümüz 489 milyon dolar ile yaş meyve sebze sektörü oldu. Bu sektörümüzü 404,9 milyon dolarla doğal taş ağırlıklı maden ve metaller sektörümüz izledi. Yaş meyve sebze ile maden ve metaller sektörümüzün payı toplam ihracatımızın yüzde 45'ine tekabül etmekte. En fazla ihracat gerçekleştiren üçüncü sektörümüz ise Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri. Sektörümüzün dokuz aylık ihracatı 226 milyon dolar. Listenin dördüncü sırasında 194,1 milyon dolarla Kimyevi Maddeler ve Mamulleri sektörümüz gelirken beşinci sırada 103,9 milyon dolarla Demir ve Demir Dışı Metaller sektörümüz yer alıyor. Bu iki sektörümüz son yıllarda ciddi ivme kazanmakta. İhracatlarını ciddi oranda artırıyorlar. Eylül ayı sonu itibarıyla kimyevi maddeler ve mamulleri sektörümüz ihracatını yüzde 22,4 oranında, demir ve demir dışı metaller sektörümüz ise yüzde 17,1 oranında artırmış durumda.

Sizce Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında ihracatın artırılabilmesi için neler yapılmalı?

Uzak Ülkeler Stratejisi'ni BAİB olarak destekliyoruz. Ve bu doğrultuda arzu edilen noktaya erişebilmek için çalışmalarımızı aralıksız sürdürüyoruz. Bu çerçevede önümüzdeki süreçte Güney Kore'ye bir sektörel ticaret heyeti düzenleyeceğiz. Kozmetik sektörümüzü yönelik olacak ticaret heyetinde amacımız Batı Akdeniz'in başta gül yağı olmak üzere,



“Dokuz aylık dönemde en fazla ihracat gerçekleştiren sektörümüz 489 milyon dolar ile yaş meyve sebze sektörü oldu.”



lavanta yağı, tıbbi ve aromatik bitki yağları ile makyaj malzemelerini Güney Koreli alıcılara ulaştırmak. BAİB Yönetim Kurulu olarak bu ticaret heyetine büyük önem veriyoruz. Uzak Ülkeler Stratejisi çerçevesinde çalışmalarımız elbette Güney Kore ile sınırlı değil. Bu çerçevede doğal taş sektörümüz için Güney Afrika'ya sektörel ticaret heyeti düzenledik. Oldukça başarılı geçen heyet çerçevesinde Güney Afrikalı doğal taş ithalatçılarıyla, proje uygulayıcı firmalarla görüşmeler gerçekleştirdik. Önümüzdeki süreçte bu çalışmanın meyvelerini toplayacağımıza inanıyorum.

Birlik olarak imza attığımız faaliyetler hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz?

BAİB olarak üyelerimizle bir araya geldiğimiz toplantılar düzenliyoruz. Bu toplantılarda üyelerimizin sorunlarını belirleyip çözümü için çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Bunun yanı sıra üyelerimizin sektörlerine göre hedef pazarlarına göre sektörel ticaret heyetleri düzenledik, düzenlemeye de devam ediyoruz.

Birliğin yıl sonu ve gelecek dönem hedefleri nelerdir?

Bu yıl Batı Akdeniz'den 2,5 milyar doların üzerinde bir ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Kısa vadede 3 milyar dolar ihracatı geçmek gibi bir hedefimiz var. Orta vadede ise hedefimiz bölgemizden 5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmek. Bizler BAİB olarak bu hedeflere dair önemli çalışmalar gerçekleştiriyoruz, stratejik adımlar atıyoruz. Ancak uluslararası konjonktürde Rusya-Ukrayna Savaşı gibi hesapta olmayan gelişmeler

yaşanıyor. Bu gelişmeler bizi hedeflerimize ulaşmak adına kısmen sıkıntıya sokuyor. Ama sonrasında fırsatlar da doğuruyor. Biz de bu fırsatlardan yararlanarak hedefimize ulaşmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.



ÜMİT MİRZA ÇAVUŞOĞLU
Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı



nasıl başardılar

Abdulkadir Özcan

AKO GRUP

YERLİ SERMAYE VE AR-GE İLE GÜÇLENDİ

İş yaşamına hurda lastik teminiyle başlayan AKO Grup; yerli sermaye, AR-GE ve üretim gücüyle bugün yaklaşık 120 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. 2021 yılında Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu arasında 73. sıraya yükselen AKO Grup'un Yönetim Kurulu Üyesi Abdulkadir Özcan, "Türkiye'nin sayı olarak en çok ülkeye ihracat yapan lastik üreticisi pozisyonundayız." diyor.



irketin hikâyesi, 1955 yılında Abdulkadir Özcan tarafından yeni lastik tedarikinin yeterli olmadığı

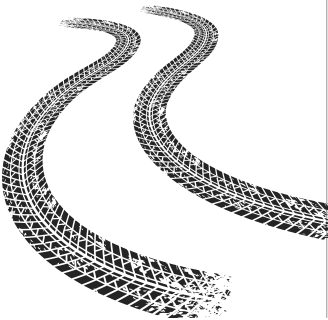
dönemlerde hurda lastik teminiyle başladı. 1970 yılında Abdulkadir Özcan AŞ ismiyle kurulan şirket, bu tarihten itibaren yeni lastik satışına geçiş yaptı.

1990'lı yıllarda dünyanın ileri gelen markalarını Türkiye'ye getiren AKO Grup, dünya çapındaki lastik markalarının ülkedeki tek temsilcisi oldu. 2005 yılında Türkiye'nin yerli sermayeli lastik üreticisi olan Petlas'ı satın alan AKO Grup, ürün gamına 2013 yılında jantı ve 2014 yılında aküyü ekledi. Bugün beş büyük ölçekli fabrika, 30'un üzerinde marka, Bin 200'e yakın bayi ağı ve 7 bine yakın çalışanı bulunan

firmanın Yönetim Kurulu Üyesi Abdulkadir Özcan ile başarı dolu hikâyelerini konuştuk.

120'ye yakın ülkeye ihracat gerçekleştiriyorsunuz. Yurt dışı pazarınız, ağırlıklı olarak hangi ülkeler ve bölgelerden oluşuyor? Bu kadar geniş çapta ihracatı nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

2021 yılında ihracatı 322 milyon dolar ciro ile kapattık. 2022 ihracat hedefimiz 420 milyon dolar. şu an aktif olarak 118 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu anlamda Türkiye'nin sayı olarak en çok ülkeye ihracat yapan lastik üreticisi pozisyonundayız. İhracatta özellikle Kuzey Amerika, Güney Amerika ve Avrupa ülkelerine aktif ihracat yapıyoruz. Bununla beraber Ortadoğı ülkeleri ve Bağımsız Devletler Topluluğı (Azerbaycan, Belarus, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova,





nasıl başarılılar

Özbekistan ve Tacikistan) ülkelerinde de ciro artış hedeflerimiz var. Ancak en çok ciro artışı yapacağımız ülkelerin Kuzey Amerika, Güney Amerika ve Avrupa olacağını düşünüyoruz.

İhracatta pandemi sonrası süreçte, özellikle Uzakdoğu ülkelerinden yapılacak alımlarda nakliye maliyetlerinin artışı ve öngörülemezliği, bu noktada daha stabil olan Türkiye'yi cazip kıldı. Diğer etken ise pandemi süresince birçok üreticinin, üretimlerini durdurması veya azaltması olmuştur. Petlas olarak üretimi azaltmadan sürdürmemiz bizi uluslararası alanda güvenilir bir tedarikçi pozisyonuna taşıdı. Yeni ihracat kanalları kazanmamızı sağladı. Üçüncü olarak da son dönemlerde ürün gamında yaptığımız iyileştirme ve nitelikli ürün sayısının artışı ile pazarlama faaliyetlerinde sürekliliğimiz büyümemize pozitif yansıdı.

Sizce Türkiye'nin ihracat birim değerini artırmak için neler yapılmalı?

Ülkemiz jeopolitik konumuyla, üretim ve ihracat için mükemmel sayabileceğimiz bir pozisyonda. Son yıllarda yaşanan ticaret-tedarik zincirinde yaşanan koşullar, tüm ülkeleri zorlayan enflasyon ve ekonomik zorluklar, ülkemizin uluslararası ticaret için avantajlı olan bu konumunun değerini daha da artırıyor. Bu nedenle üretime yapılacak yatırımlar ve bizim yaptığımız gibi değişen koşullara hızlı uyum sağlayabilen ihracat stratejileri geliştirmek Türkiye'yi daha nitelikli bir üretim ülkesi konumuna getirecektir. Bu konuda



ABDULKADİR ÖZCAN | AKO Grup Yönetim Kurulu Üyesi

AKO Grup, uçak lastiği ve askeri araç lastikleri dâhil her türlü lastiği dışarıdan teknoloji transferi olmadan, kendi bilgi birikimleri, yetişmiş insan gücü ve AR-GE yetenekleri sayesinde üretiyor.

ülkemiz yatırımcısı ve ihracatçısına duyulacak güven ve verilecek destekler çok değerlidir.

Türkiye'nin markalaşma vizyonu sektörünüze nasıl yansıyor?

Ülkemizde üretim yapan uluslararası birçok markadan farklı olarak biz, yüzde yüz yerli bir marka olarak, konumumuzun vizyonumuzun bir göstergesi olduğuna inanıyoruz. Biz "Türkiye'nin lastiği, dünyanın tercihi" sloganımızla bugün Türkiye'den en çok ülkeye



nasıl başardılar



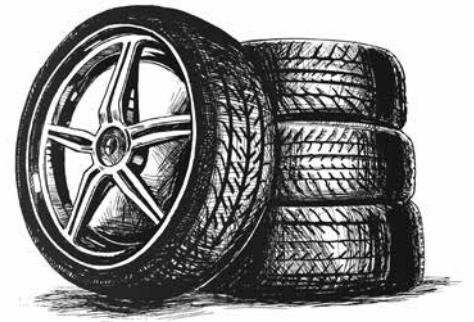
ihracat yapan lastik üreticisi pozisyonundayız. Bünyemizde binek araçlardan kamyonlara, otobüslerden yarış araçlarına, traktörlerden askeri birlik ve güvenlik güçlerinin kullandığı araçlara, iş makinelerinden savaş jetlerine kadar çok farklı kullanım alanlarına sahip araçlar için geliştirilen üstün nitelikli lastikler; yerli sermaye, yerli AR-GE

2021 yılında 322 milyon dolar değerinde ihracat yapan AKO Grup, 2022 yılında 420 milyon dolara ulaşmayı hedefliyor.

ve iş gücü ile üretiliyor. Türkiye lastik sektörünün AR-GE yapan yüzde 100 yerli sermayeli tek şirketimiz ve bu çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. AR-GE çalışmalarımızı yerli uzmanlık ve bilgi birikimi (know-how) ile gerçekleştiriyoruz, kendi teknolojilerimizi geliştiriyoruz. Bunu da marka gücümüzle yapıyoruz.

Ülkemizin marka vizyonunu ve markamıza uluslararası alanda yapmış olduğumuz yatırımlar ile bugün altı kıta ve 120'den fazla ülkede lastiklerimiz araçların altında dönüyor.

Tüm bu üretim, AR-GE ve marka yatırımlarımızla vizyonumuzu lastik sektöründe global bir oyun kurucu olarak belirledik. Emin adımlarla ilerlediğimiz zirve yolculuğumuzu dünya çapında bir lastik markası olarak sürdürüyor ve





nasıl başardılar

"Türkiye'nin lastiği, dünyanın tercihi" sloganımızla somutlaştırıyoruz.

AR-GE çalışmalarınız, faaliyetlerinizde ne kadar yer tutuyor? AR-GE yapılanmanızdan bahseder misiniz?

Petlas olarak 2021 yılı AR-GE yatırımlarımız 29 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. 2010 yılında hayata geçirdiğimiz, tam donanımlı AR-GE laboratuvarımızın analiz kabiliyetlerinin yanı sıra, lastik test laboratuvarımız, iç mekân (indoor) ve dış mekân (outdoor) test imkânlarımız ve uluslararası akreditasyona sahip test pistimizle üst düzey AR-GE yeteneğine sahibiz. Türkiye'nin ilk ve tek uçak lastiği, ilk radyal traktör lastiği, ilk tam çelik iş makinesi lastiği ve iş makineleri için büyük dolgu lastikleri, askeri araç lastikleri, tam çelik otobüs/kamyon lastikleri, yakıt tüketimini ve karbon salımını azaltan çevreci lastikler gibi ürünleri, dışarıdan teknoloji transferi olmadan, kendi bilgi birikimimiz, yetişmiş insan gücümüz ve AR-GE yeteneklerimiz sayesinde

üretip, tüketiciye sunuyoruz. Ürünlerimiz, tam donanımlı AR-GE laboratuvarlarımızda geliştiriliyor, Petlas'ın sermaye ve bilgi birikiminin yanı sıra, bu topraklardan yetişmiş akıl ve beden gücüyle üretiliyor, kendi bünyemizdeki akredite test pistimizde test ediliyor. 2021 yılında, ürettiğimiz 366 projeyle Türkiye AR-GE 250 Araştırması'nda "AR-GE Proje İlk 100" kategorisinde tüm sıralama içinde 3. sırada yer alırken 2021 yılındaki aynı araştırmada en çok AR-GE projesi gerçekleştiren lastik şirketi unvanını da kazandık.



GERİ DÖNÜŞÜM TESİSİ'NE 30 MİLYON DOLARLIK YATIRIM

Petlas'ın da bağlı olduğu AKO Grup, Türkiye'de büyük bir sorun olan ve çevresel etkisi günden güne büyüyen lastik atıklarının geri dönüşümü için 2018 yılında 30 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirdi. Doğada kendi başına çözünmeyen ve bertaraf edilmesi bile çevre kirliliğine yol açan bu lastik atıklarının yeni teknoloji ile dönüşümü için Ankara Temelli'de ÖTL Geri Dönüşüm Tesis'i'ni kurdu. Bu yıl hizmete giren 80 bin metrekaresi açık, 21 bin metrekaresi kapalı alan olan bu tesiste, Türkiye'nin lastik atığının dörtte birine karşılık gelen yıllık 75 bin ton lastik atığının geri dönüşümünü tek başına sağlayarak üretime kazandıracak. Bu tesisin önemi de Türkiye'nin atık lastiğinin dönüştürülerek mobilitenin çevresel etkilerinin ortadan kaldırılmasına yönelik somut bir adım atmış olmasından kaynaklanıyor. Ülkemizde yeterli düzeyde olmayan ve sanayiye yönelik girdi sağlamayan eski nesil geri dönüşüm tesislerinden farklı olarak bu yatırımla elde edilen rejenere kauçuk ve çelik, üretimde kullanılabilir niteliğe kavuşturuluyor.



ihracat şehir



TÜRK EKONOMİSİNİN KALBI İstanbul

Eşsiz tarihî mimarisi, zengin mutfak kültürü ve sayısız kültür-sanat etkinliğiyle "çok kültürlü" bir metropol olan İstanbul, aynı zamanda ülkedeki ticaretin, finansın ve turizmin kalbinin attığı yer. Kent 16 milyonluk nüfusu, gelişmiş sanayisi ve katma değerli üretim üstünlüğü ile Türk ekonomisinin yüzde 31'ini sırtlıyor.

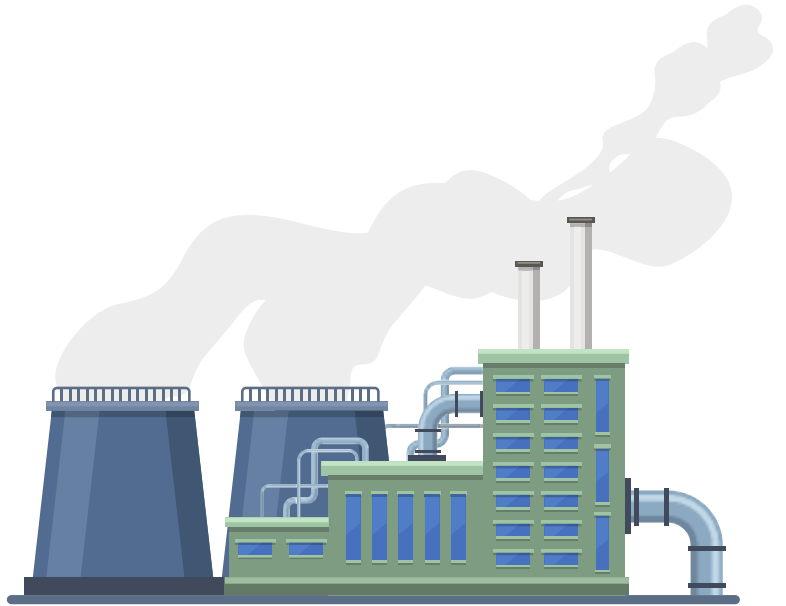


SANAYİ İHRACATININ YARISI MEGAKENTEN

Türkiye'nin ihracatında büyük payı bulunan İstanbul, sanayi ürünleri ihracatında da ağırlığını korudu. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, İstanbullu şirketlerin ihracatı, Eylül ayında 2021'in aynı dönemine kıyasla yüzde 4,9 yükselerek 8 milyar 842 milyon dolar olarak kaydedildi. Eylül'de ülke genelinde sanayi sektöründe ulaşılan rakam 16 milyar 273 milyon doları bulurken bu gelirin yaklaşık yüzde 48,4'üne karşılık gelen 7 milyar 869 milyon doları İstanbul tek başına karşıladı. Geçen yıl Eylül ayında bu rakam yüzde 47,2 idi.

ÇAĞLAR BOYUNCA bir ticaret ve üretim şehri olan İstanbul, geçmişten bugüne uluslararası kara ve deniz ticaret yollarının kavşağı olarak ülkedeki ekonomik hayatın merkezi olagelmiş. Tarihte İpek Yolu, Baharat Yolu gibi dünyanın önemli ticaret yolları üzerinde bulunan İstanbul, bugün de İpek Yolu'nu yeniden canlandırmak amacıyla Bir Kuşak, Bir Yol Projesi ile Pekin'den Londra'ya kadar kesintisiz küresel bir ticaret yolu oluşturmayı hedefliyor.

Kent bugün 16 milyonluk nüfusu, gelişmiş sanayisi ve katma değerli üretim üstünlüğü ile Türk ekonomisinin amiral gemisi unvanını taşıyor. Hem ticaret hem sanayi sektöründe ülkenin merkezi hâline gelen kent, Türkiye ekonomisinin yüzde 31'ini oluşturan ekonomik büyüklüğü ile dünyanın pek çok ülkesine kıyasla daha büyük bir ekonomiye sahip. 1 trilyon 155 milyar lira GSYİH'si ile hem Türkiye hem de dünya ekonomisinde önemli bir yeri bulunan İstanbul'un nitelikli iş gücü oranı da Türkiye genelinden yüksek. Ancak kent, son yıllarda tüm Türkiye'de yaşanan işsizlik ve istihdam düşüşünden de nasibini alıyor. Özellikle COVID-19 pandemisinin



tetiklediği istihdam düşüklüğünden en çok, genç işsizliği olarak tanımlanan 20-24 yaş grubu etkileniyor.

İHRACAT NİSAN'DA 9,3 MİLYAR DOLARA DAYANDI

İstanbul, uzun yıllardır Türkiye'nin ihracatında da lokomotif şehir konumunda. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin rakamlarına göre İstanbul, bu yılın Eylül ayında da Türkiye'nin ihracatında birinci sırada yer aldı. Yılın başından bu yana aylık ihracat rakamları 6-9 milyar dolar bandında gidip gelen mega kent, Nisan ayında en yüksek ihracat rakamı olan 9,3

1,6
milyar dolar

EYLÜL AYI KİMYA SEKTÖRÜ
İHRACATI



ihracat şehir



Eylül ayında en dikkat çekici artış bir önceki aya göre yüzde 181,6 oranında yükselen, Rusya ihracatında görüldü.



milyar dolar seviyesine yükseldi. Ocak ayında 6,9 milyar dolarlık dış satımla yeni yıla başlayan İstanbul, Şubat ayında 7,9 milyara, Mart ayında ise 9 milyar dolar seviyesine sıçradı. Nisan ayında 9 milyar civarında seyreden ihracat, Mayıs ayında düşüşe geçerek 7,4 milyar dolara geriledi. Haziran ayında yeniden çıkış yakalayan ihracat rakamları, 9,1 milyar dolara dayandı. Dış satım, Temmuz ayında yeniden 6,9 milyar dolara gerilese de Ağustos'ta 8,3 milyar dolar, Eylül'de 8,8 milyar dolara çıkarak yükselme eğilimine

geçti. İstanbullu ihracatçılar, yılın ilk dokuz ayında toplam 74 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirerek geçen yıl aynı dönem gerçekleştirilen 63 milyar dolarlık ihracat hacmini aştı. Geçen yıl 90 milyar doları zorlayan kentin bu yılın sonunda 100 milyar doları yakalayacağı gözle bakılıyor.

EN YÜKSEK ARTIŞ RUSYA'DA

İstanbul'un ihracatında, TİM'in Eylül ayı rakamlarına göre öne çıkan ilk üç ülke; Almanya, Rusya ve Birleşik Krallık. İstanbul söz konusu dönemde en çok ihracatını 705 milyon dolarla Almanya'ya gerçekleştirdi. 1 Ocak-30 Eylül arasındaki dönemde yine toplamda en çok dış satımını Almanya'ya yapan mega kent, 6,3 milyar dolar değerinde dış satıma ulaştı. Eylül ayında en dikkat çekici artış bir önceki aya göre yüzde 181,6 oranında yükselen Rusya ihracatında görüldü. 175 milyon dolardan 494 milyon dolara sıçrama yapan ihracat



%48,4

EYLÜL'DEKİ SANAYİ
İHRACATINDA
İSTANBUL'UN PAYI



rakamı, yılın ilk dokuz ayında ise yüzde 54 oranında yükselerek 1,4 milyar dolardan 2,2 milyar dolara çıktı. İstanbul'un Eylül ayında en çok ihracat yaptığı diğer bir ülke olan Birleşik Krallık yaklaşık 460 milyon dolarla üçüncü sıraya yerleşti. Ocak-Eylül 2022 döneminde ise bir önceki yıla göre yüzde 25 daha fazla ihracat yapılan ABD, 4,2 milyar dolarla üçüncü oldu.

İSTANBUL BAŞTA GELİYOR

Türkiye, Ocak-Eylül dönemindeki Latin Amerika ülkelerine ihracatında en çok Meksika'ya ve İstanbul'dan dış satım gerçekleştirdi. İstanbullu şirketlerin Meksika'ya dış satımı bu dönemde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 65 artarak 205 milyon 21 bin dolardan 338 milyon 201 bin dolara çıktı. İstanbul'dan aynı dönemde Brezilya'ya 342 milyon 363 bin dolarlık, Şili'ye 197 milyon 371 bin dolarlık, Dominik Cumhuriyeti'ne 182 milyon 518 bin dolarlık, Peru'ya 157 milyon 578 bin dolarlık ve Venezuela'ya 83 milyon 769 bin dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Yine bu yıl, Balkan ülkelerine gerçekleştirilen toplam ihracatın neredeyse yarısı İstanbul'a ait. Yılın ilk üç çeyreğinde Balkan ülkelerine gerçekleştirilen 15 milyar 698 milyon dolarlık toplam ihracatın 7 milyar 524 milyon dolar değerindeki kısmı İstanbul'dan yapıldı.

REKOR KİMYA SEKTÖRÜNDE

Gerek Eylül ayında gerekse Ocak-Eylül dönemini kapsayan yılın ilk dokuz ayında kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, birinciliği başka sektöre kaptırmadı. 2022 Eylül ayında 1,6 milyar dolar ihracata imza atan sektörü, 1,3 milyar dolarla hazır giyim



ve konfeksiyon, 876 milyon dolar ile çelik sektörü takip etti. Ocak-Eylül 2022 döneminde ise toplam 12,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren kimya sektöründeki dış satım, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 43 oranında artış gösterdi. Sektörün ardından ikinciliğe 11,1 milyar dolar rakamıyla hazır giyim ve konfeksiyon, üçüncülüğe 8,4 milyar dolarla çelik sektörü yerleşti.

Eylül ayında İstanbul'da ihracatını artıran diğer sektörler içinde 677 milyon 67 bin dolar ile elektrik ve elektronik sektörü, 630 milyon 630 bin dolar ile demir ve demir dışı metaller, 605 milyon 522 bin dolar ile otomotiv endüstrisi, 477 milyon 564 bin dolar ile mücevher sektörü, 420 milyon 443 bin dolar ile tekstil ve ham maddeleri, 322 milyon 434 bin dolar ile makine ve aksamları, 229 milyon 528 bin dolar ile iklimlendirme sanayi ilk 10 sektör arasında yer aldı.

705
milyon dolar

EYLÜL AYINDA ALMANYA'YA
YAPILAN İHRACAT



sektör dosyası



Sanayinin ateşleyicisi ihracatta ilk 5'te **elektrik elektronik sektörü**

Eylül ayı ihracat rakamlarına göre Türkiye'nin ilk beş sektörü arasındaki yerini koruyan elektrik-elektronik sektörü, katma değeri yüksek sektörler arasında yer alması sayesinde ülkemiz ekonomisinde önemli bir rol üstleniyor.



