

SAYI 180 ŞUBAT 2020

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİMREPORT

23 SEKTÖRÜN
İHRACATI
1 MİLYAR
DOLARIN
ÜZERİNE ÇIKTI



40 ÜLKEYE
İHRACAT
1 MİLYAR
DOLARI AŞTI!



2019 YILI İHRACATI CUMHURİYET TARİHİ REKORUYLA TAÇLANDI

180,5 MİLYAR DOLAR



17.544 FİRMA
İLK DEFA
İHRACATA
'MERHABA'
DEDİ



2019'DA
3,2 MİLYAR TL
İHRACAT
DESTEĞİ
VERİLDİ!

İşletmeniz yurtdışına açılsın, Deniz ile güç kazansın!

DenizBank dış ticaretle ilgili her konuda size destek oluyor,
aklınıza takılan her şey için destek hattıyla size hizmet veriyor...

Yeni

KOBİ Dış Ticaret Destek Hattı
(0212) 348 34 44



Hola Tur- quía!



Mars Logistics olarak, sınırlarımızı genişletiyor ve yeni şirketimizle sizlere İspanya'dan merhaba diyoruz. Gücümüze güç katacak bu adımla, dünyada büyümeye devam ediyoruz.

MARS LOGISTICS GROUP



MARS LOGISTICS

İÇİNDEKİLER



6 **BAŞKAN'DAN**
"Daha güçlü ve
daha umutluyuz"

22 **GÜNDEM**
Tüm zamanların
ihracat rekoru kırıldı

26 **SEKTÖR ANALİZ**
İhracatta şampiyon
değişmedi: Otomotiv

30 **KAPAK**
2019 yılı ihracatında
sektörlerdeki son durum

60 **HEDEF PAZAR**
ABD ile 100 milyar dolar
dış ticaret hayal değil!

68 **MARKA ŞEHİR**
Türkiye'nin tarım ambarı
Konya, sanayisiyle öne çıkıyor

72 **BAŞARI HİKAYESİ**
Yılın Kadın Girişimcisi
Sezen Sungur Saral

76 **TEŞVİK**
Ticaret Bakanlığı'ndan
tasarım ve ihracat destekleri



TİMREPORT

SAHİBİ:

TİM adına Başkan İsmail Gülle

YAYIN KURULU:

Mehmet Fatih Bilici
Enise Didem Elmas
Mustafa Kamar
Senem Sanal Sezerler

YÖNETİM YERİ:

Sanayi Caddesi Dış Ticaret
Kompleksi Yenibosna - İSTANBUL
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04
13 www.tim.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Burak MERİÇ

BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

EDİTÖRLER

Can EMİR

Ebru PAKSOY

GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,
Yılmaz MERMER

MUHABİR

Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

Angel ZAMAN, İlknur ULUSOY

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI

YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3

NiŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

ÖZGÜN OFSET

www.ozgun-ofset.com

İş Bankası'ndan ihracata MaxiPuan veren kart: İHRACATÇI KART



İş Bankası aracılığıyla yaptığınız ihracatınızı MaxiPuan'a dönüştürür, kredi kartınızda biriktirdiğiniz puanları dilediğiniz gibi harcamanızı sağlar.



İş Bankası aracılığıyla gerçekleştirilen aylık mal ihracat hacmi, ilgili ayın son işgünüdeki Bankamız gişe döviz alış kuru üzerinden TL'ye çevrilerek bu tutarın %0,05'i oranında TL cinsinden MaxiPuan verilecektir. İhracat hacmi üzerinden verilecek MaxiPuan "İhracatçı Kart" için aylık 150 TL'yi; "İhracatçı Kart Premium" için ise aylık 250 TL'yi geçemeyecektir. İhracat hacmi üzerinden MaxiPuan kazanılabilmesi için kartlarla ekstre tutarından bağımsız ilgili ayda asgari 1.000 TL'lik alışveriş işlemi yapılması gerekmektedir. İhracatçı Kart kredi kartının sunduğu hizmetler ve diğer tüm kredi çeşitleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, İhracatçı Kart ile sunduğu hizmetlerde ve koşullarda değişiklik yapma, kart talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kart tahsis etme hakkına sahiptir.



İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

“Daha güçlü ve daha umutluyuz”

Ticaret Bakanlığımızın desteği, ihracatçılarımızın risk alma cesareti ve ülke insanımızın üretim gücüyle, 2020 her anını “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefiyle değerlendireceğimiz bir yıl olacak.

DEĞERLİ İHRACAT AİLESİ,

2020 YILINA, güçlü ve daha umutlu bir başlangıç yaptık. Umudumuz arttı, çünkü ihracatçılar için yeşil pasaport alma limitinin 1 milyon dolardan 500 bin dolara indirilmesinin ardından, pasaportun geçerlilik süresi de dört yıla çıkarıldı. Bir kez daha Cumhurbaşkanlığımız ve Ticaret Bakanlığımızın, ihtiyaç duyduğumuz her an yanımızda olacağını anlamış olduk.

Gücümüz arttı, çünkü 2019’da ihracatçı firma sayımız yüzde 9,3 artarak 17 bin 544 firmamız bu yıl ilk ihracatlarını gerçekleştirdi. İhracat ordumuza katılan yeni neferlerle birlikte, küresel ticaretteki

tüm zorluklara rağmen 2019 yılını Cumhuriyet rekoruyla taçlandırmanın haklı gururunu yaşadık. 2019 yılının tamamında ihracat 180 milyar 468 milyon dolar ile Cumhuriyet tarihi rekorumuzu tazeledik. 2019 yılının sekiz ayında ihracatta rekorlara imza attık. 40 ülkeye 1 milyar dolar üzerinde ihracat gerçekleştirdik. 1 milyar dolar üzeri ihracat yapan il sayımızı 18’de korumayı başardık. 23 sektörümüz, 1 milyar dolar ihracatı aştı. İhracata yeni başlayan firmalarımız, 4 milyar 345 milyon dolar gibi önemli bir ihracat gelirinе imza attı. Bu veriler bize, ülkemizin dört bir yanında gerçekleştirdiğimiz, KOBİ İhracat Seferberliği Eğitimlerimiz ve TİM Anadolu Meclislerimize devam etmemiz gerektiğinin mesajını veriyor.

YILLIK ÜYELİK AİDATLARINI KALDIRDIK
Zor bir dönemde daha fazla üreterek ihracat yapan firmalarımızı desteklemek için Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak

“Yeni dönemde ‘Made in Türkiye’ etiketiyle ihracat yapılmasına yönelik farkındalığı artırmak istiyoruz.”

“Küresel ticaretteki tüm zorluklara rağmen 2019 yılı ihracatını Cumhuriyet rekoruyla taçlandırmanın haklı gururunu yaşıyoruz.”

Ticaret Bakanlığımızın da desteğiyle önemli bir karar aldık. Yeni yıl itibarıyla ihracatçıların yıllık üyelik aidatını kaldırarak, önemli bir karara imza attık. Böylelikle toplamda yıllık 20 milyon TL'lik kaynağı ihracatçılarımıza bırakmış olacağız. 61 ihracatçı birliği, 27 sektörde üretim yapan 90 bin ihracatçımız için ihracatın finansmanına yönelik çalışmalarımıza bir yenisini daha ekledik.

İHRACATÇILARIMIZIN RİSK ALMA CESARETİYLE BÜYÜYORUZ

2020, Türkiye ve Türk ihracatçısı için yeni bir dönüm noktası olacaktır. 2020 yılı dünyanın her köşesine bayrağımızı taşıyacağımız, her ayını “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” için değerlendireceğimiz bir yıl olacak. Bu yıl da ihracatın tabana yayılması, ekonomik modellere dayalı raporlar ile ihracatçılarımızın yeni pazarlara yönlendirilmesi, inovasyon, Ar-Ge ve ihracatta yerli ve milli teknolojinin yaygınlaşması gibi konular ana gündemimiz olacak.