Bezaz eşya sektöründe öne çıkan ihracat kalemleri içinde, buzdolabı ve soğutucular 986 milyon dolar ile yüzde 31'lik bir paya sahip.



ELEKTRİK ELEKTRONİK SEKTÖRÜ, geçen yıl Eylül ayında 1 milyar 280 bin dolar değerinde ihracat yaparken bu yılın aynı döneminde 1,3 milyar dolar değerinde ihracata imza atarak Türkiye'nin Eylül ayında ihracatı en çok artan 15 sektörü içinde yer aldı. Eylül ayındaki ihracatıyla kimyevi maddeler, otomotiv, hazır giyim ve konfeksiyon ile çelik sektöründen sonra beşinci sektör olarak kayıtlara geçen elektrik elektronik sektörü, yılın ilk dokuz ayında ise metal sektöründen sonra altıncı oldu. Sektörde 2021 Ocak-Eylül döneminde 10,3 milyar dolar olan ihracat, bu yılın aynı döneminde toplam yüzde 6 artarak 10,9 milyar dolara yükseldi. Ayrıca dokuz aylık bu dönemde, ihracat birim değeri 5,76 dolardan 6,12 dolara çıktı.

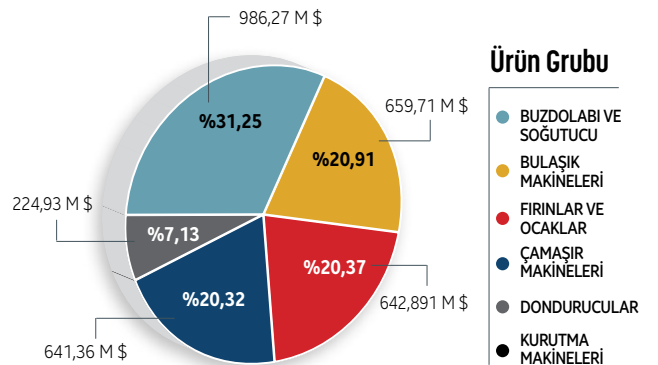
İHRACATIN 10'DA 1'İ BİRLEŞİK KRALLIK'A AİT

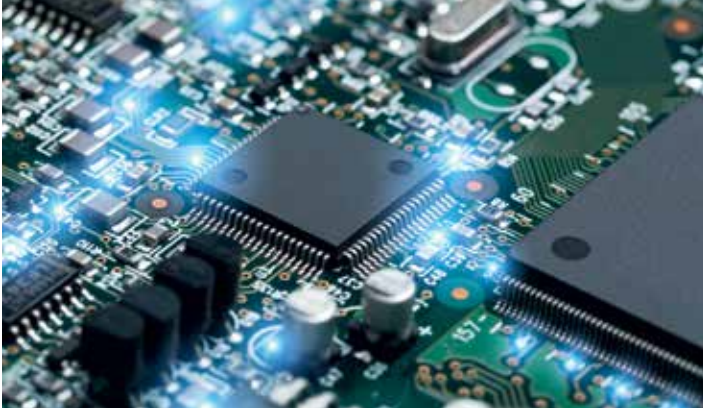
AB ülkeleri, 2022 yılı ihracat rakamlarına göre Türkiye'nin sektör ihracatında yüzde 45'lik bir dilimi kapsıyor. Türkiye, AB ülkelerinden sonra en çok diğer Avrupa ülkelerine, Yakın ve Orta Doğu Asya ve Kuzey Afrika ülkelerine ihracat yapıyor. Türkiye'nin 2022 yılı Ocak- Eylül döneminde en çok ihracat yaptığı ülke ise Birleşik Krallık. Fakat Ocak-Eylül 2021'de 1,4 milyar dolarken bu yılın aynı döneminde yüzde 20 azalarak 1,1 milyar dolara düştüğü görülüyor. Sektör bazında Birleşik Krallık'a yapılan ihracat, toplam ülke ihracatının yüzde 13'ünü oluştururken Amerika'ya yapılan toplam ihracatın yüzde 7'sini,

ABD'ye yapılan toplam ihracatın yüzde 3'ünü elektrik ve elektronik sektörü oluşturuyor. En çok ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında ikinci sırada yer alan Almanya'ya ihracat ise 2022 yılında bir önceki yıla göre 982 milyon dolardan 1 milyar dolara çıkarak yüzde 3 oranında artış gösterdi. Türkiye'nin ihracat yaptığı ilk 10 ülke olarak Fransa, İtalya, İspanya, Irak, Polonya, İsrail, ABD ve Bulgaristan, sektör ihracatının yüzde 52'sini kapsıyor. Öte yandan 2021 yılında 15. sırada olan Rusya Federasyonu 2022 yılında Türkiye'den ithalatını 182 milyon dolardan 292 milyon dolara çıkararak yüzde 59 oranında bir artış sağladı ve 11. sıraya yükseldi.

EN BÜYÜK PAY BEZAZ EŞYADA

Türk elektrik elektronik sektörünün ihracat lideri beyaz eşya sektörü oldu. Geçen yıl sektörde toplam 26 milyon adet ürün ihraç edilmiş ve alanında Türkiye'yi "Avrupa şampiyonu" yapmıştı. Toplam üretimin yüzde 75'inin ihraç edildiği sektör, ülkeye yılda





4,5 milyar dolar döviz girişi sağlıyor. Ancak bu yılın ilk dokuz ayında Avrupa'daki savaş, ham madde ve enerji fiyatlarındaki artış, tüm dünyada yükselen enflasyon gibi olumsuz koşullar nedeniyle ihracatta daralma görülüyor. Geçen yıl Ocak-Eylül döneminde 3,4 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracat, 2022 yılının aynı döneminde yüzde 9 azalarak 3,1 milyar dolara düştü.

Beyaz eşya sektöründe öne çıkan ihracat kalemleri içinde, buzdolabı ve soğutucular 986 milyon dolar ile yüzde

31'lik bir paya sahip. Ardından 660 milyon dolar ile bulaşık makineleri yüzde 21'lik dilimi, fırınlar ve ocaklar 643 milyar dolar ile yüzde 20'lik dilimi oluşturuyor.

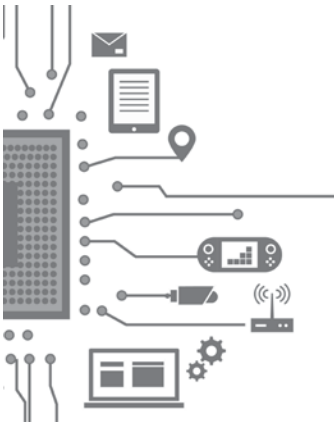
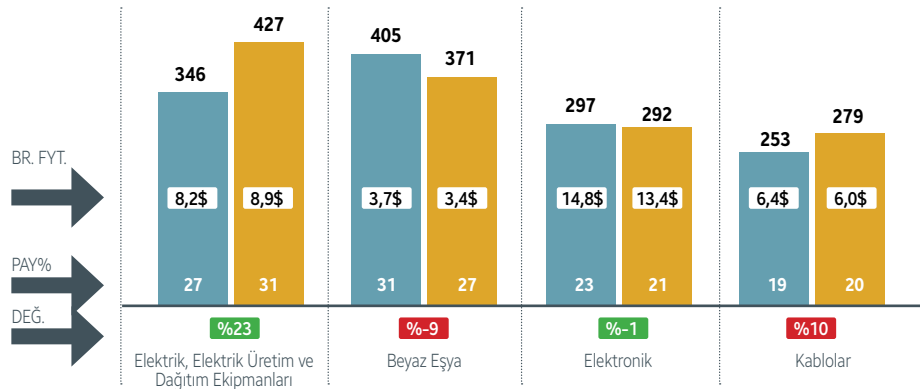
ELEKTRİKLİ EKİPMAN İHRACATINDA ARTIŞ

Yılın ilk dokuz ayında 3,1 milyar doların elde edildiği beyaz eşya sektörünü, 3,15 milyar dolar ihracat geliriyle elektrik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları sektörü takip ediyor. Elektronik sektöründen 2,4 milyar dolar elde eden sektörde, 2,3 milyar dolarla kablolar alt sektörü geliyor. Elektrik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları alt sektöründe ise ihracatın yüzde 70'i sırasıyla transformatörler, panolar, sigortalar, ayırıcı ve kesici cihazlara ait. Elektrik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları sektörü, bu yılın Eylül ayında geçen yılın aynı ayına göre ihracatta yüzde 23'lük bir artışla dikkat çekiyor. Transformatörler ihracatında 119 milyon dolar elde edilirken panoda 84 milyon dolar ve sigorta sektöründe 78 milyon dolar ihracat gözleniyor.

Türkiye Geneli-Aylık Karşılaştırma Elektrik Elektronik Sektörü Tüm Mal Grupları İhracatı

Kaynak: TET

	EYLÜL 2021	EYLÜL 2022	DEĞİŞİM
FOB USD	1.301 Milyon\$	1.369 Milyon\$	%5
KG	211 Milyon kg	224 Milyon kg	%6
BR. FYT	6,15\$	6,11\$	%-1



TRAFİĞE TAKILIP KALMAYIN

QUICK'TE FAZLASI VAR

Trafiğe Takılmayın! Finanstan Sağlığa, geniş ürün yelpazesi ile Quick Sigorta'da daha çok ürün daha çok güvence var!



Q BLOG

Q MAG

Q SÖZLÜK



QUICK
SIGORTA



DR. GÜVEN UÇKAN

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği Başkanı

“İHRACAT ARTIŞIMIZIN LİMİTLİ OLACAĞINI GÖRMEKTEYİZ”

Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı İhracat Ana Planı'nda öncelikli beş sektörden biri olarak belirlenen elektrik elektronik sektörümüz, sahip olduğu dört alt sektör ile birlikte ülkemizin gelişmişliği açısından stratejik bir öneme sahip.

Sektörümüz 2021 yılında 14,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek Türkiye ihracatından aldığı yüzde 6,3 pay ile ilk beş sektör içinde yer almıştı. 2022 yılının ilk dokuz ayında ise bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6 artışla 11 milyar 171 milyon dolar ihracata ulaştı. Son 12 ayda ise 15 milyar dolar ihracatımız bulunuyor.



İhracatçılarımızın finansmana erişiminin kolaylaştırılması en önemli gündem maddemizi oluşturuyor.



Bu yıl ilk dokuz aylık dönemde sektörde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkelerin başında sırasıyla 1,19 milyar dolar ile Birleşik Krallık, 1 milyar dolar ile Almanya ve 630 milyon dolar ile Fransa gelmektedir. Polonya ve Bulgaristan ilk 10 ülke içinde en çok ihracat artışı kaydedilen ülkeler olarak öne çıkarken uygulanan ambargoların etkisiyle Rusya, önemli seviyede ihracat gerçekleştirilip en çok ihracat artışı yaşanan ülkelere biri olmuştur. Sene başında 2022 yıl sonu ihracat hedefimizi yüzde 10 büyümeye ile yaklaşık 16 milyar dolar olarak öngörmüştük. Ancak emtia fiyatlarında yaşanan düşüşler, uygulanan sıkı para politikaları, artan enerji maliyetleri nedenleriyle ihracat artışımızın limitli olacağını görmekteyiz. Temel pazarımız olan Avrupa'da resesyon ihtimallerinin artması ve özellikle beyaz eşya, elektronik alt sektörlerimizde yaşanan sipariş iptalleri, AB üyesi ülkelere olan ihracatımızın sınırlı kalmasına yol açmakta.

İhracatçılarımızın finansmana erişiminin kolaylaştırılması en önemli gündem maddemizi oluşturuyor. Bunun dışında AB'nin 2050 karbon nötr hedefi doğrultusunda önümüzdeki süreçte hayata geçireceği sınırda karbon düzenlemesi, dögüsel ekonomi, iklim kanunu gibi enerji ve çevre alanında kapsamlı düzenlemeleri, elektrik elektronik sektörü gibi enerji ve kaynak yoğun sektörleri doğrudan ilgilendiriyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyum konusu, gelecek yıllarda sektörümüzü ve ihracatımızı etkileyecek önemli konular arasında.

EN BÜYÜKLERİN YANINDA; **GÜCÜ, ADINDA!**

Sanayi, teknoloji ve lojistik sektörünün devlerine
hizmet vermekten gurur duyuyor;
Türkiye'nin sigortası olarak
Türkiye'nin gücüne güç katmak için
var gücümüzle çalışıyoruz.





teknoloji inovasyon

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN

Enerjisi Değişiyor



Elektrikli araç pazarının yaygınlaşmasıyla batarya ve şarj teknolojilerine yapılan yatırımlar hız kazandı. Elektrikli otomobillerin kalbi olan batarya ve şarj üretiminde Türkiye'den, dünya markalarıyla rekâbet edebilecek hamleler geliyor.



teknoloji inovasyon



Son yıllarda dünya otomotiv sektörü büyük bir dönüşümün eşiğinde. Özellikle Avrupa'da fosil yakıtlı araçlardan elektrikli araçlara hızlı geçişler söz konusu.



UZUN YILLARDIR TÜRKİYE'NİN

sektörel bazda ihracat şampiyonu olan otomotiv endüstrisi, sağladığı istihdam ve katma değer ile ülke ekonomisine büyük katkılar sağlıyor.

2021 yılında 29,3 milyar dolarlık ihracatla Türkiye'nin ihracat şampiyonu olan sektörde, adet bazında üretilen 1,3 milyon motorlu taşıtın dörtte üçü ihraç edildi. Bugün yüksek üretim kalitesi ile başta Batı ülkeleri olmak üzere tüm dünyaya ihracat yapabilecek kapasiteye sahip Türk otomotiv endüstrisinin en büyük gayesi ise bu başarıyı artırarak devam ettirebilmek.

İhracattaki başarının sürdürülebilir kılınmasında, sektördeki küresel gelişmeleri iyi okumak gerekiyor. Son yıllarda dünya otomotiv sektörü büyük bir dönüşümün eşiğinde. Özellikle Avrupa'da fosil yakıtlı araçlardan elektrikli araçlara hızlı geçişler söz konusu. Burada Avrupa Yeşil Mutabakatı'nda alınan 2050 yılına kadar karbon nötr kararının büyük etkisi var. Karbon emisyonlarının salımında katkısı



yoğun olan otomotiv sektörü, sürdürülebilirlik misyonu açısından önemli bir rol üstleniyor. Otomotiv sektöründeki bu dönüşümde Avrupa'nın boğuştuğu enerji krizi de etkili. Bir an önce yenilenebilir enerji kaynaklarının artırılması ve dışa bağımlılıktan kurtulması hedefleniyor.

BAŞLICA OTOMOTİV ÜRETİCİLERİ HAREKETE GEÇTİ

Sektördeki en hızlı dönüşüm, batarya ve şarj alanında yaşanıyor. Her geçen gün yeni bir otomotiv devi, batarya



ŞARJ ÜNİTELERİ İÇİN TEŞVİK

Elektrikli araç pazarının yaygınlaşması için yapılması gereken alt yapı yatırımlarından biri de şarj istasyonları. Türkiye'nin 2030 yılında 1 milyonun üzerinde elektrikli araç pazarına sahip olacağı hesaplanıyor. Bu ihtiyaca cevap verecek şarj istasyonu yatırımları için de harekete geçildi. Bu konuda elini taşın altına koyan Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye'nin bin 560 farklı noktasına yüksek hızlı şarj istasyonları kurulması için 300 milyon lira değerinde bir hibe programını devreye aldı. "Elektrikli Araçlar İçin Hızlı Şarj İstasyonları Hibe Programı" ile şarj ünitelerinin sayısının artırılması düşünülüyor. Destekle birlikte 81 ilde bin 560 noktaya hızlı şarj istasyonları gelecek. Türkiye'deki toplam şarj ünitesi ise 2021 yılı verilerine göre 3 bin 500 civarında.

ve şarj yatırımlarına yöneliyor. Bir görüşe göre, dünyanın başlıca otomotiv üreticilerinin elektrikli araç üretimi ve bataryaların üretiminde kullanılan ham maddeler için harcayacağı para 2030 yılına kadar 1,2 trilyon lirayı bulacak. Elektrikli araç yatırımlarında önde gelen ilk şirket Elon Musk'un sahibi olduğu Tesla. 2030'a kadar 20 milyon elektrikli araç üretmeyi planlayan şirketin batarya yatırımlarını da artırması bekleniyor. Alman markası Volkswagen ise 2030'a kadar elektrikli araç segmentini oluşturmak için 100 milyar doları gözden çıkardı. Şirket bu kapsamda Avrupa ile Kuzey Amerika'da ham madde arzı için yeni batarya fabrikaları kurmayı da planlıyor.

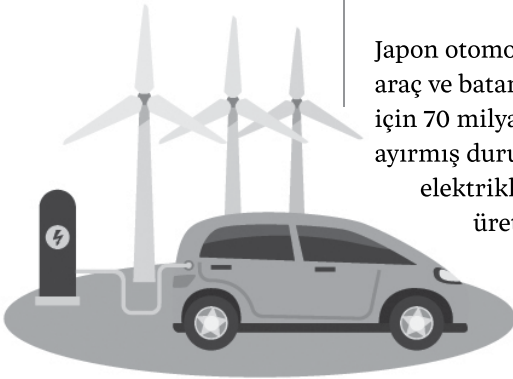
Japon otomobil devi Toyota, elektrikli araç ve batarya üretimini artırmak için 70 milyar dolarlık bir bütçe ayırmış durumda. Mercedes-Benz elektrikli araç geliştirme ve üretimi için en az 47 milyar dolarlık bir kaynaktan bahsederken BMW, Stellantis ve General Motors

şirketlerinin her birinin elektrikli araç ve bataryalar için en az 35 milyar dolar harcayacağı öne sürülüyor. Öte yandan Hyundai, "Hyundai Motor Group Metaplant America" adı verilen batarya fabrikasıyla, özellikle Amerika pazarını kontrol altına almayı hedefliyor.

ELEKTRİKLİ ARAÇ VE BATARYADA ÜRETİM ÜSSÜ HEDEFİ

Dünyada elektrikli otomobil tercihi giderek artarken Türkiye'de ise yerli elektrikli otomobil Togg üretim bandından indirildi. Gemlik Kampüsü'nde yapılan resmî bir törenle banttan indirilen Togg'un 2023'te 20 bin adet üretilmesi hedefleniyor. 2023'ün Nisan ayında trafiğe çıkması beklenen ile birlikte elektrikli araçlarda kullanılan bataryalar için yapılacak yatırımlar gündeme gelmeye başladı.

Bataryaların Türkiye'de üretilmesi için Togg ile dünya devi Farasis Energy, 20 gigavatsaatlik pil yatırımı için anlaşta. Togg ve Farasis Energy ortaklığında temiz enerji depolama çözümleri geliştirmek üzere kurulan Siro Silk Road Temiz Enerji Depolama Teknolojileri (Siro),



Yenilenebilir enerji kaynaklarında,
Etaş kalitesi...



ESTAS
ENERJİ SİSTEMLERİ

Ges ve Res Projelerinizde Anahtar Teslim Çözümler

www.estas.com.tr
ESTAS Eksantrik San. ve Tic. A.Ş.
Şeyh Samil OSB Mah. Halis Vermezoğlu Cad. No:57
58060 Sivas / TURKEY
Tel:+90.346. 218 12 20 (3 Lines)
Fax:+90.346. 218 12 31
e-mail : estas@estas.com.tr



teknoloji inovasyon

20 GWh
SİRO'NUN TAHMİNİ YILLIK
ÜRETİM KAPASİTESİ

Gebze'deki Batarya Geliştirme Merkezi'nde üretime başladı. Şirket, geliştirilen batarya modül ve paketlerinin seri üretiminde ise 2023 yılını öngörüyor. Bir sonraki aşamada Siro, Batarya Geliştirme Merkezi ile Farasis Energy'nin en son teknolojisine dayalı Li-Ion NMC batarya hücreleri geliştirerek 10 yıl içinde yıllık 20 gigavatsaatlik üretim kapasitesine ulaşacak.

Bu kapsamda yapılacak en büyük yatırımlardan bir diğeri de Koç Holding-Ford ve Güney Koreli SK On ortaklığında gerçekleştirilecek. İş birliğinde niyet mektubu imzalanırken taraflar anlaşırca 2025 yılında elektrikli araçlar için yıllık 30-45 gigavatsaat kapasiteli batarya hücresi üreten bir fabrikanın temelleri atılacak.

7 MİLYARLIK DEVLET DESTEKLİ YATIRIM

Türkiye'nin batarya yatırımı

hamlesinde, dünyanın en büyük otomobil firmalarından Toyota'nın Sakarya'da yapılacak hibrit ve şarj edilebilir otomobil ile batarya üretim tesisi de önemli bir yer tutuyor. Sakarya'da yaklaşık 7 milyar lira değerindeki bütçesiyle yeni nesil şarj edilebilir hibrit otomobil ve batarya yatırımının hayata geçirileceği projede yılda 162 bin şarj edilebilir hibrit otomobil ve 44 bin batarya üretilmesi amaçlanıyor.

Devlet yardımı kapsamındaki proje; gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası ve vergi indirimi gibi teşviklerden faydalanabilecek. Yatırımın dört yıl içinde sonlandırılması hedefleniyor fakat bitmezse iki yıl daha ek süre verilecek. Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, bu projeye birlikte Türkiye'nin elektrikli araç ve bataryada üretim üssü olabileceğini duyurdu.



UCUZ OLDUĞU İÇİN
BÜYÜK
BÜYÜK OLDUĞU İÇİN
UCUZ

%101
ARKASINDAYIZ

A.101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ BREZİLYA VE ŞİLİ İHRACATI

Latin Amerika'nın en büyük ekonomisi Brezilya ile serbest ve rekabete dayalı bir ticaret anlayışının hakim olduğu Şili, Türkiye'nin Uzak Ülkeler Stratejisi'ndeki önemli iki pazarı oluşturuyor.

Brezilya
1.02 MİLYAR DOLAR
TÜRKİYE'NİN İHRACATI



Şili
0.6 MİLYAR DOLAR
TÜRKİYE'NİN İHRACATI



Güney Amerika'nın en büyük ekonomisi BREZİLYA

MADENCİLİK, TARIM ve imalat sanayisinde dünya devlerinden biri olan Brezilya; demir, manganez, altın, elmas gibi önemli madenlere ev sahipliği yapıyor. Tarım sektörünün millî gelir içindeki payının yüzde 8 olduğu ülkede sanayi yüzde 20, hizmetler yüzde 70'lik bir dilimi kapsıyor. Yaklaşık 213 milyon nüfusu ile dünyanın en kalabalık beşinci ülkesi olan Brezilya'da kişi başına düşen millî gelir seviyesi ise oldukça düşük. 2021 yılında yaklaşık 8 bin dolar olan kişi başına milli gelir seviyesinin IMF'in tahminlerine göre 2025 yılında 10 bin doların üzerine çıkması öngörülüyor.

2020 yılında pandemiden en fazla etkilenen ülkelerden biri olan Brezilya'nın ekonomisi 2020 yılında



yüzde 4,1 küçülmüştü. Ancak 2021 yılının başından itibaren büyüme yeniden pozitive döndü ve yüzde 5,2'nin üzerine çıktı. Yine 2021 yılında Brezilya'nın ihracatı yüzde 34 artarak 281 milyar dolar, ithalatı yüzde 38 artarak 219 milyar dolara ulaştı. Brezilya böylece ihracatta dünyada yüzde 1,3 pay ile 24. ülke olurken ithalatta yüzde 1 pay ile 26. sıraya yerleşti.

BREZİLYA İTHALATINDA TÜRKİYE'NİN PAYI

2021 yılı Trademap verilerine göre Çin, 47,6 milyar dolar ile Brezilya'nın en büyük tedarikçisi konumunda. Ardından 39,6 milyar dolar ile Amerika ve 11,9 milyar dolar ile Arjantin geliyor. Çin aynı zamanda Brezilya'nın en çok ihracat yaptığı ülke. Bu ülkeye 2021 yılında yaklaşık 88 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Brezilya'nın en fazla

Brezilya'nın toplam ithalatından yüzde 0,6 pay alan Türkiye'nin 2021 yılı Brezilya ihracatında başta demir-çelik olmak üzere inorganik kimyasallar, otomotiv ve makine sektörleri öne çıkıyor.

ÜLKE KÜNYESİ

Resmî Adı: Brezilya Federal Cumhuriyeti

Para Birimi: Real

Toplam ihracatı: 281 milyar dolar

Toplam ithalatı: 219 milyar dolar

Brezilya'nın Türkiye'den

ithalatı: 1,02 milyar dolar

Brezilya'nın Türkiye'ye

ihracatı: 3,82 milyar dolar



ihracat yaptığı diğer ülkeler Amerika, Arjantin, Hollanda ve Şili.

Türkiye ise Brezilya ithalatından sadece yüzde 0,6 oranında bir pay alıyor. Brezilya ile dış ticarete ithalatı konumu daha ağır basan Türkiye'nin 2021 yılı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 74 artarak 1,02 milyar dolara, ithalatı ise bir önceki yıla göre yüzde 19 artışla 3,82 milyar dolara ulaştı. 2021 yılında artan ihracatta ise demir çelik sektörünün etkisi büyük. Çünkü 2020 yılında 47 milyon dolar olan demir çelik ihracatı, büyük bir yükselişle 2021'in ilk 11 ayında 320 milyon dolara çıktı. Yine de 2 milyar 802 milyon dolar olan dış ticaret açığımızı kapatmaya yetmedi. Türkiye'nin 2021 yılında Brezilya'ya ihracatında ayrıca inorganik kimyasallar, otomotiv ve makine sektörleri öne çıkarken ithalatında yağlı tohumlar ve metal cevheri başı çekiyor.

DEMİR ÇELİK SEKTÖRÜ LİDER

TÜİK'in 2021 yılı raporuna göre Türkiye, Brezilya'daki en yüksek ihracatını 317 milyon dolar ile demir çelik sektöründe gerçekleştirdi. Demir çelik sektörünü, 82 milyon dolar ile inorganik kimyasallar, 67,9 milyon

dolar ile otomotiv, 58,2 milyar dolar ile makineler ve 43,3 milyar dolar ile yaş meyve sektörü takip etti.

Brezilya'nın 2021 yılı toplam ithalatı baz alındığında, Türkiye'den en çok ithal ettiği ürünlerin başında inşaat demiri geliyor ve toplam ithalatın yüzde 72'sine sahip. Sonra sırasıyla demir ve alaşımsız çelikten filmaşın ithalatının yüzde 44'ünü, ticari amanyum karbonat ithalatının yüzde 28'ini, diğer kabuklu meyveler ithalatının yüzde 37'sini, kurutulmuş meyve ithalatının yüzde 29'unu, kara yolunda kullanılan motorlu taşıtlar için karoseriler ithalatının yüzde 52'sini Türkiye'den karşılıyor. Brezilya ayrıca, demir veya alaşımsız çelikten teller, demir veya çelikten demetlenmiş teller (toron), halat ve kablolar, örme halatlar, bucurgat halatları ve benzer ürünlerini Türkiye'den ithal ediyor.

Türkiye'den Brezilya'ya ihracat potansiyeli yüksek olan ürünler

Motorlu araçlar ve aksamları	%37
Makine	%38
Plastik & kauçuk	%39
Kimyasallar	%63
Hazırgiyim	%59
Metal ürünler	%41
Demir - çelik	%48
Kabuklu yemişler	%89
Sentetik tekstil kumaşlar	%52
Meyveler	%62
Diğer işlenmiş gıda ürünleri	%38
İlaç bileşenleri	%34
Halılar	%46
Mineral ürünler & elektrik enerjisi	%62
Demir-dışı metaller	%9
Diğer sanayi ürünleri	%43
Hava taşıtları, uzay taşıtları ve aksamları	%32
Optik, saat, medikal ürünleri	%37
Gübreler	%8
Bitkisel yağlar	%14



Brezilya Ticaret Ataşesi
Seçil ÖNEL

**“BREZİLYA PAZARI HEMEN HER SEKTÖRDE
FIRSAT BARINDIRIYOR”**

Brezilya Coğrafya ve İstatistik Enstitüsü (IBGE) verilerine göre 2021 yılında Brezilya ekonomisi yüzde 4,6 oranında büyümüştür. 2022 ve 2023 yıllarında ise Brezilya ekonomisinin sırasıyla yüzde 1,7 ve yüzde 2,5 oranlarında büyümesi beklenmekte; söz konusu oranlar bölge ekonomilerinin gerisinde kalmaktadır. Bölgenin ekonomik büyümesinin söz konusu yıllarda sırasıyla yüzde 2,8 ve yüzde 2,6 oranlarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

2022 yılı Ocak-Eylül döneminde Türkiye'nin Brezilya'ya ihracatı, önceki döneme kıyasla yüzde 5,4 oranında artarak 986,5 milyon dolar, Türkiye'nin Brezilya'dan ithalatı ise yüzde 19,2 oranında artarak 2,9 milyar dolar olmuştur. Böylece söz konusu dönemde ikili ticaret hacmi yüzde 15,4 oranında artmış ve 3,9 milyar dolara ulaşmıştır.

Çin ve ABD, Brezilya'nın en büyük iki ticaret partneri olup 2022 yılı Ocak-Eylül dönemi itibarıyla yalnızca anılan ülkelerin Brezilya'nın toplam ithalat hacmindeki payı yüzde 40'ın, toplam ihracat hacmindeki payı ise yüzde 35'in üzerinde gerçekleşmiştir. Öte yandan, son yıllarda Çin'e karşı alternatif tedarikçi arayışına giren Brezilya'da popüler olan Türk dizilerinin de etkisi ile Türk mallarına olan talepte artış yaşanmakta, ülkenin Türkiye ve Türk Malı algısı genellikle olumlu olarak

seyretmektedir. Brezilya pazarı esasen yüksek kaliteli ve uygun fiyatlı ürünlere sahip ihracatçılarımız için hemen her sektörde fırsatlar barındırmaktadır.

Demir-çelik, elektrikli makine ve cihazlar ülkemizin Brezilya pazarında rekabet avantajının bulunduğu başlıca sektörlerdir. 2022 yılı Ocak-Eylül döneminde Türkiye'nin Brezilya'ya ihracatında demir ve alaşımsız çelikten çubuklar, turbojetlerin veya turbo pervanelerin parçaları, tedavide kullanılan ilaçlar, içten yanmalı motor parçaları, fındık, traktör gövdeleri ve traktör karoserileri ile parçaları başta gelmiştir. Dolayısıyla, firmalarımız için sanayi ürünleri arasında inşaat malzemeleri, makineler, elektrikli makine ve cihazlar gibi ürünlerde Brezilya'ya ihracat potansiyelimiz yüksek düzeyde bulunmaktadır.



Serbest ticaretin en avantajlı olduğu ülke ŞİLİ

İstikrarlı siyaseti, gelişmiş serbest ticaret koşulları ile dikkat çeken Şili, Latin Amerika'nın en hızlı büyüyen ekonomilerinden biri. Türkiye'nin Yakın Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkede, ihracat potansiyeli en yüksek ürünler olarak demir çelik, elektrik ile motorlu araçlar ve aksesuarları öne çıkıyor.



ŞİLİ'DE TÜM DÜNYA ülkeleriyle serbest ve rekabete dayalı bir ticaret anlayışı hâkim. Dünya GSYİH'sinin yüzde 88'ini oluşturan 65 ülke/ ticari blok ile arasında toplam 30 serbest ticaret anlaşması yürürlükte olan Şili, dünyada en fazla serbest ticaret anlaşması imzalamış ülke unvanını taşıyor. Şili, gayrisafi yurt içi hasılasının yaklaşık yüzde 60'ını, ihracatının ise yüzde 95'ini serbest ticaret anlaşmalarının kapsadığı ürün ve hizmetlerin ticaretinden karşılıyor. Dış ticareti, ekonomisinin itici gücünü oluşturan ülkede, finans sistemi de oldukça gelişmiş durumda. Öyle ki Şili, Latin Amerika'da kredi notunu 25 yıldır A'da tutmayı başarabilen tek ülke. Latin Amerika'nın önde gelen ekonomilerinden biri olan Şili,

Meksika'dan sonra OECD'ye üye olan ikinci Latin Amerika ülkesi. 19,9 milyon kişilik bir nüfusa sahip olan Şili'de toplam nüfusun yüzde 40'ı başkent Santiago ve çevresinde yoğunlaşıyor. Yaklaşık 8,5 milyon olarak tahmin edilen toplam iş gücünün yüzde 13'ü tarım, yüzde 23'ü sanayi ve yüzde 64'ü hizmetler sektöründe varlık gösteriyor. Dünya bakır üretiminin üçte birini karşılayan Şili, Çin'in de bu alandaki en büyük tedarikçisi konumunda.

EN ÇOK AMERİKA VE ÇİN'DEN ALIYOR

Şili ekonomisi, 2021 yılı itibarıyla 317,6 milyar dolar GSYİH'ye sahip ve kişi başına düşen GSYİH 15,9 bin dolar civarında. Ülkenin başlıca ticari ortakları Çin ve ABD, Şili ithalatının yüzde 40'ından fazlasını karşılıyor. 2021 yılında 26,3 milyar dolar Çin'e,

ÜLKE KÜNYESİ

Resmî Adı: Şili Cumhuriyeti

Para Birimi: Şili pesosu

Toplam ihracatı:

89,8 milyar dolar

Toplam ithalatı: 87 milyar dolar

Şili'nin Türkiye'den ithalatı:

0,6 milyar dolar

Şili'nin Türkiye'ye ihracatı:

0,2 milyar dolar

18,7 milyon dolar Amerika'ya ithalat gerçekleştiren Şili; Brezilya, Arjantin, Almanya, Meksika ve İspanya ile de yakın ticari ilişkiler içinde. Şili'nin ithalatında yüzde 0,6'lık bir dilime sahip Türkiye ise 21. sırada yer alıyor.

Şili'nin ithal ettiği başlıca ürünler, sırasıyla mineral yakıtlar, yağlar; makine-cihazlar, aletler ve parçaları; motorlu kara taşıtları, elektrikli makine ve cihazlar ile plastik ve mamullerinden oluşuyor. 2021 yılında 89,8 milyar dolar ihracat yapan Şili'nin ihracatında ise en önemli ürün grupları; metal cevherleri, bakır ve bakırdan eşya, su ürünleri, meyveler, kâğıt ürünleri, ahşap eşya, kimyasal ürünler ve alkolsüz içecek şeklinde sıralanıyor.

ÇELİK VE OTOMOTİV ETKİSİ

Türkiye, Şili ile dış ticaretinde 2014-2017 yılları arasında net ithalatçı iken 2018 ve 2019 yıllarında net ihracatçı konumuna geçti. Ancak 2020 yılında salgının etkisiyle Türkiye'nin Şili'ye ihracatı yüzde 21 oranında bir kayıp vererek 280 milyon dolara geriledi. 2021 yılında Türkiye'nin Şili'ye ihracatı yeniden yukarıya doğru ivmelenirken bir önceki yıla göre yüzde 124 arttı ve 627,5 milyon dolara yükseldi. Bu yükselişi ise önce çelik, ardından otomotiv sektöründeki ihracat tetikledi. Türkiye'nin çelikteki ihracatı 2021 yılında 2020 yılına göre yüzde 329 artarak 214,5 milyon dolara ulaştı. Otomotiv endüstrisi ise yüzde 140 artarak 98 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Türkiye ile Şili arasında 2011 yılından itibaren yürürlükte olan Serbest Ticaret Anlaşması bulunuyor. Bu kapsamda sanayi ürünlerinin neredeyse tamamından (kauçuk lastiklere ilişkin 6 kalem ürün hariç) tarım ürünlerinin



ise bir kısmından gümrük vergisi alınmıyor.

TİCARETE AÇIK BİR YAPIYA SAHİP

Tüketim eğiliminin yüksek olduğu dikkat çeken Şili'de gıda, hazır giyim, kozmetik, ayakkabı, unlu mamul, şekerleme ürünleri, içecek gibi kalemler itibarıyla kişi başına düşen harcamalar diğer Latin Amerika ülkelerinin üzerinde seyrediyor. Ayrıca ülkenin yeni ürün ve marka deneyimlerine açık bir tüketici kitlesi bulunuyor. Bu ticarete açık yapı, Şili'yi diğer ülkelerin pay sahibi olmak istedikleri bir pazara dönüştürüyor.

Türkiye'den Şili'ye ihracat potansiyeli yüksek olan ürünler

Motorlu araçlar ve aksamaları	%40
Makine, elektrik	%40
Hazır giyim	%15
Demir-çelik	%57
Plastik & kauçuk	%37
Metal ürünleri	%45
Kimyasallar	%31
Halılar	%36
Sentetik tekstil kumaşı	%29
Ev tekstili	%27
Kozmetik	%27
Demir dışı metaller	%22

Şili Ticaret Müşaviri Yardımcısı
Seda Nil GÜNER

“İKİ ÜLKE ARASINDAKİ DİŞ TİCARET HACMI DÜZENLİ ARTIŞ EĞİLİMİNDE”

Şili, 2021 yılında GSYİH’de yüzde 11,7’lik bir büyüme kaydetmiş olup söz konusu değerini ekonomi çevrelerince son 30 yılın en yüksek büyüme oranı olduğu vurgulanmıştır.

Ancak 2022 yılında özellikle küresel gelişmelerin etkisiyle tüm dünyada olduğu gibi Şili’de de ekonomik büyüme ivme kaybetmiş, son 30 yılın en yüksek enflasyon oranı ile karşı karşıya kalınmıştır. Yerel para biriminde yaşanan değer kayıplarına ilave olarak yatırımlarda duraksama yaşanmıştır. Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından yapılan değerlendirmelerde, Şili’nin 2022 yılını en fazla yüzde 2’lik bir büyüme ile kapatacağı, 2023 yılında ise öngörülen yüzde 1’lik daralma ile bölgesinde ekonomik küçülme yaşayacak tek ülke olacağı tahmin edilmektedir.

1 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren Türkiye-Şili Serbest Ticaret Anlaşması sonrasında, iki ülke arasındaki dış ticaret hacminin dönemsel ve ihmal edilebilir oynamalar haricinde düzenli artış eğiliminde olduğunu söylemek mümkündür. COVID-19 pandemisinin ardından yaşanan ekonomik canlanmanın da etkisiyle 2021 yılında TÜİK verilerine göre dış ticaret hacmimiz ilk kez 1 milyar ABD doları düzeyine

yaklaşarak 978,2 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

İhracatçılarımız için sanayi ürünleri arasında özellikle otomotiv ana ve yan sanayi ürünleri, ilaç, demir-çelik, iş makineleri ile aksamaları, beyaz eşya ve küçük ev aletleri, mobilya, inşaat malzemeleri, ambalaj, ayakkabı ve hazır giyim yüksek potansiyel barındırmaktadır. Tarım ve gıda ürünlerinde ise ihracatçılarımızın, şekerli ve çikolatalı mamuller, soslar ve müstahzarlar, bitkisel yağlar, konserve meyve ve sebze, makarna, meyve suyu ve hayvan yemi gibi ürünlere yönelmeleri faydalı olacaktır.

Ülkemiz ile Şili arasındaki ticari ve ekonomik ilişkiler ağırlıklı olarak mal ticareti ile sınırlı olup Şili’de yerleşik Türk vatandaşlarınca işletilen yaklaşık 70 adet işletme, başta ikinci el eşya ticareti olmak üzere, halıcılık, hediyeleşik eşya, inşaat malzemeleri, makine ve gıda gibi sektörlerde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte, bölgesinde elverişli ve istikrarlı bir yatırım ortamı vadeden Şili, son yıllarda Türkiye’de yerleşik iş insanlarımızın ve yatırımcılarımızın da dikkatini çekmeye başlamış olup özellikle tarım, enerji ve hizmet sektörlerindeki yatırım fırsatları iş insanlarımızca yakından takip edilmektedir. Şili’ye hizmet ihracatımızda önemli bir yer tutan "Türk dizileri" sektörü ise ülkede 2014 yılından itibaren varlık göstermekte olup önemli bir konuma sahiptir.



Amerika Pazarında Yerinizi Alın!


Türkiye'nin en gözde ihracatçıları
Turkpex NJ23 Fuarı ile Amerika'ya açılıyor,
ihracatını artırıyor.

TURKPEX NJ23 FUARI

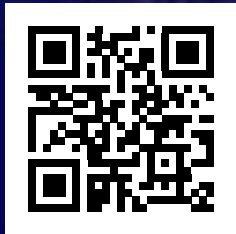
14 - 17 EYLÜL
NJ CONVENTION
CENTER, USA

 Mobilya ve Aksesuarları

 Ev Tekstili ve Halı

 Züccaciye ve Mutfak Eşyaları

 Sağlık Turizmi



Yerinizi ayırtmak için arayın
ya da QR kodu okutarak
formu doldurun.



purplectv.com

BİZ DE HER ŞEY GELENEKSEL. BAŞARI DAHİL!

*Huğlu Av Tüfekleri
Kooperatifi bugün tam
80 farklı ülkede,
sektöründe ki Dünya devi
markalarla başa baş
rekabet etmektedir.





sektör kuru meyve ve mamulleri



Avrupa'nın sağlık deposu

KURU MEYVE VE MAMULLERİ İHRACATI

Avrupa'nın sağlıklı ve doğal yaşam tutkusu, Türk kuru meyve ve mamulleri sektörünün ihracatını artırdı. rn bazında en fazla geliri 309 milyon 981 bin dolarla ekirdeksiz kuru üzüm, 256 milyon 732 bin dolarla kuru kayısı ve 145 milyon 958 bin dolarla Antep fıstığı getirdi.



Kuru meyve sektörünün lideri çekirdeksiz üzüm, 2021 yılında toplam 227 bin ton ihraç edilerek ülkeye 425,7 milyon dolar döviz girişi sağladı.



DÜNYA KURU MEYVE ihracatının yüzde 16'sı Türkiye'den gerçekleştiriliyor. Türkiye kuru meyve ihracatı, 2021 ilk dokuz ay miktar bazında 332 bin ton iken 2022 yılının aynı döneminde 345 bin ton olarak gerçekleşti. Değer bazında ise 2021 yılı ilk dokuz ay 1 milyar 28 milyon dolar ihracat yapılırken 2022 yılında 1 milyar 82 milyon dolara yükseldi. Ülke grupları bazında en çok ürünü 435 milyon 247 bin dolar ve yüzde 40,2'lik payla Avrupa ülkelerine yapan Türk kuru meyve ve mamulleri sektörü, ülke bazında en çok ihracatı 138 milyon 847 bin dolarla Almanya'ya gerçekleştirdi. Sonra sırasıyla 110 milyon 389 bin dolarla İngiltere, 83 milyon 930 bin dolarla ABD, 77 milyon 554 bin dolarla İtalya ve 64 milyon 220 bin dolarla Fransa geldi. Sektör, toplamda 153 ülkeye ihracat gerçekleştirdi. Türkiye'nin kuru meyve ihracatında lider birlik konumunda olduklarını belirten TİM Yönetim Kurulu Üyesi ve Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkan Yardımcısı Birol Celep, Türkiye'nin 2021 yılında gerçekleştirdiği 1,6 milyar dolarlık ihracatın yüzde 55'ini tek başlarına gerçekleştirdiklerini vurguladı. Kuru meyve mamulleri ihracatında 574 milyon 197 bin dolarla ilk sırada yer alan Ege İhracatçı Birlikleri'ni 235 milyon 92 bin dolar ile Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri takip etti.

SEKTÖRDE İLK ÜÇ

Kuru meyve sektörü; çekirdeksiz kuru üzüm,

kuru kayısı, kuru incir, Antep fıstığı, ceviz, badem, leblebi, çam fıstığı, kuru erik, kuru elma gibi çok çeşitli ve her biri kendi içinde ayrı bir ihracat potansiyeli taşıyor. Çekirdeksiz üzüm ise Türkiye'nin ihraç ettiği ürünler arasında lider konumda. Sektör, 2021 yılında toplam 227 bin ton çekirdeksiz üzüm ihraç ederek ülkeye 425,7 milyon dolar döviz girişi sağladı. En son ihracat verilerine göre ise 2022/2023 sezonunda 15 Ekim 2022 tarihine kadar 38 bin 985 ton çekirdeksiz kuru üzüm, 18 bin 482 ton kuru kayısı, 7 bin 856 ton kuru incir ihraç edildi. Değer bazında bakıldığında da çekirdeksiz kuru üzüm 64 milyon dolar, kuru kayısı yaklaşık 100 milyon dolar, kuru incir ise 34 milyon dolar gelir sağladı.

ORGANİK BESLENME POZİTİF ETKİ EDİYOR

Kuru meyve sektörünün tamamına yakın kısmının yerli girdilere dayalı olması sebebiyle ülke ve bölge ekonomisi ile dış ticaret açısından büyük öneme sahip olduğunu söyleyen Celep, son zamanlarda artan ihracatı, dünyada her geçen gün önem kazanan sağlıklı yaşam tutkusuna bağlıyor. "Tüm dünyada her geçen gün artan tüketici bilinci ve sağlıklı gıdaya olan talepler, kuru meyvelerimizin giderek daha fazla ön plana çıkmasına sebep olmaktadır. Bölgemiz organik ürünler açısından önemli potansiyele sahip olup bu grupta da kuru meyvelerimiz lokomotif özelliğiyle ön plana çıkmaktadır."



sektör kuru meyve ve mamulleri

BİROL CELEP
TİM Yönetim Kurulu Üyesi
ve Ege Kuru Meyve ve
Mamulleri İhracatçıları
Birliği Sektör Kurulu
Başkan Yardımcısı



diyen Celep, üretimi iyileştirme ve ihracatı artırmaya yönelik hâlihazırda devam eden projeleri olduğundan da bahsediyor. Birol Celep, 2022 yılı hedeflerinde üretim kalitesinin sürdürülebilir bir şekilde artırılarak ihracatın desteklenmesi ve tüm ürünlerin yurt dışı pazarlarında en iyi şekilde tanıtılması için faaliyetlerin artırılmasını hedeflediklerini de sözlerine ekliyor. Celep sözlerini, “Yönetim Kurulumuz ve bu ülkenin bir vatandaşı olarak sektörümüzün sürdürülebilir üretim ve ihracatına katkıda bulunmak, doğal ve sağlıklı gıda taleplerine gerek istihdam gerekse yatırımların artırılması konusunda imkânlar ölçüsünde görevimizi yerine getirmek en büyük gayemizdir.” şeklinde sürdürüyor.

ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM LİDER

Dünya üzüm ihracatının üçte birinin Türkiye’den gerçekleştirildiğini ifade eden Birol Celep, Türkiye’nin üzüm ihracatının da yüzde 90’dan fazlasının Ege Bölgesi’nden yapıldığını dile getiriyor. Çekirdeksiz kuru üzümde 2020-2021 yılı sezonunda miktar bazında ihracat, 223 bin 820 ton iken 2020-2021 sezonunda 252 bin 363 ton olarak kayda geçti. Değer bazında bakıldığında ise çekirdeksiz kuru üzümde 2020-2021 yılı sezonunda

miktar bazında ihracat, 429 milyon 875 bin dolar iken 2021-2022 sezonunda 441 milyon 862 bin dolara ulaştı.

KURU İNCİRDE YÜZDE 11’LİK ARTIŞ

Kuru meyve sektörü, tüm semavi dinlerde kutsal meyve olarak kabul edilen, Noel sofralarının vazgeçilmezi kuru incirde ise 2021-2022 ihraç sezonunu 70 bin 647 ton ihracatla geride bıraktı. Türkiye üretim ve ihracatında dünya lideri olduğu kuru incirde bu sezonda geçen yıla göre değer bazında yüzde 11’lik bir artışla 260 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

KURU KAYISI 115 ÜLKEYE GİTTİ

Birol Celep, kuru kayısı üretiminde Malatya başta gelse de ihracatında Ege Bölgesi olarak lider durumda olduklarını belirtiyor. Ağustos 2021-2022 tarihindeki 12 aylık dönemde yaklaşık 90 bin ton kuru kayısı ihraç edilirken değer bazında yüzde 29 artışla 375 milyon dolar elde edildi. 115 farklı ülkeden alıcı bulan kuru kayısıdan elde edilen gelirin büyük bir kısmı ise Avrupa’dan. Geçen yıla göre Avrupa’ya ihracatını yüzde 21 artıran kuru kayısı, 154 milyon dolara ulaştı. Sektör Ekim ayında ülke olarak en fazla ihracatını ise Almanya, Avusturya ve Belçika’ya gerçekleştirdi.




375
milyon dolar
KURU KAYISI İHRACATI

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÜVENLE BAŞLAR



Zamana meydan okuyan dostluklar güvenle başlar

Bizce sürdürülebilir ortaklıklar kurmanın en iyi yolu güvenilir olmaktır.

Güvene dayalı ilişki anlayışımız sayesinde sizinle uzun süreli iş ortaklıkları kurar, ihtiyaçlarınızı karşılayan yüksek kaliteli ürün ve hizmetlerimizle her zaman yanınızda oluruz.



sektör deri ve deri mamulleri

Ayakkabı DERİ SEKTÖRÜNÜ İLERİ TAŞIDI



2022 yılının ilk dokuz ayında ihracatta 1,5 milyar doları aşan sektör, Türkiye'nin aynı dönemde yüzde 17 oranında artan ihracatının üstünde bir performans sergileyerek dış satımını yüzde 21,2 oranında artırdı. Sektörün en önemli pazarını Almanya oluştururken ayakkabı sektörü, ihracatın lokomotifi oldu.

S

on 50 yıldır Türk ekonomisinde önemi giderek artan deri sektörü, özellikle 15 yıldır hızlı bir gelişim gösterdi. Kendi iç kaynaklarının yanı sıra ithal ham maddelere katma değer katarak ihracat çitasını her geçen gün yükselten sektör, bu performansı ile rekabet gücünü artırıyor.

Sektörün en önemli ihraç kalemini yüzde 59,7'lik pay ile ayakkabılar oluştururken saraciye yüzde 14,7'lik bir dilimi kapsıyor. Sektör ihracatında yarı işlenmiş/bitmiş deri ve işlenmiş kürk yüzde 14,1, ham deri ve kürk yüzde 0,4 oranında pay alıyor.