İhracat 2019 raporuyla başlattığımız, kapsamlı ve hedef pazarlara yönelik ülke raporlarını da, ticaret heyetleri programımıza göre organize edip 2020 yılının her ayında en az iki rapor çıkartacak şekilde bir takvim oluşturduk. 61 birlik başkanımızı stratejik pazarlarda fahri ihracat elçisi olarak görevlendirdik, ilgili ülkelerdeki fırsatları, edindikleri tecrübe ve bilgiyi ihracatçılarımıza daha hızlı ve daha net bir şekilde sunacaklar. Her zaman olduğu gibi en önemli odak noktamız nitelikli ihracat ve katma değer olacak. Türkiye'nin ihracatı adına yeni pazarlara, dijitalleşmeye, yüksek katma

değere yönelik çitayı daha da yukarı taşıyacağız. İnanıyoruz ki, Türkiye artık otomotiviyile, savunma sanayi araçları, yazılımı, özellikli kimyasalı ve markalı hazır giyim ürünleriyle katma değerli ürün ihraç eden bir ülke olacak. Start-up ve inovasyon kültüründeki hızlı gelişim, bize hedeflerimiz için umut veriyor. Bunların yanında ihracatçılarımızın risk alma cesaretleri de bizi rakiplerimizden farklı kılıyor. 2019 yılı dünya ekonomileri, bekleyip izlemeyi tercih ederken, ekonomik kriz tecrübesine sahip ihracatçılarımız, yeni pazar yaratmak için dünyanın dört bir yanını ziyaret ederek geleceğe tohum ekmeye devam ettiler. Bu noktada, ihracatçılarımızın rekabet avantajını yükseltmek için tüm imkanları seferber eden Ticaret Bakanlığımıza bir kez daha teşekkür etmek isterim.

‘MADE IN TÜRKİYE’

Yeni dönemde bir diğer önceliğimiz olan, Made in Türkiye etiketiyle ihracat yapılmasına yönelik farkındalığı artırmak istiyoruz. Küresel ticaretin aktörleri Türkler'in topraklarını bu isimle anarken, uluslararası alanda, Türk Malı adına ‘Made in Türkiye’yi tüm dünyaya mal etmek anlamlı ve gerekli bir adımdır.

Türkiye'nin vatansever ihracatçıları ihracatın çatı kuruluşunun bu yeni vizyona verdiği desteğe olumlu bir karşılık verirlerse ziyadesiyle mutlu oluruz. Bu Devlet ve bu Millet, büyük Türkiye'nin ismiyle yükselmeyi hak ediyor. Biz bu vizyona aracılık etmeyi bir vazife olarak görüyoruz. Türkiye ihracatla yükselecek.

Üreten ve ihracat yapan herkese şükranlarımı sunuyorum.



17.544

2019'da ilk kez ihracat yapan firma sayısı



20 MİLYON TL

Üyelik aidatının kaldırılmasıyla ihracatçılara aktarılan kaynak tutarı

13 Aralık'ta Merkez Bankası brüt döviz rezervleri, **1 milyar 148 milyon dolar** düşüşle 77 milyar 898 milyon dolar olarak gerçekleşti. Brüt döviz rezervleri, 6 Aralık'ta **79 milyar 46 milyon dolar** seviyesindeydi. Böylece Merkez Bankası'nın toplam rezervleri, 13 Aralık'ta bir önceki haftaya kıyasla 1 milyar 988 milyon dolar azalarak, 105 milyar 869 milyon dolardan 103 milyar 881 milyon dolara düştü.

■ New York FED Başkanı Williams: "Görünümüne dair riskler aşağı yönlü olmaya devam ediyor."

■ Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB), 2020 yılının ilk Eurobond ihracını gerçekleştirdi. 400 milyon dolar tutarında 5 yıl vadeli ve sabit faizli olarak gerçekleşen ihraç, dünyanın dört bir yanından ihraç tutarının 10 katı seviyesinde talep aldı.

■ Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), geçen yıl toplam 1200 baz puan indirdiği politika faizini, 2020'in ilk ayında da düşürerek yüzde 11,25'e çekti. Merkez Bankası, 2019'un temmuz, eylül, ekim ve aralık Para Politikası Kurulu (PPK) toplantılarında politika faizini güçlü bir şekilde yüzde 24'ten yüzde 12'ye indirdi.

■ Dünyanın en hızlı teslimat yapan uygulaması olarak Türkiye'den yola çıkan teknoloji girişimi "Getir", Silikon Vadisi'nin önemli yatırımcısı Michael Moritz liderliğindeki bir grup yatırımcıdan 38 milyon dolarlık yatırım aldı.

Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi Başkanı Prof. Dr. Göksel Aşan, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Türkiye'nin dış finansmanda coğrafi dağılımını değiştirmek üzere kendilerine hedef gösterdiğini belirterek, "**Sloganımız 'Yeniden Asya Açılımı'**. Bu doğrultuda çalışmalarımıza yoğunlaştık" dedi.