"2021 YILINI GEÇECEĞİZ"

Deri ve deri mamulleri sektörü olarak,



sektör deri ve deri mamulleri

2021 yılında yüzde 30'luk artışla, 1,73 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdiklerinin altını çizen İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, özellikle ayakkabı sektöründeki yükselişe dikkat çekti:

"Bu dönemde ayakkabı sektörümüz 1 milyar dolar ihracatla rekor kırdı. Mamul deri ve kürk 270 milyon dolar, saraciye 242 milyon dolar, deri ve kürk konfeksiyon sektörü ise 207 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. İçinde bulunduğumuz yıla bakacak olursak; Ocak-Ekim döneminde 1,6 milyar dolar ihracatla rekor kırdık. Sadece ayakkabı sektörümüz 970 milyon dolarlık ihracatla dönemsel rekorunu kırdı." Aynı zamanda saraciye sektörünün de 239 milyon dolar ile dönemsel ihracatta rekora ulaştığını sözlerine ekleyen Karaca, "Bu veriler ışığında, 2021 yılı ihracat değerine şimdiden çok yaklaştık. Ekim sonu itibarıyla, 2021 yılı toplam ihracatımızı geçeceğimizi düşünüyoruz." dedi. Sektör bu yıl ihracat rekorunu aylık bazda Eylül'de 210 bin dolar ile kırdı. Ocak ayında yaklaşık 132 bin dolar dış satım gerçekleştiren sektör, Şubat ayında 177 bin dolar bandına yükseldi. Mart ayında 191 bin dolarla yükselişini sürdüren sektör, Nisan ayında 116 bin dolarla düşüşe geçerken Mayıs, Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında 155 bin doların altına düşmedi.

KÜRESEL TİCARETTE YÜZDE 5 HEDEFİ

Sektörde büyük hedefler belirlediklerini dile getiren Güven Karaca, her şeyden önce 5 milyar dolar değerinde ihracata ulaşmak istediklerini ifade etti: "Sektörde 5 milyar dolarlık ihracat değerine ulaşmak, pazar payımızı artırmak, birim fiyatımızı 15 dolar/kg seviyesine çıkarmak istiyoruz. 2021 yılında yaklaşık 570 milyon dolar

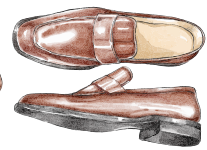


GÜVEN KARACA
İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı

gerçekleşen dış ticaret fazlamızı 2 milyar dolar seviyesine yükseltmek ise bir başka hedefimiz". Karaca bu hedeflere ulaşmakta "olmazsa olmazımız" olarak ifade ettiği tasarımın da altını çizdi. İhracatın sadece niceliksel değil, niteliksel olarak artmasına da büyük önem verdiklerini belirten Başkan Karaca, girişimci ve ihracatçı özelliklere sahip tasarımcı markalar yaratmayı hedeflediklerini sözlerine ekledi.

TEMEL SORUNLARA YÖNELİK ÇALIŞMALAR

Yönetime geldikleri günden bu zamana kadar, İDMİB'in sektöre ve ihracata olan



Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatında ilk 10 Ülke

Birim: 1.000 ABD \$	2021 Eylül	2021 Eylül	Değişim %	2021 Ocak - Eylül	2022 Ocak - Eylül	Değişim %	Pay %
1 ALMANYA	12.989	15.939	22,3%	94.950	126.170	33,2%	8,2
2 İTALYA	10.843	12.991	22,2%	70.813	120.606	70,8%	7,9
3 ABD	9.000	10.890	21,1%	42.929	61.897	44,7%	4,2
4 BİRLEŞİK KRALLIK	8.764	8.496	-3,1%	50.211	61.429	22,2%	4,0
5 RUSYA	8.372	8.525	1,8%	56.401	60.423	7,1%	4,0
6 HOLLANDA	7.090	7.190	1,4%	63.079	56.954	-9,7%	3,7
7 FRANSA	6.727	7.826	15,0%	48.260	55.358	14,5%	3,6
8 KANADA	5.082	6.746	32,9%	39.344	51.722	31,6%	3,8
9 HOLLANDA	4.877	6.478	33,2%	36.113	48.921	35,7%	3,8
10 POLONYA	2.375	5.481	131,0%	23.264	44.130	90,6%	2,9
BU 10 ÜLKE TOPLAMI	79.239	87.425	10,4%	527.344	689.577	30,4%	44,9
Diğer Ülkeler ve Bölgeler	88.589	102.882	14,8%	798.312	646.599	-18,4%	55,1
ABD TOPLAMI	64.188	79.058	21,8%	421.743	542.353	28,8%	41,9
Diğer Deri Ürünleri İhracatı	171.826	190.047	11,0%	1.260.267	1.034.076	-17,9%	106,0

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Ekim 2022



sektör deri ve deri mamulleri

%42

AB'YE GERÇEKLEŞTİRİLEN
2022 İHRACATI



katkılarını sürdürülebilir bir şekilde artırmaya odaklandıklarını belirten Güven Karaca, deri ve deri mamulleri sektörü olarak yaklaşık 600 milyon dolar dış ticaret fazlası verdiklerini vurguladı. Karaca, sektörün en önemli iki sorunu olan nitelikli eleman ihtiyacı ve ölçek sorununa karşı birlik olarak önemli çalışmalar yürüttüklerini de kaydetti. Son yıllarda sektörün yetmişmiş insan gücü bulmakta zorlandığını dile getiren Karaca, İDMİB olarak çalışma gruplarıyla birlikte İDMİB Akademi'yi hayata geçirdiklerini anlattı. İDMİB'in Millî Eğitim Bakanlığı ile ortaklaşa başladığı Mesleki Eğitim Merkezleri

(MEM) projesi de bu anlamda önemli bir adım niteliğinde. Karaca bununla ilgili olarak "MEM'lerin sayısını daha da artırıp sistemi tüm sektörlerimize adapte etmek istiyoruz." dedi. Karaca ayrıca sektörün ölçek sorununa da değindi:

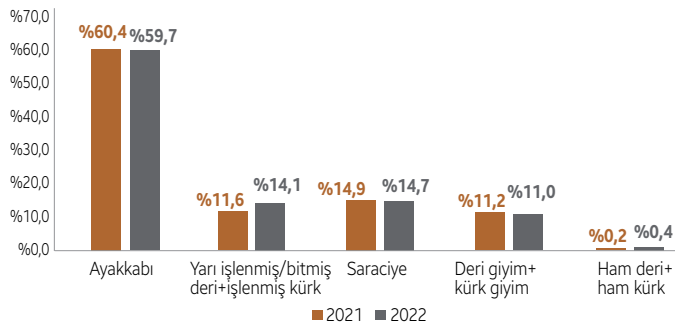
"Sektör firmalarımız ağırlıklı olarak KOBİ'lerden oluştuğundan büyük ölçekli siparişleri karşılamakta zaman zaman güçlük yaşanabiliyor. Ayrıca küresel ticarete ön koşul hâline gelen sosyal uygunluk kriterlerine uyumun da bir an önce sektörün tüm firmalarınca tamamlanması gerekiyor. Bu doğrultuda biz de Karbon Nötr OSB projemizi hayata geçirebilmek için çalışma grubumuzla birlikte yol haritamızı planlıyoruz".

EN ÖNEMLİ PAZARLAR

2022 yılı Ocak-Eylül dönemi verilerine göre, deri ve deri ürünleri ihracatında en önemli ihracat pazarını yüzde 33,1 artış oranı ile Almanya oluşturuyor. Bu dönemde Almanya'ya yapılan ihracat 126,4 milyon dolar olarak gerçekleşirken Almanya'nın Türkiye'nin deri ve deri ürünleri ihracatından



Ürün Grubu Payları





advertorial epal

EPAL Euro palet değişim havuzundaki paletlerin döngüsünü güvence altına alır

EPAL AHŞAP EURO PALETLERİN onarımı kolaydır. Paletlerin kullanımından kaynaklanan hasarlar, EPAL onaylı tamir firmaları tarafından hızlı ve ucuz bir şekilde onarılmaktadır. EPAL Euro paletleri daha sonra, diğer birçok lojistik süreç için kullanılabilir. Kullanım ve yeniden kullanım yeniden başlar ve EPAL Euro palet değişim havuzundaki paletlerin döngüsünü güvence altına alır.



Tekrar kullan

Tamir et

Geri kazan



Biz
Döngüsel Ekonomiyiz

EPAL HAKKINDA

Uluslararası bir dernek olan Avrupa Palet Birliği [European Pallet Association e.V. (EPAL)], EPAL Euro palet değişim havuzunu düzenler. EPAL Euro paletleri, Avrupa'daki sanayi ve ticaret tedarik zincirlerinin temelini oluşturur. EPAL markası, lojistikte kalite, güvenlik ve sürdürülebilirliği temsil eder.

Şu anda dolaşımında olan yaklaşık 625 milyon EPAL Euro paleti ve yaklaşık 20 milyon EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ile EPAL Euro palet değişim havuzu; dünyanın en büyük açık palet değişim havuzudur. 1.500'den fazla EPAL lisansı sahibi, dünya çapında EPAL Euro paletlerini ve diğer EPAL yük taşıyıcılarını üretir ve onarır.

EPAL herhangi bir ekonomik kâr hedefi peşinde koşmaz. 1991 yılında değiştirilebilir Euro paletler için uluslararası bir dernek olarak kurulan EPAL, şu anda 30'dan fazla ülkede Ulusal Komiteler ve Temsilciler ile aktif çalışıyor. EPAL'in faaliyetlerinin odak noktası, uluslararası EPAL Euro palet değişim havuzunun organizasyonu ve EPAL Euro paletleri, EPAL Gitterbox (Telli Kasa) ve diğer EPAL yük taşıyıcılarının üretim ve onarımının kalite güvencesidir.

Yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm ilkelerine sahip EPAL Euro palet değişim havuzu, otuz yılı aşkın süredir sürdürülebilir döngüsel ekonominin başlıca örneği olmuştur. Ahşaptan yapılan EPAL Euro paletler, iklim korumasına önemli bir katkı sağlar. CO2 depolar, israfı önlerler ve yeniden kullanım, değişim, onarım ve geri dönüşüm yoluyla endüstri, ticaret ve lojistikteki kullanıcıların karbon ayak izi olan CO2 dengesini iyileştirir.



THE PALLET SYSTEM.

www.epalturkiye.com



sektör deri ve deri mamulleri

aldığı pay yüzde 8,2 olarak kaydedildi. 2022 yılının Ocak-Eylül döneminde ihracattan yüzde 7,9 pay alan İtalya, Türkiye'nin ikinci önemli pazarı oldu. İtalya'ya Türkiye'den geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 70,3 artış oranı ile 120,6 milyon dolar değerinde dış satım yapıldı. 64 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen ABD ise yüzde 4,2 pay ile üçüncü sıraya yerleşti.

2022 yılı Ocak- Eylül döneminde deri ve deri mamulleri ürün grupları açısından en çok ihracat ayakkabı ve aksesuarları ürünlerinde yapılırken bu ürün grubunda 915,7 milyon dolarlık ihracat kaydedildi.

Ülke grupları açısından değerlendirildiğinde, Avrupa Birliği'ne yapılan ihracat yüzde 42 oranında bir paya sahip. 2022 yılı Ocak-Eylül döneminde bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 36,2 oranında artış gösteren ülke grubuna, 642,3 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirildi. Aynı dönemde Eski Doğu Bloku ülkelerine yapılan ihracat yüzde 9,5 oranında artırılarak 218 milyon dolara ulaştı. Orta Doğu ülkelerine yönelik deri ve deri mamulleri ihracatında yaklaşık 172 milyon dolarla yüzde

19 artış yakalanırken toplam deri ve deri ürünleri ihracatının yüzde 11,2'si karşılandı. Deri ve deri ürünleri ihracatında diğer önemli pazarlardan Afrika ülkelerine yapılan ihracat, bu dönemde bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 1,1 azalsa da yaklaşık 145,4 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Dokuz aylık dönemde Asya ve Okyanusya ülkelerine yönelik ihracatta ise yüzde 9,8 oranında düşüşle 103,7 milyon dolara ulaşıldı.

SEKTÖRÜN LOKOMOTİFİ AYAKKABI

2022 yılı Ocak-Eylül döneminde deri ve deri mamulleri ürün grupları açısından en çok ihracat ayakkabı ve aksesuarları ürünlerinde yapılırken bu ürün grubunda 915,7 milyon dolarlık ihracat kaydedildi. "Tüm ürün gruplarında olduğu gibi ayakkabıda da en büyük avantajımız kalite" diyen Güven Karaca, sektörün gelişen dünya trendlerine hızla uyum sağlayacak motivasyonla üretim gerçekleştirdiğine dikkat çekti. Tasarım ve adaptasyon kabiliyetine vurgu yapan Karaca sektör için, "Farklı modellerde, farklı ölçekli siparişleri hızla üretebiliyor, rakiplerine kıyasla hızlı çözüm önerileri sunabiliyor." şeklinde konuştu.

Aynı dönemde ayakkabı sektörünü 226 milyon dolarla saracıye ürünleri takip etti. Türkiye toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içindeki payı yüzde 14,7 düzeyindeki saracıye ürünlerinden sonra yarı işlenmiş/bitmiş deri ve işlenmiş kürk ürün grubu geldi. Bu ürün grubunda, 2022 yılı Ocak- Eylül döneminde yüzde 14,4 oranında artış yaşandı ve 215,6 milyon dolarlık ihracat yapıldı. İhracatta bir diğer önemli grup olan deri ve kürk giyiminde ise 2022 yılı Ocak-Eylül döneminde 168,5 milyon dolarlık ihracata imza atıldı.



MARKAYI

başarıya götüren yol...

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

MARKA
DİJİTAL



 / adrespatent

Adres Patent

Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL - info@adrespatent.com www.adrespatent.com.tr

İSTANBUL - LEVENT
0(212) 347 89 89
info@adrespatent.com

İSTANBUL - BEŞİKTAŞ
0(212) 272 60 48
beşik@adrespatent.com

İSTANBUL - MERKEZ
0(212) 890 55 50
merke@adrespatent.com

İSTANBUL - İKİTELLİ
0(212) 549 43 70
ikitel@adrespatent.com

İSTANBUL - ANADOLU
0(216) 386 26 88
anadol@adrespatent.com

İSTANBUL - GERZE
0(530) 178 85 72
gerze@adrespatent.com

ANKARA
0(312) 232 62 89
ankar@adrespatent.com

İZMİR
0(232) 425 20 40
izm@adrespatent.com

DENİZLİ
0(258) 265 69 12
deniz@adrespatent.com

LONDRA
+44(0)755 272 59 55
londra@adrespatent.com

ANTALYA
0(242) 321 00 89
antalya@adrespatent.com

MARMARA TEKNİKENT
0(262) 676 62 45
marmara@adrespatent.com

adres  patent

"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr



Yeni Sektörel Düzenlemeler

Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası

SİSTEME REASÜRANS DESTEĞİ

Reasürans desteği ihtiyacının ortaya çıkması durumunda, kararın reasürans desteğini düzenleyen maddesine göre hesaplanan tutar, Özel Riskler Yönetim Merkezi'nin talebi üzerine Hazine ve Maliye Bakanlığı bütçesinin ilgili tertibinden merkeze ödenecek.



8 EKİM 2022 TARİHLİ RESMÎ

GAZETE'DE yer alan Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortası Sistemine Devlet Tarafından Taahhüt Edilecek Reasürans Desteğine Dair Cumhurbaşkanlığı Kararı'na göre, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Ticari Alacak Sigortası Sunulmasını İçeren Devlet Destekli Sistem kapsamında 1 Nisan 2022-31 Mart 2023 döneminde akdedilen sigorta sözleşmelerinden kaynaklanan, ancak reasürans ve retroseksyon yoluyla transferi yapılamayan risklerin hasar/prim oranı; sistemin işletilmesini teminen 3 Haziran 2007 tarihli ve 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 33/A maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde görevlendirilen Özel Riskler Yönetim Merkezi'nin üzerinde kalan ve teminat verilen riskin yüzde 50'lik kısmını oluşturan pay için yüzde 75 ve üzeri, teminat verilen riskin kalan yüzde 50'lik kısmını oluşturan pay için yüzde 110 ve üzeri için

reasürans desteği devlet tarafından taahhüt edildi.

Reasürans desteği için uygun bedel, ilgili dönemde iptaller düşüldükten sonra yazılan brüt primin binde 5'i olarak, devlet desteğinin gerekli olacağı hasar/prim oranına ulaşılması durumunda, ilgili dönemde iptaller düşüldükten sonra yazılan brüt primin yüzde 1,5'i olarak belirlendi.

Reasürans desteği ihtiyacının ortaya çıkması durumunda, kararın reasürans desteğini düzenleyen maddesine göre hesaplanan tutar, Özel Riskler Yönetim Merkezi'nin talebi üzerine Hazine ve Maliye Bakanlığı bütçesinin ilgili tertibinden merkeze ödenecek. En geç ilgili dönemin sonunu takip eden bir ay içinde genel bütçeye gelir kaydedilmek üzere Özel Riskler Yönetim Merkezi tarafından Bakanlığın ilgili hesabına ödeme yapılacaktır.



Yeni Sektörel Düzenlemeler

BORU BAĞLANTI PARÇALARI İÇİN UYGULANACAK DAMPİNGE KARŞI ÖNLEM BELLİ OLDU

8 Ekim 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2022/26) ile İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2021/20)’de belirtilen Çin Halk Cumhuriyeti menşeli 7307.91.00.00.00, 7307.93.11.00.11, 7307.93.11.00.12 ve 7307.93.19.00.00 gümrük tarife istatistik pozisyonlarındaki “demir veya çelikten belirli boru bağlantı parçaları” ürünü ithalatına yönelik başlatılan nihai gözden geçirme soruşturmasının tamamlanması neticesinde alınan kararın yürürlüğe konulması amaçlanmaktadır. Yürütülen soruşturma sonucunda, ÇHC

menşeli ürünlere yönelik önlemin yürürlükten kalkması durumunda dumpingin ve zararın devam etmesinin veya yeniden meydana gelmesinin muhtemel olduğunun saptandığı belirtilerek soruşturma kapsamında ulaşılan bilgi ve belgelerin neticesinde uygulamaya konulan dumpinge karşı önlemler şu şekildedir:

GTİP	Eşyanın Tanımı	Menşe Ülkeleri	Dampinge Karşı Önlem (ABD Dolan/Ton)
7307.91.00.00.00	Flanşlar	Çin Halk Cumhuriyeti	500
7307.93.11.00.11	Dirsekler		
7307.93.11.00.12	Kavisler		
7307.93.19.00.00	Diğerleri		

MOTOSİKLET LASTİKLERİ İÇİN DAMPİNGE KARŞI ÖNLEM BELLİ OLDU

8 Ekim 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2022/25) ile İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2021/33)’de belirtilen Çin Tayvanı ve Vietnam Sosyalist Cumhuriyeti menşeli 4011.40 gümrük tarife pozisyonu altında yer alan “motosikletlerde kullanılan kauçuktan yeni dış lastikler”, 4013.90.00.00.11 gümrük tarife istatistik pozisyonu altında yer alan “motosikletlerde kullanılan kauçuktan iç lastikler” ve 8714.10.30.00.00 gümrük tarife istatistik pozisyonu altında yer alan “tekerlekler ve bunların aksam parça aksesuarları (yalnız 4011.40 gümrük tarife pozisyonunda yer alan dış lastikleri ihtiva eden tekerlekler, jantı hariç)” ile aynı gümrük tarife istatistik pozisyonunda yer alan “tekerlekler ve bunların aksam parça aksesuarları (yalnız 4013.90.00.00.11 gümrük tarife istatistik pozisyonunda yer alan iç lastikleri ihtiva eden tekerlekler, jantı hariç)” ithalatına yönelik olarak başlatılan nihai gözden geçirme soruşturmasının tamamlanması

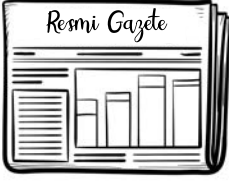
neticesinde alınan kararın yürürlüğe konulması amaçlanmaktadır.

Yürütülen soruşturma sonucunda, mevcut önlemlerin yürürlükten kalkması durumunda dumpingin ve zararın devam etmesinin veya yeniden meydana gelmesinin muhtemel olduğunun saptandığı belirtilerek belirlenen oranlarda dumpinge karşı uygulanmasına karar verildi.

GTP	Madde İsmi	Menşe Ülkeleri	Dampinge Karşı Önlem (CIF Bedelinin Yüzdesi)
4011.40	Motosiklet kullanılan kauçuktan yeni dış lastikler	Çin Tayvanı	6
		Vietnam	29
4013.90.00.00.11	Motosikletlerde kullanılan kauçuktan iç lastikler	Çin Tayvanı	21
		Vietnam	49
8714.10.30.00.00	Tekerler ve bunların aksam parça aksesuarları (yalnız 4011.40 GTP’de yer alan dış lastikleri ihtiva eden tekerler, jantı hariç)	Çin Tayvanı	21
		Vietnam	49
	Tekerler ve bunların aksam parça aksesuarları (yalnız 4013.90.00.00.11 GTP’de yer alan iç lastikleri ihtiva eden tekerlekler, jantı hariç)	Çin Tayvanı	21
		Vietnam	49



Yeni Sektörel Düzenlemeler



YATIRIMLARA PROJE BAZLI DEVLET YARDIMI TEBLİĞİNDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

4 Ekim 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Yatırımlara Proje Bazlı Devlet Yardımı Verilmesine İlişkin Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (2019/1)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (2022/1) ile kurumun aktifine kayıtlı bulunan toplam sabit kıymet tutarını belirten tanım tebliğe eklendi. Nitelikli Personel Desteği, Enerji Desteği ve Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteğinin uygulanmasına ilişkin Tebliğ maddelerinde değişiklikler yapıldı.

Tebliğin 3. maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki bent eklendi:

“ç) Kurumun aktifine kayıtlı bulunan toplam sabit kıymet tutarı: 4/1/1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 313. maddesi uyarınca amortisman mevzuunu oluşturan iktisadi kıymetlerin birikmiş amortismanları düşülmeden önceki brüt tutarı,” Ayrıca, Tebliğin 6’ncı maddesinin birinci fıkrasında, 9. maddesinin dördüncü fıkrasında, 13. maddesinin ikinci fıkrasının birinci cümlesinde düzenlemeler yapıldı.

2023 ARABULUCULUK ASGARI ÜCRET TARİFESİ YAYIMLANDI

4 Ekim 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 2023 Arabuluculuk Asgari Ücret Tarifesi Tebliğine göre, uyuşmazlıklarının arabuluculuk yoluyla çözümlenmesinde, arabulucu ile uyuşmazlıkların tarafları arasında 2023 yılında uygulanacak olan arabuluculuk asgari ücret tarifesi belli oldu.

Tebliğde, arabuluculuk ücreti, uyuşmazlığın arabuluculuk yoluyla çözüme kavuşturulmasını sağlamak amacıyla, arabuluculuk faaliyetini yürüten arabulucular siciline kayıtlı kişiye, sarf ettiği emek ve mesainin karşılığında, uyuşmazlığın taraflarınca yapılan parasal ödemenin karşılığı olarak belirtildi.

Tebliğe göre arabuluculuk faaliyeti süresince arabulucu tarafından düzenlenen evrak ve yapılan diğer işlemler için ayrı ücret alınmayacak. Arabulucu, ihtiyari arabuluculuk süreci başlamadan önce arabuluculuk teklifinde bulunan taraf veya taraflardan ücret ve masraf isteyebilecek. Uyuşmazlık başvurusu yapılmış olup arabuluculuk sürecinin başlamaması durumunda da ücret iade edilmeyecek. Tebliğde, arabulucu, arabuluculuk sürecine ilişkin olarak belirli kişiler için aracılık yapma veya belirli kişileri tavsiye etmenin karşılığı olarak herhangi bir ücret talep edemeyecek ve bu yasağa aykırı olarak tesis edilen işlemler ise hükümsüz olacak. Aksi kararlaştırılmadıkça arabuluculuk ücreti taraflarca eşit ödenecek. Arabuluculuk ücretinin takdirinde, arabuluculuk faaliyetinin sona erdiği tarihte yürürlükte olan tarife esas alınacak.



yeni sektörel düzenlemeler

CEP TELEFONU AKSAM VE PARÇALARI GÖZETİM TEBLİĞİNDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

30 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2007/1)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2007/1)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ’in 1 ve 2. maddesinin 3. fıkrasında değişikliğe gidildi. Buna göre; uygulamaya yönelik olarak Gümrük Kıymetini gösteren tablodaki 8517.71.00.00.00 GTIP kodlu eşyanın tanımına parantez içindeki ifade

eklendi. Aşağıdaki tablonun son hali şu şekildedir: Tebliğin 2. maddesinin 3. fıkrasının son hâli ise şu şekildedir: Birinci maddede yer alan tabloda belirtilen 8517.71.00.00.00 ve 8517.79.00.00.00 Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlu eşyanın, akıllı cep telefonu üretiminde kullanılmak üzere, ana kart dizgisi tamamlanmamış ve tamamen demonte haldeki (CKD) aksam ve parça olarak ithalatında bu Tebliğ hükümleri uygulanmaz.”

G.T.İ.P.	Eşya Tanımı	Gümrük Kıymeti (ABD Doları/Adet)
8517.18.00.00.19	Diğerleri	35
8517.71.00.00.00	Her türlü antenler ve anten yansıtıcıları; bunların aksam-parçaları (Yalnızca telefon cihazlarına ait olanlar)	5
8517.79.00.00.00	Diğerleri (Yalnızca telefon cihazlarına ait olanlar)	

PLASTİK LEVHA VE FOLYO GÖZETİM TEBLİĞİNDE GERİYE DÖNÜK TEBLİĞ DEĞİŞİKLİĞİ YAPILDI

4 Ekim 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2015/3)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ’e göre 3920.10 ve 3921.19 GTP’da yer alan eşyalar için Tebliğ hükümleri 15 Ekim 2022 tarihine kadar uygulanmayacak. Söz konusu uygulama 27 Ağustos 2022 tarihinden itibaren yürürlükte sayılacak.

İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2015/3)’de 27 Ağustos 2022 tarihinde değişiklik yapılmış ve 3920.10 için ton başı 3 bin dolar ve 3921.19 için ton başı 5 bin dolar Gümrük Kıymeti uygulaması getirilmişti.

KKM’DE SÜRE UZATIMI YAPILDI

30 Eylül 2022 tarihli Resmî Gazete’de yer alan TL Mevduat ve Katılma Hesaplarına Dönüşümün Desteklenmesi Hakkında Tebliğ’de değişiklik yapan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Tebliğine göre, yurt içi yerleşik tüzel kişilerin 31 Aralık 2021 ile 30 Eylül 2022 tarihleri arasındaki herhangi bir tarihte bankalarda mevcut olan dolar, euro ve İngiliz sterlini cinsinden döviz tevdiat hesabı ve döviz cinsinden katılım fonu hesabı bakiyeleri KKM’ye dâhil edilebilecektir.

Maddenin önceki hâlinde bu sınırlama 30 Aralık 2021 ile 30 Haziran 2022 şeklinde düzenlenmişti. Yapılan düzenleme ile yurt içi yerleşik tüzel kişilerin kur korumalı (KKM) mevduat kapsamına dâhil edilebilecek bankalardaki mevcut hesaplarında tarih sınırı Eylül sonuna kadar genişletildi.



endüstriyel tasarım

"TÜRK TASARIMCILAR her alanda güçlü"

KUNTER ŞEKERCİOĞLU

Kilit Taşı Tasarım

Tilia Atra ve Shell koltuk ailesi, Kütahya Porselen Ayla serisi, Banat diş fırçaları, Srikss Heritage kalem seti gibi ödüllü ürünlerin sahibi Kilit Taşı Tasarım'ın ortağı ve tasarım direktörü Kunter Şekercioğlu'na göre Türk tasarımcıları istisnasız her alanda güçlü... Tasarlanan ürünlerin ticari başarıları, ihracat rakamları ve alınan uluslararası tasarım ödüllerinin bunun somut göstergeleri olduğunun altını çizen Şekercioğlu, "İhracatçı firmalarımız zaman içinde, az gelir getiren 'satış garantili ürün' tuzağından uzaklaşarak yenilikçi, özgün ve katma değeri yüksek ürünlere Türk tasarımcılarla ulaşıp beraber güçlenecekler. Bu konuda somut örneklerle, bizzat hizmet verdiğimiz firmaların ihracat temelli büyümeleri ile şahit oluyoruz." şeklinde konuşuyor.

Kilit Taşı Tasarım olarak elektrikli ev aletlerinden plastik ev ve temizlik ürünlerine aydınlatmadan ambalaja, elektronikten halı ve mobilya sektörlerine kadar çok farklı alanlarda tasarım hizmeti veriyorsunuz. Çeşitlilik, yaratıcılığınıza pozitif etki ediyor mu?

Tabii, ediyor. Her sektörün hem ulusal/uluslararası dinamikleri hem de malzeme ve üretim yöntemleri farklı. Biriktirdiğimiz tüm deneyimlerimiz farklı sektörlerdeki tasarım işverenlerimizin ihtiyaçlarına yenilikçi çözüm önerileri getirebilmemizi sağlıyor. Hizmet verdiğimiz her yeni sektör, yeni trend ve güncel pazar araştırmaları yapmamızı gerektiriyor. Bu analizlerimiz ve hizmet verdiğimiz sektör çeşitliliğimizin getirdiği farklı bakış açılarımız, yenilikçi tasarım önerileri sunmamızı sağlıyor. En kıymetli bulduğumuz değerimiz ise bu çeşitliliğin getirdiği sektör ötesi perspektifimiz. Hizmet verdiğimiz firmaların yeni yatırımlarında güven yaratan bir iş ortağı olmayı başarıyoruz.

Yerli ve yabancı markalarla iş birliğiniz bulunuyor. Endüstriyel tasarımda Türkiye ve Türk tasarımcılara yönelik nasıl bir algı söz konusu sizce?

Türk tasarımcılara yönelik bilgi sahibi olmadan ön yargılarla yaklaşanlar vardır. Tasarladığımız ürünlerin





endüstriyel tasarım

"İhracatçı firmaların Türk tasarımcılar ile daha fazla iş birlikleri yapması gerekiyor. Sadece 'Made in Türkiye' değil, 'Designed in Türkiye' de diyebilmeliyiz."

başarıları bu ön yargıları yıkıyor. İhracatçı firmaların Türk tasarımcılar ile daha fazla iş birlikleri yapması gerekiyor. Sadece "Made in Türkiye" değil, "Designed in Türkiye" de diyebilmeliyiz. Bu uzun soluklu bir iyi tasarım rekabeti süreci ve bunun en önemli görünür noktası da her sene T.C. Ticaret Bakanlığı, TİM ve ETMK iş birliğiyle TURQUALITY® programı dâhilinde düzenlenen, iyi ve üstün tasarım ödülleri verilen Design Türkiye tasarım değerlendirme sistemi. Her sektör içinde tasarım rekabetinin yükselmesi, tasarımcı istihdamının artması ve dış ticaret açığımızı kapatma yolunda verimli adımlar atmamız için Design Türkiye etkinliğinin büyüyerek devamlılığının sağlanması çok önemli.

Türkiye endüstriyel tasarımda hangi alanlarda güçlü, hangi alanlarda desteklenmeye ihtiyaç duyuyor?

Türk tasarımcılar, istisnasız her alanda güçlüler. Tasarladığımız ve satışta olan ürünlerimizin ticari başarıları, ihracat rakamları ve aldıkları uluslararası tasarım ödülleri bunun somut göstergesidir. İhtiyacını

duyduğumuz tek destek, cesur tasarım işverenlerinin sayısının artmasıdır. İhracatçı firmalarımız zaman içinde, az gelir getiren "satışı garanti ürün" tuzağından uzaklaşarak, yenilikçi, özgün ve katma değeri yüksek ürünlere Türk tasarımcılarla ulaşıp beraber güçlenecekler. Bu konuda somut örneklerle bizzat hizmet verdiğimiz firmaların ihracat temelli büyümeleri ile şahit oluyoruz.

Sürdürülebilirlik son yıllarda yükselen bir değer hâline geldi. Bu anlayış tasarım dünyasına nasıl yansıyor?

Sürdürülebilirlik bir kavram olarak geniş bir yelpazeyi kapsıyor. Tasarım





"Ürünün karbon ayak izini azaltmaya yönelik her faktör, tasarım sürecinde eskisine göre çok daha fazla önemsenmeye başladı."

dünyası da tabii ki önemsiyor, özellikle malzeme seçimi ve ürün döngüsü süreçlerinde daha çok karşımıza çıksa da ihracat odaklı firmaların küresel ölçekte var olmasını sağlamak için sürdürülebilirlik yaklaşımını benimsemek bir zorunluluk. Tam da burada ihracat pazarları ile iç pazarın sürdürülebilirlik özelindeki önceliklerinin farklı oluşu, tasarımcının büyük bir ikilem ile karşılaşmasına neden oluyor. Avrupa, malzemesi geri dönüştürülerek yeniden kullanılan ham madde ile ürün üretimi tercih ederken, iç pazarımız bu yöntemle üretilmiş ürünleri kalitesi düşük ürün olarak algılıyor. "Bize öyle bir ürün tasarla ki bu çevreci trendi yakalayarak ihracatımızı artıralım ama Türkiye'deki bir indirim marketine de bu ürünü verelim, burada da çok satsın" yaklaşımı tasarım yatırımı yapan birçok sektör için gerçekçi bir senaryo değil. Çevre bilinci



ne yazık ki toplumun ekonomik refah seviyesi ile paralel yükselen bir bilinç.

Dünyadaki tasarım trendleri nereye evriliyor? Dijitalleşme, tasarım trendlerini nasıl şekillendiriyor?

Sürdürülebilirlik bilinci tasarım trendlerinde hep ön planda. Ürünün karbon ayak izini azaltmaya yönelik her faktör, tasarım sürecinde eskisine göre çok daha fazla önemsenmeye başladı. Sadece malzemesinin daha çevreci olması değil, ürünün kullanım ömrünün uzatılabilmesi, parçasının yenilenebilmesi, stokta veya navlunda daha az yer kaplaması, ürünün ambalaj miktarının azaltılabilmesi dahi tüm yaratıcı sürecimizde eskisine göre artık çok daha önemli konular hâline geldi. Sadece tasarladığımız ürüne ve kullanıcı ile olan fiziksel etkileşime değil, o tasarımın ham maddesinin belirlenmesinden kullanım ömrünü dolduracağı ana kadar, tüm hayat döngüsü tasarım süreçlerimizin odağında olmak zorunda. Dijitalleşme ile ürün yaşam döngüsündeki tüm adımlara dair önemli veriler toplamak mümkün hâle geldi. Bu verileri kullanarak doğru tasarım stratejileri geliştirmek, yeni ihtiyaç tanımlarını tespit etmek, yeni tarifnameler oluşturmak ve tasarım süreçlerini daha verimli hâle getirmek fırsatları bulunmakta.

Tasarımın ihracattaki rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

İyi tasarımın ihracatı artırdığını bilmeyen kalmamıştır diye düşünüyorum. Ürettiğiniz ürün ne kadar katma değeri yüksekse verdiğiniz bir birimlik emeğin karşılığında elde edeceğiniz ekonomik fayda çarpan etkisi ile artacaktır, hizmet verdiğimiz firmalar bunu deneyimlemiştir. Burada önemli olan tasarım yatırımı bilinçli yönetebilmek. Ekonomik olarak kısa vadeli süreçlerin devamlılığı sağlanırken, firmanın orta ve uzun vadeli tasarım yatırımı ile marka değerini yükseltmeye



ÖDÜLLÜ TASARIMLARIMIZ FİRMALARIN MARKA DEĞERLERİNİ YÜKSELTİYOR

Üretilmiş birçok tasarımımızın önemli ulusal ve uluslararası tasarım ödülleri var. Bu tasarım ödülleri, müşterilerimizin hem ihracat kanallarını uyağınlaştırmalarına hem de uluslararası pazarlarda belli bir kalite seviyesinin üzerinde olduklarını kanıtlayarak marka değerlerini yükseltmeye imkân yaratıyor. Bunlar arasında Tilia için tasarladığımız Atra koltuk ve Shell koltuk ailesini, Kütahya Porselen için tasarladığımız Ayla serisini, Banat için tasarladığımız diş fırçalarını, Scrikss için tasarladığımız Heritage kalem setini, Ara Dekor için tasarladığımız Wave ahşap sunum setini örnek verebilirim.

yönelik stratejilerini oluşturmak kritiktir. Kriz dönemleri kaynakların en verimli şekilde yönetilmesi gereken süreçlerdir. Nitelikli ürün ve hizmet geliştirmek için ise iş fırsatlarına açık olmak, strateji temelli adımlar atmak ve bu süreçte iş ortaklarınızın bunun bilincinde olması önemlidir.

Biz tasarım firması olarak, bu süreçlerde firmaların planlarının verimli ilerlemesinde stratejik olarak yol gösteriyoruz. Bu kapsamda sadece ürün geliştirme değil, bütünsel bir ürün stratejisi temeli oluşturarak ülke gerçekleri ve uluslararası pazarların gerekliliklerini bilerek danışmanlık veriyoruz. Krizler, işlerin eskisinden daha planlı ilerlemesini ve potansiyel yatırım alanlarını keşfetmeyi zorunlu kılar. Doğru araştırmalar yaparak bu araştırmaların analizleri ışığında tanımlı ve detaylı tasarım tarifnameleri oluşturmak ve tasarım sürecini eskisine göre daha verimli hâle getirecek uzman tasarımcılar ile çalışmak firmaların iş yapış süreçlerine verimliliği getirecektir. Sanayicimiz artık bunun bilincinde ve her geçen gün sanayicimizin tasarım yatırımlarına olan ilgisi artıyor. Bu yüzden de heyecanlı iş birliklerimiz çoğalarak devam ediyor.

Tüketici tercihlerinde tasarım nasıl bir rol oynuyor? Öte yandan tüketici davranışlarındaki hızlı değişim, tasarım ve tasarımcıları nasıl etkiliyor?



Dijitalleşmenin pozitif bir getirisi de tüketicinin tüm arz edilen ürün tasarımı seçeneklerine ulaşmasını hızlandırması ve kolaylaştırması oldu. Tüketiciler eskisine göre çok bilinçli tercihlerde bulunuyor. Tasarımlar ile ilgili tüm verileri (satış bedeli, malzeme ve üretim kalitesi, bakımı, montajı, depolanması, temizlenmesi, kullanıcı yorumları vb.) analiz ve mukayese ederek karar verebiliyorlar. Onların seçimlerinden alınan geri beslemeler de tasarım tarifnamelerinin revize edilmesini yeni tasarımlar çalışılırken tasarım süreçlerinin daha verimli olmasını sağlıyor. Kullanıcının güncel ihtiyaçlarını derinlemesine anlayabilmek ve var olan çözümlerin verimini analiz etmek

İthalatın katma değerli ihracata dönüşen ürünü

AMBALAJ



Ham madde tedarikinde tamamiyla dışa bağımlı bir sektör olan ambalaj sanayi, yükselen ihracat ile dış ticaret fazlası vermeyi başarıyor. Bu yıl çift haneli büyüyen sektör, yılı 8 milyar dolar ihracat ile kapatacak.

T

ürk ambalaj sanayi, bu yıl ihracatını çift haneli artıran sektörler arasında yer alıyor.

Ambalaj Sanayicileri Derneği'nin (ASD) verilerine göre 2021'in aynı dönemine kıyasla yılın ilk yarısında ambalaj sektörünün ihracatı yüzde 25,2 yükseldi. 2021'in ilk altı ayında 3 milyar dolar olan ihracat, 2022'nin aynı döneminde 3,8 milyar dolar oldu. Toplam ambalaj sektörünün ilk üç çeyrek ihracat verileri henüz netleşmiş olmasa da ambalaj ihracatının iki önemli ürün grubunun ilk dokuz aydaki ihracat

değerleri, sektörün büyümeye devam ettiğini gösteriyor. Ambalaj ihracatında en yüksek paya sahip olan plastik ihracatının ilk dokuz aydaki geliri, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 18,5'lik bir artışla 2,97 milyar dolar oldu. Plastik ambalaj sektörünün yıl sonunu yaklaşık 4 milyar dolar ile kapatması bekleniyor. Benzer büyüme eğrisi, ambalaj ihracatında ikinci en büyük paya sahip olan kâğıt-karton ambalaj ihracatında da görülüyor.

KARTON AMBALAJ İHRACATI YÜZDE 22 ARTTI

Sektörün dokuz aylık ihracat



artı ihracat

rakamlarını değerlendiren Karton Ambalaj Sanayicileri Derneği'nin (KASAD) verilerine göre; karton ambalaj sektörü bu yılın ilk dokuz aylık döneminde 892 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Böylelikle geçen yıla göre ihracat hacmi, yüzde 21,9 oranda artmış oldu. Sektörün birim ihracatında da artış yaşandı. 2021 yılının ilk dokuz ayında 385 milyon kilogram kâğıt karton ambalaj ihraç eden sektörün, bu yıl 370 milyon kilogram ihracat yaptığı kaydedildi. Sektörün ihracatta kilogram başına birim fiyatının sürekli arttığı belirtiliyor. Üretimin büyük çoğunluğunun ihraç edildiği ülkelerin Birleşik Krallık, Fransa, Almanya, Irak, ABD, İsrail, İtalya, Hollanda, İspanya ve Bulgaristan olduğu açıklandı. Türkiye'nin ilk altı ayda toplam ambalaj ihracatında en büyük pazarları ise Birleşik Krallık, Almanya ve İtalya oldu. Aynı dönemde ABD'ye yapılan ambalaj ihracatı ise yüzde 30 artarak 207 milyona ulaştı.

AMBALAJIN PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ 726,5 MİLYAR DOLAR

Sektörün en çok ihracatı sırasıyla Birleşik Krallık, Almanya, İtalya, ABD ve İsrail'e gerçekleştirdiğini söyleyen Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Başkanı Zeki Sarıbekir, "Bu yıl sonunda 2023 ihracat hedefimiz olan 8 milyar dolar seviyesine ulaşacağız. 2023'te 10 milyar dolarlık ihracat gerçekleştireceğiz." diyerek sektörün büyüme potansiyeline dikkat çekti. Bütün ambalaj sektörünün dış ticaret pazar büyüklüğünün 726,5 milyar dolar olduğu düşünüldüğünde Türkiye ambalaj sanayisinin ihracatta büyük bir potansiyel taşıdığı belirtiliyor.

SEKTÖR, 2,7 MİLYAR DOLAR DIŞ TİCARET FAZLASI VERİYOR

Sektörün 398,5 milyar dolarlık dış ticaretinin yüzde 55'ini plastik ambalaj sektörü oluşturuyor. Türkiye'nin toplam ambalaj ihracatında plastik ürünlerin payı yüzde 53 civarında. Dışa bağımlı bir sektör olmasına rağmen plastik ambalaj sanayi, her yıl ithal ettiğinin daha fazlasını ihraç etmeyi başarıyor. Plastik ambalaj ihracatı, 2021 yılında 1,8 milyar dolar dış ticaret fazlası vererek cari açığa olumlu katkı sağladı. Bu durum toplam ambalaj ihracatı için de geçerli. Geçen yıl ambalaj sektörü, 2,7 milyar dolar dış ticaret fazlası vererek Türkiye'nin cari açığına olumlu katkıda bulundu. İlk altı ayda 3,8 milyar dolarlık ihracata imza atan ambalaj sektörünün aynı dönemdeki ithalatı, 2,5 milyar dolar olarak gerçekleşti. Böylelikle yılın ilk yarısında sektörün dış ticaret dengesi 1,3 milyar dolar cari fazla yönünde oldu.



8

milyar dolar

SEKTÖRÜN 2022 SONU
İHRACAT HEDEFİ



DEĞER BAZINDAKİ ARTIŞ DAHA YÜKSEK

"Türkiye Ambalaj Sektörü İhracat-İthalat" raporuna göre 2022'nin ilk altı ayında sektörün ihracatı, miktar bazında 2021'in aynı dönemine göre yüzde 11,4 artışla 1 milyon 485 bin tondan 1 milyon 654 bin tona yükseldi. Söz konusu dönemde değer bazındaki artış ise yüzde 25,2 oldu. İhracatın dağılımına bakıldığında en büyük payı 2,4 milyar dolarlık ihracatla plastik ambalaj grubu aldı. Kâğıt/karton ambalaj grubunun ihracatı 918 milyon dolara çıkarken metal ambalaj grubunun ihracatı 294 milyon dolara, cam ambalaj grubunun ihracatı ise 109 milyon dolar seviyesine yükseldi.



İhracatçıların finansman yükü ile teminat sorununa çözüm getirecek "Prefinansman Modeli", 26 Eylül'de imzalanan bir protokolle hayata geçirildi. Buna göre mal ve hizmet ihracatçılarına verilen proje, program ve statü bazlı desteklere prefinansman imkânı getiriliyor.



İhracat desteklerine yeni bir bakış: **PREFİNANSMAN MODELİ**

TÜRK EKONOMİSİNDE, ihracatın ekonomik büyüme üzerindeki pozitif etkisinin artırılması ve sürdürülebilir kılınması için ihracat kapasitesinin ve uluslararası pazardaki rekabet gücünün artırılması büyük önem taşıyor. İhracatçı firmaları bu hedefe taşıyan en önemli araçlardan biri ise finansmana erişiminin kolaylaştırılması. Nitekim son zamanlarda Ticaret Bakanlığı tarafından ihracatçı

sayısının artırılması ve e-ihracatın yaygınlaştırılması amacıyla Yeni Nesil İhracat Destekleri ve Prefinansman Modeli gündeme geldi. İhracatçılara yönelik yeni nesil ihracat destekleri, 18 Ağustos ve 25 Ağustos 2022 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan 5973 ve 5986 Sayılı İhracat ve E-İhracat Destekleri Hakkında Cumhurbaşkanı Kararları'nda yapılan değişikliklerle yürürlüğe alındı.

Bakanlıkta düzenlenen “Yeni Nesil İhracat Destekleri ile Prefinansman Modeli Lansmanı ve Prefinansman Modeli Protokolü İmza Töreni” ise 26 Eylül Pazartesi günü Ticaret Bakanlığı, Türk Eximbank ve İGE AŞ'nin katılımıyla gerçekleştirildi. Nisan ayından itibaren süregelen uzun görüşmeler ve çalışmalar sonucu son şekli verilen protokolün imzalanmasıyla ihracat destekleri yeni bir bakış açısıyla yeniden yorumlandı.

ÖDEME DAHA ERKEN ALINABİLECEK

İhracatçıların uzun zamandır beklediği Prefinansman Modeli'nde, mevcut başvuru sürecinde harca-başvur-belgele-ödeme şeklindeki adımlar, yeni başvuru sürecinde başvuru-onay al-ödeme al-harca şeklinde değiştirildi. Ticaret Bakanı Mehmet Muş, Prefinansman Modeli Lansmanı Töreni'ndeki konuşmasında yeni sistemin farkına dikkat çekti. Firmaların ihracat desteklerinden yararlanmak için öncesinde faaliyetini gerçekleştirerek harcama yaptığını ve gerekli belgeleriyle incelemeci kuruluşa başvurduğunu anımsatan Muş, bu başvurunun incelenmesi ve tahakkuku neticesinde destek ödemelerinin yapıldığını bildirdi. Muş, buna karşın başvuru, inceleme ve tahakkuk süreçleri dahil edildiğinde, faaliyet ile ödeme arasında bir süre geçtiğine ve bu durumun ihracatçılara finansman yükü doğurduğuna dikkati çekerek, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu yükü ortadan kaldırmak ve ihracatçılarımıza yönelik kredi kabiliyetini artırmak amacıyla İhracat Desteklerine İlişkin Karar'ımıza dayanarak, Bakanlığımız koordinasyonunda Türk Eximbank ve İGE AŞ'nin katılımıyla prefinansman ve teminata yönelik bir model geliştirdik. Pazara Giriş Projesi Hazırlama Desteği,



İhracatçıların uzun zamandır beklediği Prefinansman Modeli'nde, mevcut başvuru sürecinde harca-başvur-belgele-ödeme şeklindeki adımlar, yeni başvuru sürecinde başvuru-onay al-ödeme al-harca şeklinde değiştirildi.



Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Proje Desteği, Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği, Marka ve TURQUALITY Destek Programları, ihracat ve e-ihracat konsorsiyum statüsü verilen şirketlere yönelik destekler başta olmak üzere kurguladığımız modelde, mal ve hizmet ihracatçılarımıza verdiğimiz proje, program ve statü bazlı desteklerimize prefinansman imkânı getiriyoruz. Bakanlığımız tarafından destek başvurusu uygun görülen ihracatçılarımız, Türk Eximbank'a kredi başvurusunda bulunacak ve prefinansman protokolü çerçevesinde öncelikli olarak değerlendirmeye tabi tutulacaklardır.”



KEFALET SORUNUNA ÇÖZÜM

İhracatçılara finansman desteği sağlamak amacıyla Ticaret Bakanlığı tarafından 1 Mart 2022'de İhracatçıları Geliştirme Anonim Şirketi (İGE AŞ) hayata geçirilmiş ve 20 bankanın ortaklığıyla şirketin sermaye yapısı daha da güçlendirilmişti. Mehmet Muş, bankaların da kısa bir süre sonra kefalet sistemine dâhil olacaklarını ifade ederek protokol imzalamaya süreçlerinin başladığını kaydetti. Böylece kredibilitesi olan ancak teminat sorunu yaşayan, başta KOBİ'ler olmak üzere tüm ihracatçılar için İGE AŞ'nin finansmana erişimi, çok daha kolay bir hâle gelebilecek.