124.536

Borsa İstanbul 100 endeksi 25 Ocak'ta 124.536 seviyesini görerek, tüm zamanların rekorunu kırdı.



■ BES'te katılımcıların fon tutarı ile devlet katkısı fon tutarının toplam büyüklüğü olan 119 milyar 146 milyon lira ile otomatik katılım sistemine dahil olanların biriktirdiği 8 milyar 194,4 milyon lira dikkate alındığında, sistemin toplam büyüklüğü 127 milyar lirayı aştı.

■ Facebook'un öncülük ettiği kripto para projesi Libra'dan çıkan son şirket telekomünikasyon devi Vodafone Group Plc oldu. Libra Birliği, 2019'da ilk açıklandığı zaman toplam 28 üyesinin olması bekleniyordu. Projeden erken ayrılan Visa Inc., Mastercard Inc. ve sonrasında resmi imza atılmadan ayrılanların ardından üye sayısı 20'ye düştü.

■ Resmî Gazete'de yayımlanan tebliğ ile Ocak 2020 itibarıyla e-Arşiv Fatura uygulamasına geçme zorunluluğu getirildi. Buna göre 1/1/2020 tarihinden itibaren düzenlenecek faturaların, vergiler dahil toplam tutarının 30 Bin TL'yi (vergi mükelleflerine düzenlenenler açısından vergiler dahil 5 Bin TL'yi) aşması halinde, söz konusu faturaların, "e-Arşiv Fatura" olarak GİB tarafından sunulan e-Belge düzenleme portalı üzerinden düzenlenmesi zorunlu hale getirildi.



WORLD BANK

Dünya Bankası küresel büyüme tahminini revize etti. Banka 2019 yılı için büyüme tahminini yüzde 2,6'dan **yüzde 2,4'e**, 2020 yılı için yüzde 2,7'den yüzde 2,5'e, **2021 için ise yüzde 2,8'den yüzde 2,6'ya çekti**. Türkiye için 2019 yılında yüzde 1 daralma tahmin ediliyordu. Dünya Bankası tahminini revize ederek, daralma olmayacağını öngördü. Bankanın Türkiye için 2020 yılı büyüme tahmini ise yüzde 3.

Dünya üzerindeki geniş networkümüz ve büyüyen güçlü ekiplerimiz ile denizyolu, havayolu, karayolu, depolama ve intermodal taşımacılık faaliyetlerinde, Türkiye'den tüm dünyaya yükünüzü hafifletiyoruz.



Yurt dışında yerleşik kişiler, 13 Aralık haftasında net **79,3 milyon dolarlık** hisse senedi ve **4,2 milyon dolarlık** Şirket Borçlanma Senetleri (ŞBS) sattı, **170,1 milyon dolarlık** Devlet İç Borçlanma Senedi aldı.

■ Avrupa Merkez Bankası'nın (ECB) yeni Başkanı Christine Lagarde, liderlik ettiği ilk politika toplantısının ardından yaptığı açıklamada ekonomik istikrara yönelik bazı sinyaller geldiğini söyledi. Zayıf uluslararası ticaret ve belirsizlik imalat sektörü üzerinde baskı yaratıyor. Gelen veriler ve anketler bir miktar istikrar kazanıldığına işaret ediyor. Hizmet ve inşaat sektörleri dirençli. Enflasyon görünümü bastırılmış durumda.

■ Japonya Merkez Bankası, politika faizini düşük ya da daha düşük tutmaya devam edeceğini belirtti.

■ Trump'ın tarifeleri ters tepti. Market Watch'da yer alan habere göre, 2018 tarifeleri iş kaybına ve ABD imalat sektöründe fiyatların yükselmesine sebep oldu.

■ Kredi derecelendirme kuruluşu Moody's 2020'de küresel ekonomide resesyon beklemediğini ancak ekonomilerin kırılgan kalmaya devam edeceğini belirtti. Moody's yayımladığı raporda 2020'de ekonomilerde aşağı yönlü risklerin artması, siyasi ve politik risklerdeki öngörülmezlik, ticaret savaşı belirsizlikleriyle kredi koşullarının zayıflayacağını bildirdi.