Kefalet sorununa çözüm olarak firmaların krediye erişim işlemlerini hızlandırdıklarını vurgulayan Mehmet Muş, bugüne kadar 2 binin üzerinde firmaya 6 milyardan fazla krediye kefalet olan İGE AŞ'yi, prefinansman modelini önemli bir sacayağı olarak nitelendirdi. Muş, "Nitekim protokol kapsamında Türk Eximbank tarafından prefinansman kredisi onaylanan ihracatçılarımıza, güçlü sermaye yapısıyla önemli bir paydaşımız olan İGE AŞ de öncelikli



UZAK ÜLKELER STRATEJİSİ İÇİN FIRSAT YARATILYOR

Yeni Nesil İhracat Desteği, hedef ülkeler için yeni açılımlar da içeriyor. Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında hedef ülkelere yönelik destek oranlarında ilave 20 puana kadar, hedef ülkelere hedef sektörler olması durumunda da ilave 25 puan desteği geliyor. Bu bağlamda, Çin, ABD, Hindistan, Japonya, Güney Kore ve Kanada gibi ülkelerin yanı sıra Brezilya ve Endonezya gibi gelişmekte olan ülkelere hem ihracat hem de e-ihracat kanalıyla açılım gerçekleştirilmesi hedefleniyor.

olarak teminat desteği sağlayacaktır. Kredisi ve öncesinde Bakanlığımızdaki destek başvurusu onaylanan ihracatçılarımızın destekleri hızlı bir şekilde ödenecek ve ihracatçımız bu hak edişlerini doğrudan Türk Eximbank nezdinde kullanılan kredilerin geri ödemesinde kullanabilecektir." şeklinde konuştu.

YENİ NESİL İHRACAT DESTEKLERİ

Ticaret Bakanlığı tarafından alınan kararlar, ihracata yönelik mevcut ve yeni destek programları bütüncül olarak tek bir çatı altında toplanıyor. Mevcut ihracat desteklerine, yeni nesil ihracat destekleri anlamında, Pazara Giriş Projesi Hazırlama Desteği, Çok Kanallı Zincir Mağaza Desteği, İhracat Konsorsiyumları Desteği eklendi. E-ihracat başlığı altındaki destekler ise şirketler, perakende e-ticaret siteleri, B2B platformları, pazar yerleri, e-ihracat konsorsiyumlarından oluşan yararlanıcılara yönelik pazara giriş rapor desteği, dijital pazar yeri tanıtım desteği, e-ihracat tanıtım desteği, sipariş karşılama hizmeti desteği, depo kira desteği ve yurt dışı pazaryeri entegrasyon desteğini kapsıyor. İş birliğine yönelik destekler ise sektörel ticaret ve alım heyeti desteği, e-ihracat tanıtım projesi desteği ve e-ihracatı geliştirme projesi desteği şeklinde sıralanıyor.

E-ihracat başlığı altında bir de Türkiye E-ihracat Platformu'nun kurulması hedefleniyor. Platform ile "Web3" gibi yeni nesil teknolojiler kullanılarak ihracatçı envanterinin dijital ortama taşınması, Türk ihracatçıların farklı ülkelerdeki ithalatçıları tarafından kolayca bulunması ve siparişlerini buradan almalarının sağlanması amaçlanıyor.



birlik haberler

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALI

Türkiye Lojistik Portalı, dış ticarete taşıma ihtiyaçlarına uygun çözümler için Türkiye'nin ihracatçıların ve lojistik sektörünün hizmetinde.



Türkiye Lojistik Portalı, ihracatçı firmalar ve yük taşıyıcı firmalar arasında veri iletişim bağlantısını kurmayı hedefleyen teknoloji merkezli bir portaldır.

İhracatçı firmalar tarafından girilen yüklerin, rıza beyanına dayalı olarak lojistik firmaları tarafından görüntülenmesini sağlarken lojistik firmaları tarafından girilen boş araç ilanlarının ise ihracatçılar tarafından görüntülenmesine olanak tanır. Böylelikle taraflar arasında güçlü bir iletişimin oluşmasına zemin hazırlar.

TÜRKİYE LOJİSTİK PORTALININ AVANTAJLARI NEDİR?

İhracatçılarımızın dünyaya açılan kapısı olan ve lojistik firmalarıyla ihracatçılarımız arasında bir köprü vazifesi gören Türkiye Lojistik Portalı, ihracatın geliştirilmesi

amacıyla ihraç ürünlerimizin dünyanın dört bir köşesine daha hızlı, daha ucuz ve daha güvenli bir şekilde ulaşmasına, İhracat hacmimizin artmasına ve lojistik alanında önemli avantajlar elde edilmesine, ihracatçı firmalar tarafından beyan edilen yük bilgilerinin taşıyıcı firmalar tarafından izlenmesini sağlayarak hangi bölgelerde ne oranlarda yük potansiyeli olduğunun belirlenmesine, uygun taşıma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine, sürdürülebilir tedarik zinciri çözümlerinin ve yenilikçi lojistik anlayışların gelişmesine, ihracatçılar tarafından potansiyel gönderiler ile ilgili çıkış

limanı, varış limanı, gönderi tarihi, taşıma şekli, ambalaj biçimi gibi bilgilerin bir havuzda toplanmasına, ihracat sürecinin öngörülebilir kılınmasını sağlayarak ürünlerin verimli biçimde taşınmasına, destek verir.

Ücretsiz kayıt olmak, yük ve araç ilanı vermek, taşıma tekliflerini değerlendirmek için <https://turkiyelojistikportali.com/giris-yap> adresi ile giriş yapabilirsiniz.



Türkiye
Lojistik Portalı

Portal ile ilgili her türlü problem, soru ve önerileriniz için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

+90 212 454 01 38 / +90 212 454 04 90 (Dâhili: 1138)



KALİTE DEĞERLERİNE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE İLGİLİ KOŞULLAR DA EKLENECEK



Prof. Dr. Bülent ÖZİPEK

TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi Üyesi
İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi E. Öğretim Üyesi



ünyamız artık yeni bir döneme girdi “sürdürülebilirlik”.

Bu kapsamda çevre, insan sağlığı ve emniyet; kurumsal sosyal sorumluluk ve uygulamaları ve tüm bunların uygun ekonomik koşullarda gerçekleştirilmesi bu kavramın içeriğini oluşturmaktadır. Bu kavram kapsamında toprak, hava ve suyun kirletilmemesi, zararlı kimyasallardan arındırılması, su ve enerji tüketiminde tasarruf yapılması, döngüsel ekonominin uygulanması, atık yönetimi, malzemenin geri dönüştürülebilirliği ve geri kazanılabilir olması, sosyal olarak insan haklarına uygun olarak çalışma düzeninin oluşturulup uygulanması ve tüm bu aşamaların uygun ekonomik koşullarda gerçekleştirilmesi esastır. Bilindiği üzere 2015 yılında Dünya İş Konseyi tarafından belirlenmiş 17 hedef doğrultusunda kapsamlı bir çalışma, dünyada sürdürülmektedir. Türkiye bu gelişmeler ışığında tüm kurum ve kuruluşları ile gerekli çalışmaları

başlatmış ve uluslararası düzeyde başta AB ülkeleri olmak üzere gereksinim duyulan çeşitli koşul ve uygulamalara yönelik olarak hızlı bir dönüşüm sürecine girmiştir.

Türkiye İhracatçılar Meclisi sanayimizin üst yönetim ve koordinasyon kuruluşu olarak her zaman olduğu gibi bu aşamada da öncü rolünü üstlenmiş ve hızlı bir şekilde 12 hedeften oluşan eylem planını oluşturmuş ve girişimlerine başlamıştır. Bu eylem planı içinde öncelikle Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi'nin oluşturulması yer almıştır.

30 Eylül 2022 tarihinde yapılan toplantısında TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi önemli stratejik kararlar almış ve sistematik olarak yoluna nasıl devam edeceğini belirlemiştir. Şüphesiz Türkiye İhracatçılar Meclisimizin atacağı adımları bilimsel temellere dayalı olarak katılımcı bir komite önderliğinde hazırlayacak olması, Türkiye sanayisi açısından büyük bir kazanım olacaktır. Zira bugün ülkemiz başta

Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere dünyanın her tarafındaki ülkelere ihracat yapabilen küresel bir yapıya ulaşmıştır. En önemli üstünlüklerimizden birisi de değişen dünya koşullarına uygun olarak anında aldığımız tedbir ve uygulamalar ile ayak uydurabilmek ve bu şekilde ihracatımızın sürekli bir artış trendi ile devamını sürdürmektir.

Diğer bir ifade ile Türk sanayisi çok yönlü, esnek yapısı ile karşılaştığı tüm ekonomik ve pazarlama ile ilgili sorunları aşmakta ve sahip olduğu kalite değerleri ile haklı olarak pazarlarda önemli paylara sahip olabilmektedir. Öncelikli olarak coğrafi konumunun da sağlamış olduğu avantaj ile AB ülkelerinde haklı bir üstünlük ve avantaj sağlamış bulunmaktadır.

Son yıllarda ortaya çıkan ve dünyamız açısından yadsınamaz öneme sahip olan sürdürülebilirlik kavramına dayalı olarak sanayimizin yeniden şekillenmesinde TİM, yüklediği vizyon ve misyon gereği atılımlarını



sürdürülebilir ihracat

BİLDİĞİ ÜZERE TÜRKİYE, ESAS İTİBARIYLA İHRACATA YÖNELİK ÜRETİM YAPAN VE SAHİP OLDUĞU KALİTESİ İLE BAŞTA AB ÜLKELERİ OLMAK ÜZERE DÜNYANIN HER ÜLKESİNE İHRACAT YAPABİLEN BİR SANAYİ ALT YAPISINA SAHİPTİR. YAKIN GELECEKTE BİLİLEN KALİTE DEĞERLERİNE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE İLGİLİ KOŞULLAR DA EKLENECEKTİR VE BUNLARIN İLKİNİ KARBON AYAK İZİ OLUŞTURMAKTADIR.

planlanmış ve tüm bu çalışmalarının bilimsel temellere dayalı olarak gerçekleştirilmesi yönünde adımlar atmıştır. Bu manada yapılan sektörel toplantılar sonucunda oluşturulan 12 Eylem Planı'nın ilk maddesinde TİM Sanayide Sürdürülebilirlik Bilim Komitesi'nin oluşturulması yer almıştır. Ulusal akademik yapımızın önemli temsilcilerinden oluşan bu kurul hızlı bir biçimde çalışmalarına başlamıştır.

Yapılan çalışmalarda öncelikle 2030 yılına yönelik olarak ön görülen yüzde 55 oranında sera gazı atılımının azaltılması yönünde gereken tedbirler görüşülmüş ve değerlendirmeler yapılmıştır. Bunun ötesinde 2050 yılı itibarıyla nötr (karbon ayak izi sıfırlanmış) bir üretim teknolojisinin oluşturulması yönünde çalışmaların başlatılması yönünde öneriler oluşturulmuştur.

Bilindiği üzere Türkiye, esas itibarıyla ihracata yönelik üretim yapan ve

sahip olduğu kalitesi ile başta AB ülkeleri olmak üzere dünyanın her ülkesine ihracat yapabilen bir sanayi alt yapısına sahiptir. Yakın gelecekte bilinen kalite değerlerine sürdürülebilirlik ile ilgili koşullar da eklenecektir ve bunların ilkinin karbon ayak izi oluşturmaktadır. Bu manada sanayimize yol gösterici faaliyet dizisinin oluşturulması ve planlanmasında Bilim Kurulumuz öncü bir rol üstlenmiştir. Şüphesiz karbon ayak izi ile birlikte su ayak izinin hesaplanarak gerekli düzenlemelerin

2050 yılı perspektifi içinde yapılması kaçınılmazdır. TİM Sürdürülebilirlik Bilim Kurulu bu yönde çalışmalarını etkin bir biçimde başlatmıştır. İhracatta başta tekstil ve hazır giyim ürünleri olmak üzere geçen yüzyıldan bu yana yarattığı katma değer ile haklı olarak lider konuma sahip olan sanayimiz, gelecek yıllarda katma değeri daha da artırılmış moda-marka ürünleri ile dünyadaki konumunu daha da güçlendirerek ülke ekonomisine olan katkısını artıracaktır.





inovasyon



küresel inovasyonun geleceği ve TÜRKİYE’NİN TARİHİ YÜKSELİŞİ

Modern dünyanın yenilikçi endüstrilerine yalnızca kas gücü değil, akıl gücü sağlayan toplumlar yeni hikâyeler yaratabiliyor.

Dr. Kübra ULUTAŞ
TİM Genel Sekreter
Yardımcısı

HIZ, HAYATIMIZDAKİ başat amaçlardan biri artık... Kırk saniyede bir görüntülerin hızla değişmediği filmlerde can sıkıntısı yaşıyor, üç dakikada bir cep telefonumuza bakmazsak rahat edemiyoruz. Bir tabloyu uzun uzun seyretmeye vaktimiz yok; okumuyor, göz gezdiriyoruz. Hayatın hızı geçmişten günümüze artmaya devam etti, ediyor. Google’dan Eric Schmidt’in kestirimlerine göre, zamanın başlangıcından 2003 yılına kadar insan eliyle üretilmiş eser ve bilgilerin tümü 5 milyar GB’lık bir depolama alanına sığarken, sadece 2010 yılında insanlar 5 milyar GB’lık veriyi her iki günde bir üretmeye başladı.¹ Veri üretiminin katlanarak devam ettiği günümüzde, YouTube tek başına, her hafta Hollywood’un tarihi boyunca ürettiğinden daha fazla film üretiyor. İbn Haldun’un zamanı aşan “Coğrafya kaderdir” sözünde geçen

coğrafya, ülkelerin kaderinde her ne kadar belirleyici olsa da zaman ve hız da kader günümüzün medeniyet yarışında. Modern dünyanın yenilikçi endüstrilerine yalnızca kas gücü değil, akıl gücü sağlayan toplumlar yeni hikâyeler yaratabiliyor. Bu yıl 29 Eylül’de dünya ülkelerinin yakından takip ettiği ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü tarafından “İnovasyon Odaklı Büyümenin Geleceği Nedir?” ana temasıyla açıklanan Küresel İnovasyon Endeksinin sonuçları da bunu gösteriyor.

Endeks, yüksek teknoloji üretiminden, üniversite-sanayi AR-GE iş birliğine, ekolojik sürdürülebilirlikten, start-up’ların finansmanına, üretim ve ihracat çeşitliğinden yaratıcı ürün ve hizmetlere, lisans ve lisansüstü kadın çalışanların toplam istihdama oranından mobil uygulama yaratımına



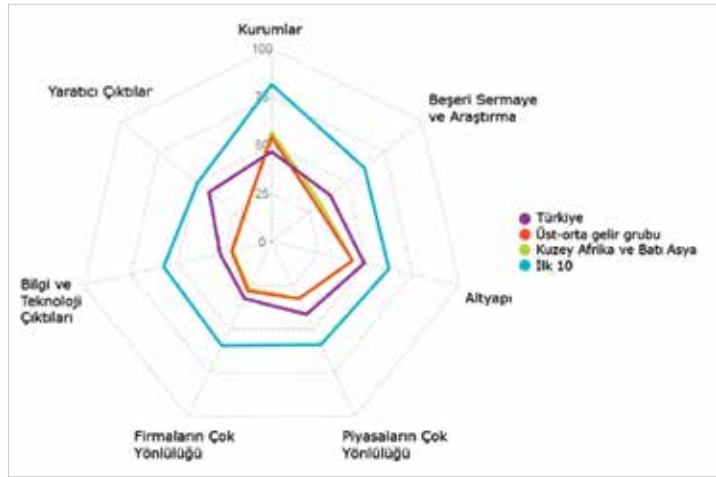
inovasyon

kadar birçok parametre ışığında 81 gösterge ve 132 ülkenin katılımı ile 2007 yılından bu yana açıklanıyor. Türkiye bu yıl endekste ilk kez en inovatif 40 ülke arasına girdi ve son 2 yıldır art arda kaydettiği 14 basamaklı yükselişle birlikte 37. sıraya yükseldi.

Türkiye, üst-orta gelir grubu ülkeler arasında yedi ana bileşenin altısında, grup ortalamalarının üzerinde performans sergiledi. En iyi performans gösterdiğimiz bileşen ise “Yaratıcı Çıktılar” oldu. Bu bileşende ülkemiz, geçen yıla göre 20 basamak yükselişle 15. sırada yer alarak Kuzey Afrika/Batı Asya grubu ülkeleri arasında birinci oldu. “Piyasaların Çok Yönlülüğü” bileşeninde ise 12 basamak yükselişle 37. sırada yer aldı. Bu yıl, inovasyon çıktılarında, girdilerinden daha iyi performans sergileyen Türkiye, 6 göstergede ilk 10 içinde yer almayı başardı.

Ülkemizin endekste en iyi performans gösterdiği alan kökene göre endüstriyel tasarımlar. Bu göstergede 132 ülke arasında 1 numarayız. UNESCO İstatistik Enstitüsü veri kaynaklı “Yükseköğretime katılım” göstergesinde dünyada ikinci, Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO) veri kaynaklı “Yurt içi pazarlarda rekabet yoğunluğu” göstergesinde dünyada üçüncü sıradayız. Kökene göre marka başvuruları, girişimlerde araştırma yeteneği, çalışan başına GSYİH büyüme oranı ilk 10’da yer aldığımız göstergeler... Ne kadar gurur duysak az... Raporda ayrıca İstanbul ve Ankara’nın önde gelen iki bilim ve teknoloji kümelenmesine ev sahipliği yaptığı vurgulanıyor. İstanbul dört basamak yükselişle Brüksel, Barselona

ve Zürih’i geride bırakarak en iyi bilim ve teknoloji kümelenmeleri arasında 46. sırada yer aldı. Küresel inovasyon endeksinin 81 göstergesi arasında dikkat çeken önemli başlıklardan biri de “Küresel AR-GE Firmaları”. AB Sınai AR-GE Yatırım Skorbordu’nda² yer alan 2 bin 500 firma arasında Türkiye’den yedi firma yer alıyor. Firmaların dağılımı ağırlıklı elektrik-elektronik ve otomotiv sektörlerine ve bu sektörlerdeki yatırım ve

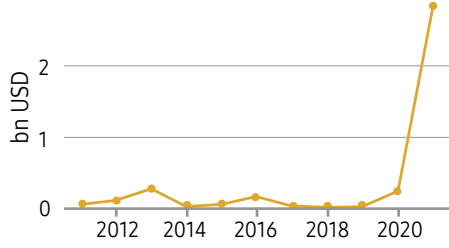


Dünya Sıralaması	Firma	Sektör	AR-GE Harcaması 2020 (Milyon €)	Son 1 Yılda AR-GE Büyüme Oranı	Kârlılık (%)
855	ASELSAN	ELEKTRİK-ELEKTRONİK	148,9	-3,6	22,7
1132	KOÇ	GENEL SANAYİ	104,2	42,5	7,5
1556	FORD OTOMOTİV	OTOMOTİV VE PARÇALARI	70,2	22,0	9,1
1562	TUSAŞ	HAVACILIK VE SAVUNMA	69,8	60,5	13,0
1853	ARÇELİK	DAYANIKLI EV ALETLERİ	56,0	15,1	10,2
1936	TOFAŞ	OTOMOTİV VE PARÇALARI	52,1	8,2	9,3
2124	VESTEL	ELEKTRİK-ELEKTRONİK	46,0	35,9	12,6

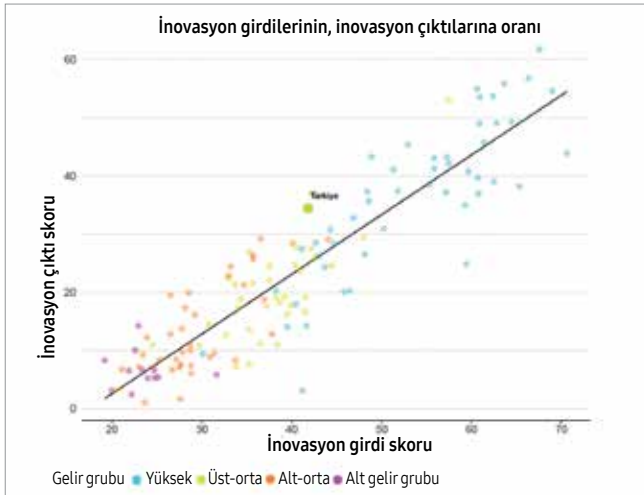
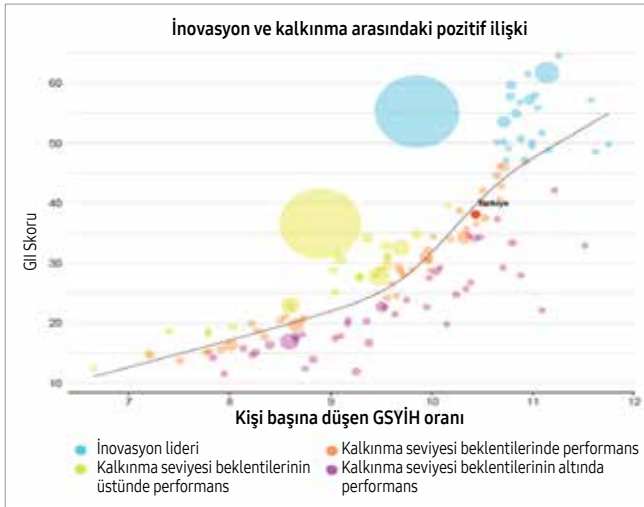
DÜNYA SIRALAMASI	ÜNİVERSİTE
511-520	KOÇ ÜNİVERSİTESİ
541-550	SABANCI ÜNİVERSİTESİ
551-560	ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
591-600	BİLKENT ÜNİVERSİTESİ
701-750	BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ
701-750	İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
801-1000	ANKARA ÜNİVERSİTESİ
801-1000	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
801-1000	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ



inovasyon



kârlılık artışlarına işaret ediyor. Endeksin 81 göstergesi arasında yer alan boyutlardan bir diğeri ise “QS Üniversite Sıralaması”. QS Üniversite sıralamasında³ ilk bin içinde Türkiye’den dokuz üniversite



yer alıyor. Gayri maddi varlıkların yoğunluğu göstergesi ile küresel marka değeri de küresel inovasyon endeksinin hesaplamasında yer alan boyutlardan bir diğeri. Brand Finance tarafından yayımlanan Global Intangible Finance Tracker⁴ 2021 Raporu’nda Türkiye’nin toplam gayri maddi varlık değeri en yüksek olan markalar sırasıyla QNB Finansbank, Ford Otomotiv ve Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası olarak belirtiliyor. Brand Finance “TURKEY 100⁵” araştırmasına göre ise 1,6 milyar dolar marka değeri ile Türk Hava Yolları, Türkiye’nin en değerli markası. Türk Hava Yolları’nı 1,45 milyar dolar değer ile Arçelik, 819 milyon dolar marka değeri ile Ford Otosan takip ediyor.

Risk sermayesi (VC) göstergesi de Türkiye için çarpıcı verilere işaret ediyor. VC anlaşmaları 2021’de yüzde 46 büyüyerek 1990’ların sonundaki internet patlama yıllarına benzer seviyeler kaydetti. Türkiye 2021 yılında bir önceki yıla göre yüzde 1.047 artışla 2,8 milyar dolar girişim sermayesi aldı ve Küresel İnovasyon Endeksi “Alınan Risk Sermayesi Değeri” göstergesinde 33. sırada yer aldı.⁶

Küresel İnovasyon Endeksi 2022 Raporu, ülkelerin kişi başına düşen GSYİH ile inovasyon performansı arasındaki ilişkiye de dikkat çekiyor. GSYİH’ye göre Türkiye’nin performansı, gelişmişlik düzeyi için beklenen bir performans gösteriyor.

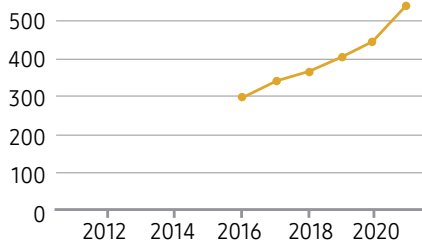
İnovasyon girdileri ile inovasyon çıktıları arasındaki ilişki de analiz edilen önemli bir boyut. Çizgi üzerindeki ekonomiler, maliyetli inovasyon yatırımlarını etkin bir şekilde daha fazla ve daha kaliteli çıktılara dönüştürüyor. Türkiye (33),



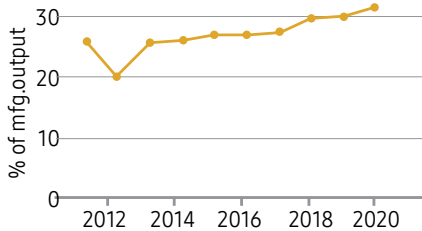
inovasyon

inovasyon yatırımlarının düzeyine göre daha fazla inovasyon çıktısı üretiyor. Üst-orta gelir grubunda daha fazla inovasyon çıktısı gösteren Çin (8) ve Bulgaristan'ın (30) ardından üçüncü sırada yer alıyor.

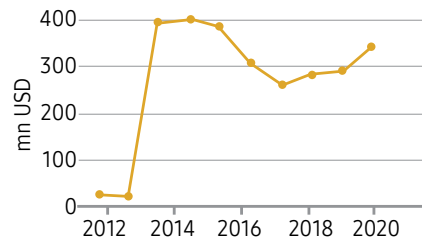
Türkiye "Atıfta Bulunulan Belgeler H-Endeksi" göstergesinde geçen yıla göre yüzde 21 artış sağladı ve Küresel İnovasyon Endeksinde bu alanda 35. sırada yer aldı.⁷



Türkiye "Yüksek Teknoloji Üretimi" göstergesinde 2020 yılında yüzde 5'lik bir artış yakalayarak üretim çıktılarının yüzde 31,5'e çıkardı.⁸



Türkiye, 2020 yılında "Kültürel ve Yaratıcı Hizmet İhracatının Toplam Ticarete Oranını" geçen yıla göre yüzde 18 artırarak ve 341,9 milyon dolara ulaştırdı.⁹



Sözün özü, Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK) bünyesinde 2020 yılında çalışmalarına başlanan "Küresel İnovasyon Endeksi Türkiye Eylem Planı ve Stratejisi (2021-2023) ışığında, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonu, TİM Sekreteryası, görev gücünde yer alan 20 farklı kamu kurum ve kuruluşun katkısı, Millî Teknoloji Hamlesi ve Dijital Türkiye vizyonu, inovasyonu destekleyici politika mekanizmaları ile ülkemizin küresel inovasyon endeksinde yeni başarı hikâyeleri yazmaya devam edeceğine inanıyoruz.

¹ Teknopolis - Akıllı Makineler Dağıtmık Zihinler: İnternet, Yapay Zeka ve Ütopiyalar Üzerine Bir Kolaj Denemesi, Mustafa Arslantunali

² The 2021 EU Industrial R&D Investment Scoreboard (<https://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard/2021-eu-industrial-rd-investment-scoreboard>). Data year: 2021.

³ QS World University Ranking, (<https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022>), Data year: 2022

⁴ Brand Finance tarafından yayınlanan Global Intangible Finance Tracker 2021 (<https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-gift-2021.pdf>) Data year: 2021

⁵ Brand Finance Turkey 100, (<https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-turkey-100-2022-full-report-2.pdf>), Data year: 2022

⁶ Refinitiv (an LSEG business) Eikon (private equity screener) accessed March 21, 2022.

⁷ SCImago, SJR - SCImago Journal & Country Rank, retrieved May 2022 (<https://www.scimagojr.com>). Data year: 2021.

⁸ United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Industrial Statistics Database INDSTAT 2 2022 and INDSTAT 4 2022 (<https://stat.unido.org>). Data years: 2012-2020.

⁹ World Trade Organization and United Nations Conference on Trade and Development, Trade in Commercial Services database (<https://stats.wto.org/>). Data years: 2012-2020.



GİRİŞİM EKOSİSTEMİ



Proxolab Kurucusu Osman Tutum

PROXOLAB

Turizm sektörüne yapay zekâ dokunuşu

Yazılım alanındaki bilgi, birikim ve tecrübelerini turizm sektörüne taşıyan Proxolab, yapay zekâ temelli ürünleriyle sektörün dijitalleşmesine katkıda bulunuyor.

Şirketinizin kuruluş hikâyesini sizden dinleyebilir miyiz?

Proxolab, "Turizmde kullanılan sistemlerde yapılan işlemleri neden bir yapay zekâ yapmasın?" fikrinden doğan bir start-up şirkettir. Hâl böyle olunca, turizm teknolojilerine yapacağı katkının yanı sıra yapay zekânın projenin merkezinde olması bu alan ile ilgilenen yatırımcıların

dikkatini de bir hayli çekti. Bu ilgi de Proxolab'ın kuruluşuna hız kazandırdı.

Proxolab'ın çalışma alanları neler? Çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Turizm sektöründe, oteller ile operatörler arasında çok yüksek ve hızlı bir işlem hacmi vardır. Burada tek bir saniye dahi çok önemli ve hata yapma payınız

yüksek. Bizim de çıkışımız bu noktada başladı. Süreçlerdeki hata payını en aza nasıl indirebiliriz, dedik ve Proxolab ekibini kurduk. İlk ekibimizi kurduğumuzda üç kişiydik sonrasında beş, yedi derken çok hızlı ancak kontrollü şekilde büyümeye devam ettik.

Denizli'deki yazılım ağırlıklı ekibimize destek olması adına turizmin kalbi Antalya'da



girişim ekosistemi

ikinci ofisimizi de açarak büyüme adımlarımıza yenisini ekledik. Şu anda ise 36 kişilik bir ekibiz.

Proxolab'ın iş fikri, MundosAI ismini verdiğimiz ürünümüz, turizm şirketlerini turizm teknolojilerine ve dijital dünyaya entegre edecek, hızlı ve insan hatalarını minimum seviyeye çekmiş yapay zekânın da merkezde bulunduğu bir projedir. Turizm sirkülasyonu pandemi gibi etkenler olmadığı sürece hiç durmayan, hep aktif bir mekanizmadır. Pandemi dönemi sonrasında büyüme hızı kaldığı yerden katlanarak devam etti.

Seyahat teknolojilerinin gelişimi ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Bu alanda nasıl bir hizmet ortaya koyuyorsunuz?

Diğer sektörlerle kıyasla, turizm teknolojilerinin gelişimi yavaş diyebiliriz. Bunun sebebi ise hâlihazırda çok yüksek cirolar elde edilen bir sektör olduğundan teknolojileri daha mobilite ve daha kullanışlı hâle getirmek göz ardı edilmiş ve yeterli seviyede geliştirilmemiştir. Biz bu alanda farklı bir açıdan bakarak, klasik teknolojilerin biraz daha dışına çıktık. Projemizi dünyanın konuştuğu yapay zekâ temeli üzerine kurduk.

Turizm sektöründe yapılan en ufak hatalar bile büyük maddi kayıplara sebep olabilir çünkü dünyada sepette en pahalı olan ürün turizmdir. Yapay zekâ merkezli projemiz ile insan hatalarından kaynaklanan maddi zararların minimize edilmesi için geliştirilen projemiz, işletmeciler için gerek zaman gerekse ekonomik açıdan tasarruf sağlayacaktır.

Üç farklı üründen oluşan MundosAI, üç farklı segmente hitap ediyor. MundosaiHUB, konaklama tesisleri, seyahat acenteleri ve

"Burada tek bir saniye dahi çok önemli ve hata yapma payınız yüksek. Bizim de çıkışımız bu noktada başladı. Süreçlerdeki hata payını en aza nasıl indirebiliriz, dedik ve Proxolab ekibini kurduk."

hava yolları hizmetlerinin bulunduğu, kolay ve hızlı bir şekilde paketlenmesi için yapılan çalışmalara olanak sağlayan bir ürün. MundosaiBOT, birden fazla extranet (pazar yeri) sistem üzerinde işlem yapması gereken seyahat acentelerinin, işlemlerini tek bir panel üzerinden daha hızlı ve doğru bir şekilde yapmalarına olanak sağlayan diğer bir üründür.

MundosaiB2B ise ne tür bir yapı olduğu fark etmeksizin, B2B ya da B2C firmalarının konaklama ürünlerinize erişimi için son teknolojilerle geliştirilmiştir. Buna ilave olarak kullanıcı hatalarını önleyen, zaman kazandıran ve işlemlerin rahatça yapılmasını sağlayan bir teknolojidir.

Seyahat teknolojileri benim gözümde en hızlı ve en hatasız olması gereken sektörlerden bir tanesidir çünkü talebin ve akışın çok hızlı ve fazla olduğu alanların başında gelir. Biz buradaki eksikliği ortadan kaldırmaya çalışıyor ve turizmin daha dijital olmasını hedefliyoruz.

TİM-TEB Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TİM-TEB güzel bir çatı. TİM-TEB'in kurmuş olduğu ekosistem ile girişimcileri yüreklendirmesi ve destekleri ile dünyaya açılmalarına olanak sağlaması umut verici. Uyguladığı eğitimler, çeşitli programlar ve sunduğu çözümler ile geleceğe yön vereceğini düşünüyorum. İşletmelere ve start-up'lara sağladığı destek sayesinde girişimcilik potansiyelini artıracığını düşünüyorum. Başarılarının daim olacağı kesin, biz de Proxolab olarak TİM-TEB Girişim Evinin destekliyoruz.

proxolab



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RÖPORTAJ

Türkiye'nin ilk karbon kredisi platformu

erguvan.co

Erguvan, emisyonları azaltmanın gezegenimiz ve bütün canlılar için hayati önem taşıdığı gerçeğinden hareketle, kaliteli karbon kredilerini direkt olarak güvenli ve düşük maliyetli işlemlerle el değiştirme fırsatı sunuyor.

Erguvan, hangi fikirden yola çıkarak kuruldu?

Erguvan çok büyük oranda OTC (tezgâh üstü) işlemlerle yürüyen global karbon piyasasında önemli bir yere sahip olan ülkemizin ürettiği karbon kredilerinin doğrudan, güvenli, verimli ve düşük maliyetli işlemlerle el değiştirdiği ilk çevrim içi B2B platformu kurmak üzere yola çıktı. Karbon kredilerinin global piyasadaki toplam takas hacmi 2021'de 2020'yi dörde katlayarak 2 milyar doları geçti ve McKinsey'nin beklentisi bu hacmin 2030'a kadar 50 milyar doları bulacağı yönünde. Mevcut piyasada ticaretin çok büyük kısmı halen tezgâh üstü (OTC) anlaşmalarla opak bir şekilde devam ettiğinden, aracılar fahiş komisyonlar ve gizli marjlar elde edebiliyorlar. Biz bu değer kaybını iklim finansmanının mantığına aykırı görüyoruz.

Karbon kredisi ihracatçılarımız global alıcılara ulaşmak için yüksek komisyonlara katlanırken diğer yandan da karşı taraf riskleri ve yavaş mahsuplaşma gibi sorunlarla mücadele ediyorlar. Bu kredilere olan yerli talep ise ihtiyacını karşılarken fiyat almakta ve işlem yapmakta zorlanıyor. Erguvan, bu opak piyasaya şeffaflık ve verimlilik getirmek için tasarladığı Erguvan Marketplace'i Mayıs 2022'de açıkladı. Takip eden aylarda ise önce karbon nötr ürün ve hizmetleri destekleyen ayak izi hesaplama ve denkleştirme modüllerini Erguvan API, kurumsal eğitim kolunu da Erguvan Academy isimleriyle duyurdu.

Ayrıca kurumsal ESG raporlama yazılımları konusunda sektörünün liderlerinden ve bir Nasdaq şirketi olan Metrio (metrio.net) ile bir çözüm ortaklığı anlaşması yaptı.

Çözümlerinizin kullanıcılara sağladığı faydalar nelerdir?

Erguvan Marketplace, karbon kredisi piyasasında arz ve talebi bir araya getiriyor. Bunu doğrudan proje geliştirici ve nihai alıcı arasında yaparken, bütün piyasa katılımcılarına fiyat şeffaflığı, güvenli bir ödeme altyapısı ve düşük işlem ücretleri sunuyor. Karbon kredilerine dair fiyat ve işlem hacmi verileri açık kaynaklarda yer almıyor. Bu sebepten karbon standartlarının kamuya açık kaynaklarındaki verilerin çekilmesi, yoğunlaşması ve etkin bir şekilde görselleştirilmesine ihtiyaç vardı. Biz bunu platforma katılan kullanıcılarımız için yaptık ve global piyasayı sürekli takip edebilecekleri bir gösterge panelini Erguvan Voluntary Carbon Market (VCM) Dashboard (Gönüllü Karbon Piyasası Gösterge Paneli) ismiyle sunduk.

Erguvan API tarafında ise herhangi bir ürün veya hizmeti "karbon-nötr" hâle getirebilecek karbon ayak izi hesaplarını ve denkleştirmelerini yapabilen yazılım modülleri üzerinde çalışıyoruz. Burada özellikle lojistik, çevrim içi ödeme ve e-ticaret gibi sektörlerde müşterilerimizin mevcut sistemlerine kolayca entegre olabildiği altyapılar sağlayacağız.





sürdürülebilirlik röportaj



TÜRKİYE'NİN BÜYÜK PAYLAR ALMASINI İSTİYORUZ

Büyüyen karbon piyasalarında ülkemizin, bölgemizin ve dünyanın lider markalarından birini yaratırken Türkiye'nin global iklim finansmanı pastasından daha büyük paylar almasını da sağlamak istiyoruz.

Nasdaq iştiraki olan Metrio ile yaptığımız çözüm ortaklığı kapsamında da görece büyük ve kompleks kurumsal yapıların ESG raporlama ihtiyaçlarına sektöründe lider bir SaaS (software-as-a-service) modeliyle yanıt vermeye çalışıyoruz. Özellikle ihracatçılarımız sektörel gereklilikler ve AB-SKDM (sınırdaki karbon düzenlemesi mekanizması) gibi regülasyonlar sonucunda gittikçe daha ciddi raporlama ihtiyaçlarıyla karşılaşacaklar. Rekabetçi kalabilmeleri için stratejik sürdürülebilirlik yönetimi ciddi önem arz ediyor.

Markanız özelinde sürdürülebilirlik ile neyi amaçlıyorsunuz?

Erguvan, gezegenimizi iklim felaketine sürükleyen sera gazı emisyonlarının etkin piyasa mekanizmalarıyla ve veri odaklı dijital altyapılarla azaltılabileceğine inanıyor. Amacımız bu inancın peşinden giderek bütün sektörlerle ve her boyuttaki şirkete sürdürülebilirlik dikeyinde

hizmet verebilmek. Büyüyen karbon piyasalarında ülkemizin, bölgemizin ve dünyanın lider markalarından birini yaratırken Türkiye'nin global iklim finansmanı pastasından daha büyük paylar almasını da sağlamak istiyoruz. Tarihsel iklim sorumluluğumuz gelişmiş ülkelere göre daha düşükken, iklim değişikliğinin bazı etkilerine gelişmiş ülkelere göre çok daha fazla maruz kalacağımız düşünüldüğünde, global politik zeminde hazırlanan yeşil dönüşüm kaynaklarından mümkün olduğunca hızlı ve ölçeklenebilir şekilde faydalanmalıyız.

TİM-TEB Girişim Evi'nin destekleri için neler düşünüyorsunuz?

Girişim Evi'yle TEB'in Kurumsal Bankacılık koluyla yaptığımız ilk görüşmede tanıştık. O günden beri hem Green Up programında hem de girişim ekosistemi paydaşlarının bir araya geldiği çeşitli etkinliklerde Erguvan'ı ön plana çıkararak destek oldular. Bize sağladıkları görünürlük için çok teşekkür ediyoruz.



Erguvan Kurucu Ortağı
Dr. Eyüphan Koç





HUBUBAT VE BAKLIYATTA YÜZDE 28'LİK BÜYÜME

Dünyanın en büyük gıda ve içecek inovasyon fuarlarından "Sial Paris 2022", Fransa'nın başkenti Paris'te salgın sonrası ilk kez kapılarını açtı. Türkiye, 350 firma ile genel sıralama olarak adlandırılan millî ve bireysel katılımcı sayısı ile metrekare toplamında İtalya ve İspanya'nın ardından üçüncü büyük yabancı katılımcı ülke olarak açıklandı. İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İHBİR) info stant ile katılım sağladığı fuarda gerçekleştirilen şeker şovları ziyaretçilerden büyük ilgi gördü. Sial Paris'in dünyada genel gıda üzerine düzenlenen en büyük iki fuardan biri olduğunu belirten İHBİR Yönetim Kurulu Başkanı Kazım Taycı, sektörün 2021'den 2022'ye geçerken yüzde 32'lik büyüme gösterdiğini, bu yılın ilk dokuz ayında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 28'lik bir büyüme gerçekleştirdiğini söyledi.

Birçok ülkeden 200 bine yakın ziyaretçisi ve 7 bine yakın katılımcısı ile dünyanın en büyük uluslararası gıda fuarlarından biri olan Sial Paris Fuarı, bu yıl 15 Ekim'de kapılarını açtı. İstanbul Hububat Bakliyat



Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İHBİR) olarak Türkiye'den son 16 yıldır düzenli olarak fuara katıldıklarını söyleyen İHBİR Yönetim Kurulu Başkanı Kazım Taycı, Türkiye'den, 350 firma ile Sial Paris Fuarı'na şimdiye kadarki en büyük katılımın gerçekleştiğini açıkladı. Başkan Taycı, bu yıl 13 milyar dolarlık ihracat hedefini rahatlıkla tutturalarını da vurguladı.

EMİB, İHRACAT ŞAMPİYONLARINI ÖDÜLLENDİRDİ

Ege Maden İhracatçıları Birliği'nin (EMİB) Ticaret Bakanlığı desteğiyle "Taşa Sanat Kat" mottosuyla üçüncüsünü düzenlediği AMORF Doğal Taş Proje ve Tasarım Yarışması Ödül Gecesi, bu yıl da Efes Antik Kenti'nde gerçekleştirildi. AMORF Tasarım Yarışması Ödül Töreni'nin yanı sıra "Doğal Taş Gala Gecesi Efes' 22" temasıyla kapsamı genişletilen gecede, en fazla ihracat yapan 35 firmaya farklı



kategorilerde "İhracat Başarı Ödülleri" verildi. Ege Maden İhracatçıları Birliği Başkanı İbrahim Alimoğlu konuşmasında, AMORF Tasarım Yarışmamız, Türk doğal taşlarımızın yapılar da daha yoğun kullanılması için doğal taş sektörümüzle mimarlar ve tasarımcılar arasında köprü görevi görmek amacıyla üç yıl önce başladı." şeklinde konuştu. 2022 yılı Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli doğal taş ihracatının yüzde 2,7 artışla 1,6 milyar dolar olarak gerçekleştiğinin altını çizen Alimoğlu, sözlerini şöyle sürdürdü:

"İşlenmiş ürün ihracatı ise dokuz aylık dönemde yüzde 16 artışla 1 milyar 59 milyon dolara yükseldi. İşlenmiş ürün ihracatının payı yüzde 66 olarak gerçekleşti. Doğal taş ihracatımızda işlenmiş ürünlerin payı bu yıl yüzde 5 artmış durumda. Tasarım yarışmamız, sektörün katma değerli ürün ihracatına önemli katkılar sağlıyor. Yarışmamızın gelecek sene Türkiye sınırlarını aşarak dünya tasarımcılarına da duyurulması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz."



TÜRK MOBİLYASI DÜNYAYI DOLAŞIYOR

İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, Eylül ayında Almanya Bad Salzufen’de gerçekleşen M.O.W., İspanya’nın Valencia şehrinde düzenlenen Feria Habitat Valencia ve Cezayir’in başkenti Cezayir’de düzenlenen Algeria Woodtech Fuarı’na katılarak hem Türk mobilyasını tanıttı hem de gelecek yılların fuar organizasyon ve etkinliklerinin yol haritasını çizmek adına incelemelerde bulundu. İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, 40 ülkeden katılan 500’den fazla firmanın ürünlerini sergilediği ve 66 farklı ülkeden gelen yabancı ziyaretçilerin katıldığı M.O.V. fuarında yönetim kurulu üyeleriyle birlikte yer aldı. İspanya’nın Valencia şehrinde düzenlenen Feria Habitat Valencia Fuarı’na info stant ile katılan İstanbul Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, Türk mobilyasını dünyanın çeşitli ülkelerinden fuara katılan ziyaretçi ve satın almacılara tanıttı.

İstanbul İhracatçıları Birlikleri Genel Sekreterliği tarafından organize edilen Türkiye tanıtım standı ise

Cezayir’in Başkenti Cezayir’de düzenlenen Algeria Woodtech 2022 Fuarı’nda yer aldı. Cezayir Büyükelçisi Mahinur Özdemir Göktaş, Cezayir Sanayi Bakanlığı Genel Sekreteri Salah Eddine Belbrik, Cezayir Ticaret Müşaviri Murat Ersoy ve Cezayir Ticaret Müşavir Yardımcısı Mehmet Emin Yiğitbaşı’nın katıldığı Türkiye tanıtım standına ayrıca Bangladeş’in Cezayir Büyükelçisi Muhammad Zulqar Nain de ziyarette bulundu.



MADENDE POTANSİYEL ÇOK DAHA YÜKSEK



Maden sektörü 2022 yılının ilk dokuz aylık döneminde ihracatını yüzde 13,79 artırdı. Geçen yılın ilk dokuz aylık döneminde 4 milyar 384 milyon 239 bin dolarlık ihracata imza atan sektör, bu yılın ilk dokuz ayında ihracatını

4 milyar 988 milyon 946 bin dolar seviyesine yükseltti. 2022’nin 9 aylık döneminde en çok ihracat yapılan ülke Çin oldu. Çin’e yapılan ihracat yüzde 18 düşüşle 1 milyar 56 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti.

İlk dokuz aylık ihracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Eyüp Batal, “2022’nin ilk dokuz aylık döneminde maden sektörünün ihracatı yüzde 13,79 artışla 5 milyar dolar seviyesine yaklaştı. Ancak bu ihracat seviyeleri Türkiye ve sektörümüz için yeterli değil. Türkiye dünyada bulunan 90 maden tipinden 80’ine sahip. Yani madencilik zengini bir ülkeyiz. Türkiye’de madencilik toplam gayrisafi millî hasıladan aldığı pay yüzde 1,3 iken dünyada madencilik zengini ülkelerin gayrisafi millî hasıladan aldığı pay ortalama yüzde 7. Türkiye’nin yıllık maden ihracatına bakıldığında 6 milyar dolar seviyelerine ulaşıyor. Türkiye eğer madendeki potansiyelini kullanabilirse sektörün ihracatı bir anda 30 milyar dolara ulaşır. Bu ihracat rakamıyla Türkiye’nin en çok ihracat yapan sektörü oluruz. Böylece ham madde anlamında da dışa bağımlılıktan kurtuluruz.” dedi.



EGELİ İHRACATÇILARDAN GERİ DÖNÜŞÜM PROJESİ



Ege İhracatçı Birlikleri organizasyonu, Denizli Acıpayam ve Beyağaç Belediyeleri iş birliğinde tarımsal üretimde sürdürülebilirlik hedefi doğrultusunda, temiz bir çevre ve sağlıklı nesiller için yürütülen

Boş Tarım İlaç Ambalaj Atıklarının Geri Dönüşüm Projesi'nin ilk aşaması tamamlandı. Proje kapsamında, Acıpayam'da 10, Beyağaç'ta 6 adet zirai atık toplama merkezi kurulumu yapıldı. Depolama merkezlerinin resmî açılışı Acıpayam ve Beyağaç belediye başkanları ve Ege İhracatçı Birlikleri Yönetim Kurulu üyelerinin katılımıyla Acıpayam'ın Ucarı Mahallesi'nde ve Beyağaç'ta gerçekleştirildi.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, "Proje kapsamında, Acıpayam'da 10 adet zirai atık toplama merkezi kurulumunu belediyemizin de çok kıymetli destekleriyle tamamladık. Ege İhracatçı Birlikleri olarak tarımın ülkemiz için, temiz bir çevre ve sürdürülebilir tarımsal üretimin de ülkemiz tarımı için ne kadar önemli olduğunun farkındayız. Bu farkındalığın artırılması ve ülke geneline yayılabilmesi için projemizi ihracatımızda önemli yer tutan tarım ürünlerimizin üretildiği bölgelerde başlattık." dedi.

AKİB ÜÇÜNCÜ ÇEYREKTE DE ZİRVEDE

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, 2022 yılı üçüncü çeyrek itibarıyla bölge ihracatının 14,9 milyar dolara ulaştığını açıkladı. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 31,64 oranında artış sağladıklarını kaydeden Başkan Fuat Tosyalı, en yüksek ihracat değerlerine Irak, Hollanda ve Güney Afrika pazarlarında ulaştıklarını, ihracat hacminde en güçlü performansını Singapur, Güney Afrika ve Fransa'da yakaladıklarını belirtti. Küresel ekonomideki negatif seyrin ve resesyon kaygılarının derinleştiği süreçte; Akdenizli ihracatçıların ihracat pazarlarındaki konumlarını korumanın yanında, ortaya çıkan fırsatları da en iyi şekilde değerlendirdiklerini vurgulayan Başkan Tosyalı, şöyle konuştu:

"Eylül ayında 1,5 milyar dolarlık ihracata imza atan birliğimiz, 2022 yılının üçüncü çeyreğinde toplam 14 milyar 906 milyon dolarlık ihracat değerine ulaştı. Söz konusu dönemde Türkiye genelindeki 14 genel sekreterlik arasında ihracat hacminde en yüksek artışı elde eden birlik olduk. Ocak-Eylül ayları arasında ülkemizin ihracatına yüzde 8,8 oranında destek verdik."





İDMİB'DEN YETENEKLİ TASARIMCILARA ÖDÜL



Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)'nin destekleriyle, İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından düzenlenen "Ayakkabı Tasarım Yarışması", ayakkabı sektöründe özgün tasarımlar yaratmak ve sektörde katma değerli ihracatı artırmak amacıyla Gamze Saraçoğlu'nun kreatif direktörlüğünde gerçekleştirildi. Birbirinden yaratıcı tasarımların değerlendirildiği yarışmada, İDMİB Etkinlik Komitesi Başkanı Emel Güven Bar-dız'ın başkanlığında, Ruken Mızraklı, Sedef Orman, Özgür Masur, Niyazi Erdoğan, Özlem Kaya ve Nihan Peker gibi isimler jüri üyeliği yaptı. Tasarım yarışması'nın final gecesiyle eş zamanlı olarak sektör ihracatına katkı sunan firmalara da ödülleri takdim edildi.