Almanya federal hükümetinin bütçe fazlası geçen yıl **13,5 milyar Euro** oldu. Böylece **Doğu ve Batı Almanya'nın birleştiği 1990 yılından sonra en yüksek rakama ulaşılmış oldu.**



%58,82

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Tüketici Güven Endeksi ocakta, geçen aya göre yüzde 0,1 artarak 58,82 oldu.

■ Hazine ve Maliye Bakanlığı, 14 Ocak 2020'de düzenlediği iki tahvil ihalesiyle 9 milyar 291,9 milyon lira borçlanmaya gitti.



■ Türk Eximbank, KOBİ'lere ve yüksek teknoloji ürün üreten ihracatçılara kullandığı TL kredilerindeki faiz oranını yüzde 7,95 seviyesine indirdi.

■ Almanya'nın en büyük bankası Deutsche Bank tasarruf tedbirleri kapsamında 6 bin kişinin işine son verirken, aynı zamanda 300 şubesini de kapatacağını açıkladı.



Konut satışları 2019 yılında bir önceki yıla göre yüzde 1,9 azalarak, **1 milyon 348 bin 729** oldu. Türkiye genelinde konut satışları 332 bin 508 ipotekli, **1 milyon 16 bin 221** diğer satış türünde gerçekleşti.

İSTİKRAR İNANÇ ÖZLEM BAŞARI DEĞER YENİLİK
SORUMLULUK TECRÜBE GELİŞİM ANZİM
SANAT TEKNOLOJİ

GÜVEN DOLU

35 yıl

alisangroup.com

Alışan
logistics

ANIVERSARY 35TH YIL

TİM ilk yurt dışı temsilcilik ofisini KKTC'de açtı

TİM ihracat ekosistemini yaygınlaştırmak hedefiyle bir ilke daha imza attı. İlk Yurt Dışı Temsilcilik Ofisi, Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) iş birliğiyle Lefkoşa'da açıldı.



Kıbrıs Türk Sanayi Odası çatısı altında Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin ve İhracatçı Birlikleri'nin 83 yıllık ihracat tecrübesi adaya taşınacak.

TÜRKİYE'DE İHRACATIN tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), ihracatın geliştirilmesine yönelik adımlarına devam ediyor. TİM'in, KKTC ihracatının geliştirilmesine yönelik Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) ile imzaladığı iş birliği anlaşması çerçevesinde KTSO bünyesinde TİM KKTC Ofisi, Lefkoşa'da faaliyete başladı. TİM KKTC Ofisi'nin açılışı ve TİM ile Kıbrıs Türk Sanayi Odası İş Birliği Protokolü imza törenine Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Ekonomi ve Enerji Bakanı Hasan Taçoy, Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanı Candan Avunduk, TİM Başkanı

İsmail Gülle, İhracatçı Birlik Başkanları ve Kuzey Kıbrıs Türk iş dünyasından çok sayıda sanayici ile ihracatçı katıldı.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR YARINLARA BİRLİKTE YÜRÜYECEĞİZ”

Açılış töreninde konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, iki kardeş ülke arasında bölgesel ticaretin geliştirilmesi adına hayati bir çalışmaya imza attıklarını söyledi. Kıbrıs Türk Sanayi Odası çatısı altında Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin ve İhracatçı Birlikleri'nin 83 yıllık ihracat tecrübesini adaya taşıyacaklarını aktaran İsmail Gülle, “Dış Ticaret Mevzuat altyapısından pazara giriş stratejisine, finansmana erişim modellerinden, inovasyon, Ar-Ge, dijital dönüşüm, e-ihracat ve girişimcilik alanındaki çalışmalara kadar biriktirmiş olduğumuz know-how'ı, Kıbrıslı soydaşlarımız ve iş dünyamızla daha da ileriye taşımak için buradayız. İki kardeş ülkenin ticaretini

Anlaşma kapsamında KKTC'de katma değer, teknoloji ve rekabet edebilirlik seviyesi yüksek, ihracatı yapılabilecek yatırım alanları tespit edilecek.

daha da ileriye götürecek, Kıbrıs Türk Sanayi ve Ticaret Dünyası ile ilişkilerimizi daha da derinleştirecek, konjonktür doğrultusunda değişen şartların ötesine geçecek, üretimde, sanayide ve sınır ötesi ticarete sürdürülebilir yarınlara beraber yürüyeceğiz” dedi.

DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN TÜRKİYE HEDEFİNE ULAŞMAK İÇİN

TİM KKTC Ofisi'nin faaliyetleri hakkında bilgi veren Gülle, Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye hedefine ulaşmanın tek yolunun inovasyon, Ar-Ge, teknoloji transferi, markalaşma ve girişimcilik ekosistemini geliştirmek yani yüksek katma değer üretmekten geçtiğini hatırlatarak şunları söyledi: “Bu anlamda dört yıldır başarıyla sürdürdüğümüz İnoSuit - İnovasyon Odaklı Mentorluk programımızı KTSO ortaklığında, TİM KKTC Ofisi'nde faaliyete geçiriyoruz. Bu çalışmalardaki en önemli destekçimiz TEB ile iş birliği içerisinde beş yıldır girişimcilik ekosistemini Türkiye geneline yaymaya çalışıyoruz. Bugüne kadar 10 ilimizdeki TİM-TEB Girişim Evleri'nde 900'den fazla girişimimizi yetiştirdik. Bu ekosistemin Kıbrıs'ta da oluşturulması adına tecrübelerimizi buraya aktarmaya hazırız.”

“EXIMBANK'I KIBRIS'A GETİRMENE ÇALIŞACAĞIZ”

Düzenledikleri yeni nesil ticaret heyetlerini, firmaların yeni pazarlara girişlerini kolaylaştıracak şekilde gerçekleştirdiklerini ifade eden İsmail

KKTC'DE YATIRIM ORTAMI İYİLEŞTİRİLECEK

TİM'in KKTC Ofisi'nde KKTC ihracatında yeni açılımlar sağlayacak olan mevzuatların geliştirilmesine yönelik know-how aktarımı yapılması sağlanacak. KKTC'de ihracatın finansmanına yönelik imkanların artırılması için ortak çalışmalar yapılacak. Çalıştay, konferans, seminer, ortak komite, teknik heyet ziyaretleri, bilgi paylaşımları aracılığıyla mutabakata varılmış alanlarda ortak proje ve faaliyetler düzenlenecek. KKTC ve Türkiye'den ihracatçılar arasında iş birlikleri oluşturulması amacıyla diyalog kanalı oluşturulacak. Taraflarca mutabık kalınan devlet kurum ve kuruluşları nezdinde girişimleri gerektiren ekonomiye yeni ihracatçı kazandırılması, genç girişimciler yetiştirilmesi, inovasyona yönelik farkındalık oluşturulmasına yönelik eğitim ve mentorluk bazlı çalışmalarda, TİM tarafından bilgilendirme desteği sağlanacak. TİM ayrıca, ticaretin dijitalleşmesi ve e-ticaret konusunda KTSO'ya teknik ve eğitim desteği verecek.

Gülle, “Bugünden itibaren KKTC ofisimiz de bu heyetler için çalışmalarını genişletecek, Kıbrıslı firmalarımızın ticaret heyetlerimize dahil edilmesini sağlayacak. Bunlarla birlikte; Türkiye'de yürürlükte olan dahilde işleme rejimi, ihracatta KDV alacakları, ihraç kayıtlı satış, sözleşmeli tarım destekleri ve tarım ihracatının desteklenmesi gibi, tüm mevzuatsal altyapı konusunda TİM'in tecrübeleri, TİM KKTC Ofisi tarafından Kıbrıslı ihracatçılarımız ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Hükümeti'yle paylaşılacak.



Türk ihracatçılarının örgütlenmesi, ihracatın artırılması ve Türk ürünlerinin tanıtımı ve bilinirliğini sağlamak için KTSO tarafından duyuru/tanıtım/reklam çalışmaları yapılacak.



Ayrıca, Eximbank'ın faaliyetlerini buraya da taşımak adına çalışmalarımızı genişleteceğiz. E-ihracat, ürün-sektör raporları, kağıtsız ihracat gibi dijital dönüşüm uygulamaları adım adım, Kuzey Kıbrıslı dostlarımızın bilgilerine sunulacak” dedi. TİM'in ulusal ve uluslararası ölçekte büyük organizasyonlara imza attığına ve bu organizasyonlarda Kıbrıslı ihracatçıları da paydaş olarak görmek istediklerini vurgulayan Gülle, “Bu vesileyle bir müjdeyi de burada vermek istiyorum. 8. yılına giren İnovasyon Haftası ve Tasarım Haftası'nda Kıbrıslı firmalarımız, dostlarımız, bu yıl onur konuğumuz olacak” diye konuştu.



TİM ihracatı inovasyonla taçlandırıyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ülkemizde inovasyonu ve geleceği konuşmak için Türkiye'nin önde gelen 28 üniversitesinin rektörü ve 25 teknoparkın genel müdürüyle bir araya geldi.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ, ülkemizde inovasyon ekosisteminin en büyük buluşması olan "Türkiye İnovasyon Haftası" etkinliğine yeni bir bakış açısı kazandırmak için çalışmalarına devam ediyor. TİM nisan ayında gerçekleşecek etkinlik öncesinde aralarında Boğaziçi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mehmed Özkan, Koç Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Umran S. İnan, Marmara Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erol Özvar, İstanbul Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahmut Ak ve Yıldız Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bahri Şahin'in aralarında olduğu 28 üniversitenin rektörü, rektör yardımcısı ve 21 teknoparkın genel müdürüyle bir araya geldi ve "Türkiye İnovasyon Haftası 2020" hakkında akademisyenlerin görüşlerini aldı. Toplantının açılış konuşmasını yapan TİM Başkanı İsmail Gülle, İnovasyon Haftası'nı bu yıl kapsamını daha da genişleterek, nisan ayında İstanbul'da gerçekleştirmeyi hedeflediklerini söyledi. İnovasyon Haftasını oluştururken akademik

camianın da fikirlerine başvurduklarını dile getiren İsmail Gülle, "İnovasyon Haftası'nı planlarken akademisyenlerin fikirlerini almaya, işin mutfağında olan teknopark ve teknokentlerin tecrübelerinden yararlanmaya özellikle önem veriyoruz. Etkinliğimizin başarıya ulaşması için sunacakları katkılar bizim için büyük önem taşıyor" dedi.

40 BİN KİŞİYİ AĞIRLADI

Hedeflerinin ihracat hacmini katma değer ve teknolojik yoğunluk bakımından artırarak daha nitelikli hale getirmek olduğunu belirten İsmail Gülle, "İhracatımızın hacim artışı kadar, katma değer ve kalite olarak da artması, kilogram değerini yükseltirken, fiyat rekabetinin de ötesine geçmemize olanak sunuyor. Artık geleneksel hale getirdiğimiz ve ülkemizin en kapsamlı uluslararası etkinliği haline gelen 'İnovasyon Haftası', bu yüzden bizler için büyük önem taşıyor" dedi.

"ULUSLARARASI BİR EKOSİSTEM OLUŞTURDUK"

2012 yılından bu yana inovasyon haftalarında firmalardan öğrencilere, üniversitelerden girişimcilere, her kesimi aynı çatı altında toplayan bir organizasyonu hayata geçirdiklerini aktaran İsmail Gülle şunları söyledi: "Dünya ve Türkiye'de fark yaratan uluslararası profesyonelleri, sanayicileri, akademisyenleri ve üniversite öğrencilerini İstanbul'da bir araya getirerek, uluslararası bir ekosistem oluşturmayı başardık. Küresel ölçekte, alanında uzman çok sayıda konuşmacı ve Türkiye'de inovasyon adına faaliyet gösteren tüm firmalar artık 'Türkiye İnovasyon Haftası' çatısı altında bir araya gelmeye başladı. Yedi yılda 140'ı yabancı, 570'i ise yerli olmak üzere toplam 710 konuşmacıyı misafir ettik. Farklı yıllarda İrlanda, Hollanda, İsviçre, Finlandiya ve Fransa ile stratejik ortaklık yaparak, ekosistemleri tek bir platformda buluşturduk, olası iş fırsatlarına zemin hazırladık. Her sene 140 üniversitemizden sayıları 3 bine ulaşan İnovaTİM öğrencisi gönüllü olarak aktif görev aldı. Sadece geçen yılki etkinliğimizde, 45'ten fazla panel ve konferansta 101 yerli ve yabancı konuşmacı yer aldı, 40 bin ziyaretçi ağırladık. Yine geçen yılki organizasyonumuza 30'tan fazla teknopark, teknokent ve üniversite katıldı. Altı sergi ve enstalasyon izleme imkanına kavuştuk. Bu yıl 'İnovasyon Haftası'nı daha geniş bir katılımla gerçekleştirmeyi hedefliyoruz."