EN KATMA DEĞERLİ 4. SEKTÖRÜ

Gecenin açılış konuşmasını yapan İDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, "Deri ve deri mamulleri" sektörü olarak, 2021 yılında yüzde 30'luk artışla, 1,73 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdik. Bu dönemde ayakkabı sektörümüz 1 milyar dolar ihracatla rekor kırdı. Mamul deri ve kürk 270 milyon dolar, saraciye 242 milyon dolar, deri ve kürk konfeksiyon sektörü ise 207 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu akşam, 2021 yılındaki bu başarının kahramanlarını ödüllendirdik. İhracatta fark yaratan firmalarımız; 21 platin, 27 altın ve 1 özel ödülün sahibi oldu. Bu yıla bakacak olursak; sadece Ocak-Ekim döneminde 1,6 milyar dolar ihracatla rekor kırdık. Sadece ayakkabı sektörümüz 970 milyon dolarlık ihracatla dönemsel rekorunu kırdı. Aynı zamanda, saraciye sektörü de 239 milyon dolar ile dönemsel ihracatta rekora ulaştı. Bu veriler ışığında; 2021 yılı ihracat değerine şimdiden çok yaklaştık. Ekim sonu itibarıyla, 2021 yılı toplam ihracatımızı geçeceğimizi düşünüyoruz." dedi.

Kadınlar kategorisinde Öykü Ceylan birinci, Feyzanur Çilingir ikinci, Taylan Özden ise üçüncü oldu. Erkekler kategorisinde ise İrem Yazıcı birinci, Büşra Yiğit ikinci, Aysu Parlak üçüncü seçildi. Ticaret Bakanlığı'nın destekleriyle düzenlenen yarışmada dijital tasarım kategorisinde de Taylan Özden ve Büşra Yiğit'e 15 bin TL ödül verildi. Gecede, deri ve deri mamulleri sektöründe 2021 yılının 386 başarılı firması da İhracatta Fark Yaratanlar töreninde ödülleri kavuştu.



DENİB'DEN MARMOMAC FUARI'NA GÜÇLÜ KATILIM



Denizli İhracatçılar Birliği, Marmomac Fuarı'na katılarak üye firmalarını yalnız bırakmadı. Denizli'den 22 firmanın stant açtığı fuara 54 metrekarelik stant alanıyla katılan DENİB, Marmomac Fuarı'nda ilk kez yerini almış oldu.

Fuarla ilgili değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, maden sektörünün şehrin toplam ihracatından yüzde 6,5 pay aldığını belirterek şunları söyledi:

“Maden sektörümüz ilimiz açısından çok önemli bir yere sahip. Geçen sene 290 milyon dolarlık doğal taş ihracatı gerçekleştirdik. Asıl önemli olan konu, 290 milyon dolarlık ihracatın 245 milyonluk kısmının işlenmiş taş olması. Bu sene DENİB olarak Marmomac Fuarı'na ilk kez katıldık. Hem üyelerimizin yanında olmayı hem de stant açmayan ancak fuarı ziyaret eden firmalarımıza toplantı alanı tesis etmeyi amaçladık. Türkiye'den 151 firmanın katıldığı fuarda Denizli'yi 22 firmayla temsil ediyoruz”.

TÜRK OTOMOTİV SANAYİ, AUTOMECHANIKA FRANKFURT'TA 70 ÜLKE İLE BULUŞTU

OİB, tedarik sanayinde faaliyet gösteren 63 ihracatçı firmaya öncülük ederek 13-17 Eylül tarihleri arasında Frankfurt'ta düzenlenen Avrupa'nın en büyük otomotiv tedarik endüstrisi fuarına millî katılım sağladı. OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, OİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Orhan Sabuncu ve OİB Denetim Kurulu Üyesi Ömer Burhanoğlu'nun katıldığı fuarda, Türk otomotiv firmaları Almanya başta olmak üzere 70 ülkeden gelen otomotiv firması temsilcileri ile ikili görüşme fırsatı elde etti. Fuarda, OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik ev sahipliğinde OİB Türkiye Tanıtım standını T.C. Frankfurt Başkonsolosu Erdem Tunçer ile Ticaret Ataşesi Yusuf Yerker de ziyaret etti.

Fuara yönelik değerlendirmelerde bulunan OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, “Fuarda Türk otomotiv ihracatçılarımız, Almanya başta olmak üzere Avrupa Birliği ve diğer bölge ülkelerinin firmalarıyla ikili görüşme gerçekleştirme fırsatı yakaladı. Fuarda firmalar arası ikili görüşmelerin Avrupa'nın en büyük motorlu araçlar pazarına ev sahipliği yapan Almanya'ya yönelik hedeflerimize ulaşmaya katkıda bulunduğu ve

genel otomotiv ihracatımızı artırma noktasında önemli kazanımlar sağladığına inanıyoruz. Automechanika Frankfurt, ayrıca Almanya ve diğer ülkeler için de Türkiye pazarı başta olmak üzere Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerine ulaşmak için önemli bir fırsat yaratıyor.” diye konuştu.





AHKİB ÜÇÜNCÜ ÇEYREKTE İHRACATINI YÜZDE 15 ARTIRDI



Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin, dünya genelinde yükselen enflasyonun resesyon kaygılarını daha da artırdığını, bunun da siparişlerde azalmalara yol açtığını söyledi. Yurt içinde artan maliyetlerden dolayı uluslararası pazarlarda fiyat tutturmakta zorlandıklarını, az da olsa gelen siparişlerde Çin başta olmak üzere Uzak Doğu ülkeleri ile rekabet edemediklerini ve ciddi kayıplar yaşadıklarını açıkladı. AHKİB olarak 2022 yılı Ocak-Eylül aylarında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artışla 287,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini ancak tablonun tersine dönmeye başladığını kaydeden Başkan Tekin, önümüzdeki iki-üç aylık dönemde Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ciddi kayıplar yaşamasından endişe ettiklerini belirtti.

İTKİB, SEKTÖR TEMSİLCİLERİYLE BULUŞTU

Türk tekstil sektörünün çatı kuruluşu İTHİB, Kahramanmaraş'ta sektör ile bir araya geldi. İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz ve yönetim kurulu üyelerinin katılımıyla gerçekleşen organizasyonda sektörün bugünü ve geleceği değerlendirildi. Türkiye'de tekstil üretiminin modern altyapısı ve entegre üretim gücüyle dünyada sayılı ülkeler arasında yer aldığını ifade eden Öksüz, sektörün tüm alt ürün gruplarında güçlü üretim ve ihracat ağına sahip olduğuna dikkat çekti. Öksüz, sözlerini şöyle sürdürdü:

“2021 yılında tekstil sektörünün üretimi 49 milyar dolara ulaştı. 2017’de sektörün üretim değeri 38,6 milyar dolar, 2018’de 38,2 milyar dolar, 2019’da ise 38,1 milyar dolardı. Pandemi, etkilerinin en güçlü şekilde hissedildiği 2020’de ise bu veri 36 milyar dolara kadar geriledi. 2021 yılında Türkiye’nin rakip ülkelerden pozitif ayrışmasıyla üretim yükseldi. Bu yıllarda hazır giyim sektörünün üretimi de arttı. Hazır giyim sektörü, 2021’de 29 milyar dolarlık üretim gerçekleştirdi. Böylece 2021 yılında her iki sektörün üretim değeri 78 milyar dolara yükseldi. Tekstil sektörü, imalat sanayi üretiminin

yüzde 8,5’ini oluştururken tekstil ve hazır giyim sektörlerinin sanayi üretiminden aldığı pay yüzde 13,5 oldu. Sektörlerimiz imalat sanayi istihdamının yüzde 25,8’ini oluşturdu.”





kültür sanat



STANLEY KUBRICK SERGİSİ

Sergi, New Yorklu yönetmen Stanley Kubrick'in tüm çalışmalarına kronolojik bir bakış sunuyor. Kubrick'in sıra dışı dünyasına davet eden sergi, çoğu yayımlanmamış belge, obje, senaryo, kamera, lens ve orijinal kostümleriyle sanatçının sinema kariyerine derinlemesine bir bakış sunuyor. Sinema tarihinde çığır açan yönetmenin sergisi, 1 Mart 2023 tarihine kadar İstanbul Sinema Müzesi'nde ziyaretçilerini ağırlayacak.



GELİN TANIŞ OLALIM

Semih Çelenk'in yazdığı ve yönettiği "Gelin Tanış Olalım"da Firat Tanış bir abdal hikâyesi ile sahneye çıkıyor. Oyuncunun olağanüstü olarak tanımlanan performansına sahnede Cem Erdost İleri, Mehmet Taylan Ünal, Sitar Sertaç Şanlı ve Mesut Ulusan enstrümanlarıyla eşlik ediyor. Donkişot Tiyatro Tarık Güvenç'in yapımcılığında sahneye taşınan oyunun ses mühendisliğini Metin Bozkurt ve Alper Antmen yapıyor. Performans, 23 Kasım'da Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde.



YAŞAMAYA DAİR

Genco Erkal'ın Nazım Hikmet tutkusunun yeni ürünü olan "Yaşamaya Dair" adlı müzikli gösterisi, 17 Kasım Caddebostan Kültür Merkezi Büyük Salon'a geliyor. Nazım Hikmet'in ölümünün 54. yıl dönümü için Genco Erkal'ın uyarlayıp yönettiği oyunda, Tülay Günel da oynuyor. Piyano ve viyolonsel eşliğinde oynanacak oyunda, başta Fazıl Say ve Zülfü Livaneli olmak üzere değişik bestecilerin Nazım şarkıları da seslendirilecek.



SUNAY AKIN'DAN EĞLENCELİ HİKÂYELER

BKM Organizasyonu ve Maximum Kart ana sponsorluğunda şehre kahkahayı getiren İstanbul Komedi Festivali, 17 Kasım Perşembe günü Maximum Uniç Hall'de Sunay Akın'ı seyircisi ile buluşturacak. Türkler, Çinliler ve Vikingler nasıl bir araya geldi? Astronotlar Ay'da nasıl mahsur kaldı? Piri Reis'in haritasındaki gülümseyen sır ne? Uzay'da aşk var mı? Sunay Akın, anlattığı hikâyeler ile geçmişle bugün arasında eğlenceli bir köprü kuruyor.



YENİ TÜRKÜ

Yeni Türkü, çok özel bir performans ile Dada Salon Kabarett'de! Okan Bayülgen'in İstanbul'a kazandırdığı sıra dışı gösteri mekânı Dada Salon Kabarett, sergilerden tiyatro oyunlarına, özel etkinliklerden konserlere kadar birçok etkinliğe ev sahipliği yapıyor. 18 Kasım'da ise kendine has müzik tarzıyla Yeni Türkü sahne alacak.



TARLA KUŞUYDU JULIET

Tarihin efsanevi aşıklarını alışılmışın dışında bir ilişkinin içinde izlemek için "Tarla Kuşuydu Juliet"i kaçırmayın! Engin Alkan, Sevinç Erbulak, Osman Kot ve Murat Bavlı'nın rol aldığı; Alkan'ın aynı zamanda yönetmenliğini üstlendiği müzikli komedi oyunu "Tarla Kuşuydu Juliet" seyirciyle buluşuyor. Oyun, 15 Kasım ve 27 Kasım'da İstanbul Cevahir'de, 22 Kasım'da İzmir'deki Bostanlı Suat Taşer Tiyatrosu'nda sahne alacak.



kültür sanat



FAZIL SAY VE FRIEDEMANN EICHHORN

Dünyaca ünlü besteci ve piyanist Fazıl Say, keman sanatçısı Friedemann Eichhorn ile 10 Kasım'da ENKA Oditoryumu'nda araya geliyor. Konserde Fazıl Say'ın, piyano ve keman için yeni bir uyarlamasını yaptığı, Wagner'in ünlü Tristan ve Isolde operasındaki "Prelüd" ve "Aşk Ölümü" parçaları da Türkiye'de ilk kez dinleyiciyle buluşacak.



AMADEUS

Peter Shaffer tarafından kaleme alınan, dünya müzik tarihinin unutulmaz bestecileri Wolfgang Amadeus Mozart ile Antonio Salieri'nin eşsiz hikâyesi Amadeus, 28 Kasım'da Zorlu PSM Turkcell sahnesinde. Usta yönetmen Işıl Kasapoğlu rejisiyle Çolpan İlhan-Sadri Alışık Tiyatrosu ve Piu Entertainment iş birliği ile tiyatroseverlerle buluşan oyunda başrolleri Selçuk Yöntem (Antonio Salieri) ve Tansu Biçer (Wolfgang Amadeus Mozart) paylaşıyor.



ALICE MÜZİKALİ

"Alice Harikalar Diyarında", Serdar Biliş'in yönetmenliği ve Beyhan Murphy'nin koreografisi ile çağdaş bir müzikal uyarlama olarak yeniden sahnedeki yerini alıyor. "ALICE" adı ile izleyicisiyle buluşan müzikalde Serenay Sarıkaya "Alice" olarak izleyicisinin karşısına çıkarken, Ezgi Mola "Kraliçe", Enis Arıkan "Tavşan", Şükrü Özyıldız "Şapkacı", İbrahim Selim "Kral", Merve Dizdar ise "Kedi" rolü ile başrolleri paylaşıyor. Müzikal 23 Kasım'da Zorlu PSM'de.



TARTUFFE

İstanbul Şehir Tiyatroları, ölümsüz Fransız yazar Molière'in doğumunun 400. yılı vesilesiyle yeni sezonda sahneleyeceği Tartuffe'ün prömiyerini 26. İstanbul Tiyatro Festivali'nde yapıyor. 15 Kasım Salı günü sergilecek oyun Müze Gazhane'nin Prof. Dr. Sevda Şener Sahnesi'nde.



KARSU

Piyanonun başında devleşen, söylediği şarkılar ve farklı yorumuyla son dönemin adından başarıyla söz ettiren ismi Karsu, 11 Kasım'da Volkswagen Arena'da. Şarkıcı, piyanist, besteci ve söz yazarı Karsu; caz, blues, funk ve elektronik müziği modern sound'larla buluşturuyor.



TAŞ DEVRİ

Eğitim-öğretim yılının ilk ara tatili başlıyor! Haldun Dormen'in tecrübelerini aktardığı yetişkin ve çocukların keyif alarak izleyeceği Taş Devri oyunu, 15 ve 18 Kasım'da Mall of İstanbul MOİ Sahne'de. Çocukların eşlik edeceği birbirinden eğlenceli şarkılar, danslar ve esprileri ile Taş Devri maceraları; sevgi, aile, dostluk, çalışkanlık ve hayvan sevgisi kavramlarıyla öğretici tarafını kullanarak çocuklarımızın kişisel gelişimini ve sosyalleşmesini amaçlıyor.



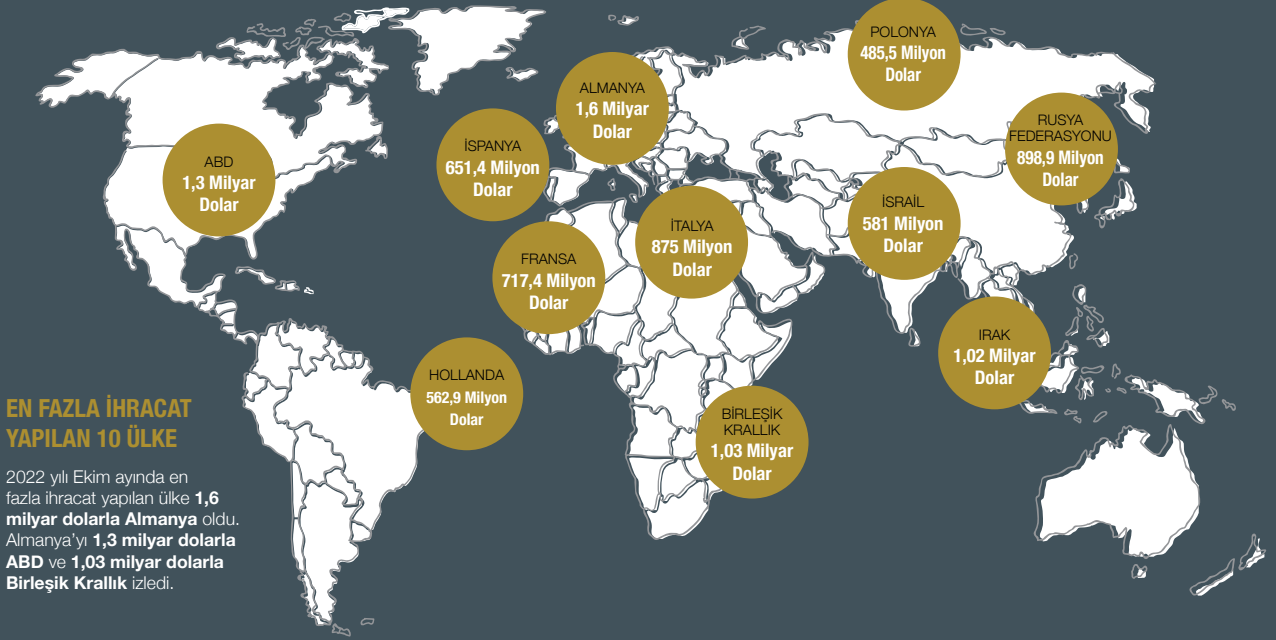
tablolar

2022 YILI EKİM AYI İHRACATI **21,3 MİLYAR DOLAR** OLDU.

2021 YILINA GÖRE 2022 EKİM AYI İHRACATI **YÜZDE 2,8** ARTTI.

2022 YILI EKİM AYINDA **17 SEKTÖR** İHRACATINI ARTIRDI.

1806 FİRMA EKİM AYINDA İLK KEZ İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

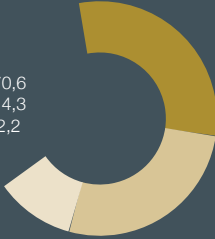


EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 10 ÜLKE

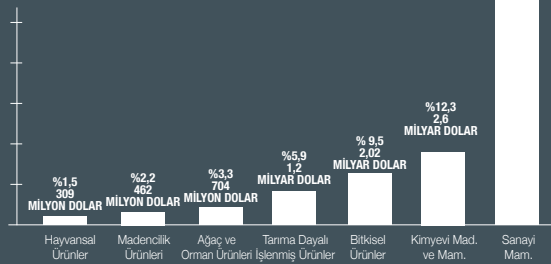
2022 yılı Ekim ayında en fazla ihracat yapılan ülke **1,6 milyar dolarla Almanya** oldu. Almanya'yı **1,3 milyar dolarla ABD** ve **1,03 milyar dolarla Birleşik Krallık** izledi.

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI EKİM AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi %70,6
Tarım %14,3
Maden %2,2



ALT ÜRETİM GRUPLARININ 2022 YILI EKİM AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2022 YILI EKİM AYINDA İL BAZINDA EN DİKKAT ÇEKEN İHRACAT ARTIŞI



İLLERE GÖRE 2022 YILI EKİM AYI İHRACAT DAĞILIMI



1 - 31 EKİM İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1.000 \$

SEKTÖRLER	1 - 31 EKİM				1 OCAK - 31 EKİM			
	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)	2021	2022	Değişim ('22/'21)	Pay (22) (%)
I. TARIM	2,827,425	3,038,059	7.4	14.3	23,475,884	27,525,565	17.3	13.1
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,924,994	2,023,696	5.1	9.5	15,223,127	17,243,340	13.3	8.2
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	897,190	1,045,929	16.6	4.9	7,301,394	9,297,464	27.3	4.4
Yaş Meyve ve Sebze	291,588	239,320	-17.9	1.1	2,306,025	2,183,886	-5.3	1.0
Meyve Sebze Mamulleri	181,364	246,843	36.1	1.2	1,651,030	2,057,916	24.6	1.0
Kuru Meyve ve Mamulleri	194,546	177,974	-8.5	0.8	1,223,054	1,259,702	3.0	0.6
Fındık ve Mamulleri	250,348	178,902	-28.5	0.8	1,730,847	1,325,870	-23.4	0.6
Zeytin ve Zeytinyağı	25,260	38,680	53.1	0.2	239,126	328,893	37.5	0.2
Tütün	76,717	87,773	14.4	0.4	647,361	675,289	4.3	0.3
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7,980	8,275	3.7	0.0	124,290	114,321	-8.0	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	288,751	309,786	7.3	1.5	2,669,661	3,359,333	25.8	1.6
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	288,751	309,786	7.3	1.5	2,669,661	3,359,333	25.8	1.6
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	613,681	704,578	14.8	3.3	5,583,096	6,922,892	24.0	3.3
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	613,681	704,578	14.8	3.3	5,583,096	6,922,892	24.0	3.3
II. SANAYİ	15,666,843	15,043,602	-4.0	70.6	137,602,449	154,243,345	12.1	73.6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,352,630	1,260,273	-6.8	5.9	12,314,999	12,661,070	2.8	6.0
Tekstil ve Hammaddeleri	916,756	834,442	-9.0	3.9	8,274,136	8,720,285	5.4	4.2
Deri ve Deri Mamulleri	159,288	168,928	6.1	0.8	1,424,843	1,702,788	19.5	0.8
Halı	276,585	256,902	-7.1	1.2	2,616,019	2,237,997	-14.5	1.1
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2,264,994	2,613,348	15.4	12.3	20,481,449	28,139,272	37.4	13.4
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2,264,994	2,613,348	15.4	12.3	20,481,449	28,139,272	37.4	13.4
C. SANAYİ MAMULLERİ	12,049,219	11,169,982	-7.3	52.4	104,806,001	113,443,003	8.2	54.2
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,908,628	1,707,172	-10.6	8.0	16,703,319	17,873,148	7.0	8.5
Otomotiv Endüstrisi	2,603,919	2,650,907	1.8	12.4	23,848,071	24,969,434	4.7	11.9
Gemi, Yat ve Hizmetleri	208,205	210,072	0.9	1.0	1,195,369	1,209,221	1.2	0.6
Elektrik ve Elektronik	1,230,967	1,324,566	7.6	6.2	11,579,475	12,279,556	6.0	5.9
Makine ve Aksamları	807,783	854,230	5.8	4.0	7,638,405	8,336,997	9.1	4.0
Demir ve Demir Dışı Metaller	1,144,170	1,049,543	-8.3	4.9	9,927,878	12,161,597	22.5	5.8
Çelik	2,254,220	1,392,546	-38.2	6.5	17,969,205	18,435,194	2.6	8.8
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	380,639	415,337	9.1	2.0	3,795,564	4,594,508	21.0	2.2
Mücevher	685,805	536,659	-21.7	2.5	4,580,898	4,707,499	2.8	2.2
Savunma ve Havacılık Sanayii	301,392	464,527	54.1	2.2	2,395,808	3,267,257	36.4	1.6
İklimlendirme Sanayii	513,416	552,344	7.6	2.6	5,063,339	5,496,582	8.6	2.6
Diğer Sanayi Ürünleri	10,076	12,078	19.9	0.1	108,671	112,011	3.1	0.1
III. MADENCİLİK	465,036	462,522	-0.5	2.2	4,849,205	5,448,323	12.4	2.6
Madencilik Ürünleri	465,036	462,522	-0.5	2.2	4,849,205	5,448,323	12.4	2.6
T O P L A M (TİM*)	18,959,304	18,544,184	-2.2	87.1	165,927,537	187,217,234	12.8	89.4
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	1,754,680	2,753,660	56.9	12.9	15,598,490	22,232,859	42.5	10.6
GENEL İHRACAT TOPLAMI	20,713,984	21,297,844	2.8	100.0	181,526,028	209,450,093	15.4	100.0

BİRLİK ADRESLERİ



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/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



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.: Üzeyir 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.: Güliz Akel Çetinkaya



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 V.: Doğuş Tozanlı
Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir
Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay



Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

Akhan 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



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 Vürdu
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
Genel Sekreter Yrd.: Melih Leylioğlu



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



Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği

Pazarca 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 T.: Bülent Cebeci



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. Cumhur İşbirakmaz
Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun
Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal
Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ceyhan Atuf Kansı 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: Özkan Aydın
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: gaibevrak@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. V.: Birgül Polat

Genel Sekreter Bilal Bedir

Genel Sekreter Yrd. Mehmet Genç | Genel Sekreter Yrd. Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş | Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3
B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
Tel: 0 212 454 04 90-91 | Faks: 0 212 454 04 13-454 04 83
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr



Modern & Güçlü filosu ile,
Römorkörcülük ve Kılavuzluk Hizmetlerinde
45 yıllık Sanmar deneyimi



sanmar.com.tr



TURKISH CARGO'DAN YENİ HİZMETLER

DÜNYANIN EN ÇOK NOKTASINA UÇAN HAVA KARGO MARKASI TURKISH CARGO,
İŞİNİZİ GELECEĞE TAŞIMAYA DEVAM EDİYOR.

GENEL KARGOLARINIZ İÇİN KULLANABİLECEĞİNİZ **TK SMART**, ÖNEMLİ GÖNDERİLERİNİZ İÇİN HIZLI VE
AYRICALIKLI BİR HİZMET SUNAN **TK PREMIUM**, ACIL GÖNDERİLERİNİZİ SEKTÖRDEKİ
EN HIZLI ŞEKİLDE GÖNDEREBİLECEĞİNİZ **TK URGENT** HİZMETİNİZDE.



TURKISH CARGO

Daha fazla
bilgi için
web sitemizi
ziyaret edin.