"Türkiye İnovasyon Haftası'nda yedi yılda 140'ı yabancı, 570'i ise yerli olmak üzere toplam 710 konuşmacıyı misafir ettik. Sadece geçen yılki etkinliğimizde 45'ten fazla panel ve konferansta 101 yerli ve yabancı konuşmacı yer aldı."

Lojistik Zincirinde Altın Bir Halka...



www.rodaport.com

İhracatçılara yeni yıl müjdesi “tebliğ” ile geldi

Tebliğ ile ihracat bedellerinin en az yüzde 80'inin bankaya satılması zorunluluğunun kaldırılması, ihracatçıların yüzünü güldürdü.



TÜRK PARASI KIYMETİNİ KORUMA Hakkında 32 sayılı karara ilişkin ihracat bedelleri hakkında değişiklik sağlayan ve 31 Aralık 2019 günü Resmî Gazete'nin mükerrer sayısında yayınlanan tebliğ ihracatçıları sevindirdi. Tebliğ ile tüm ihracat işlemlerine ait sözleşmelerde tahsilat vadesinin 180 günden fazla olması halinde, ihracat bedelinin vade süresinin bitiminden itibaren 90 gün içerisinde getirilmesine imkân tanınırken, döviz cinsinden farklı bir dövizin de bankaya yatırılmasına olanak sağlanacak.

OLUMLU KARŞILANDI

Tebliğ değerlendiren Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail

Gülle, yayınlanan tebliğ ile bilhassa, ihracatçılardan gelen yoğun talepler dikkate alınarak, ihracat bedellerinin en az yüzde 80'inin bankaya satılması şartının ortadan kaldırılmasının ihracatçılarca olumlu karşılandığını ifade etti. Aynı şekilde, ihracatçılardan gelen talepler doğrultusunda, ihracat yapılan ülkenin durumuna bağlı olarak, tüm ihracat işlemlerine ait sözleşmelerde tahsilat vadesinin 180 günden fazla olması halinde, ihracat bedelinin vade süresinin bitiminden itibaren 90 gün içerisinde getirilmesine imkân sağlanmasının da ihracatçılara önemli bir esneklik sağladığını vurgulayan İsmail Gülle, şu açıklamalarda bulundu: “Bir başka önemli nokta olarak, ihracat beyannamesinde belirtilen döviz cinsinden farklı bir dövizin de bankaya yatırılmasına olanak sağlanması önemli bir adım olmuştur. Bu adım, şüphesiz ihracatçılarımıza ihracat bedellerinin tahsili konusunda da kolaylık getirmektedir. Diğer bir önemli adım ise mücbir sebep halleri dışında kalıp, herhangi bir nedenle ihracat bedelini kısmı ya da tamamen yurda getiremeyen ihracatçılarımıza, haklı nedenlerini resmi kayıtlarla belgelendirmeleri halinde, bu tutarların vergi dairelerince terkin edilebilmesi imkânının getirilmesidir. Küresel ve bölgesel ekonomik ve politik gelişmeler nedeniyle, ihracatçı firmaların ödemelerini yapmakta zorlandığı ülkelerden ihracat alacağı olan firmalarımız böylece, haklı durumlarına istinaden esnekliğe kavuşmuş oldular. İhracatçılarımız bilhassa, bankacılık sistemi yeterince gelişmemiş ülkelerden gelen ihracat bedellerinin bankaya yatırılmasına yönelik işlemlerinin kolaylaştırılması konusunda atılacak adımların da şüphesiz Türkiye'nin ihracat kabiliyetine olumlu yönde yansıtacağına inanmaktadır.”

İsmail Gülle: “Türkiye'nin ticaret diplomasisinin saha neferleri olarak, ülkemize kazandırdığımız her 1 doların ne kadar önemli olduğunun bilincinde çalışmalarımıza aynı dirayet ve enerjıyla devam ediyoruz. Bu vesileyle devletimizin ihracata sağladığı teşviklerin, küresel ekonomik şartlar ne olursa olsun artarak devam ettirilmesine müteşekkirimiz.”

İhracatçılara “Made in Türkiye” çağrısı

TİM, Türkiye'nin tanıtımında kullanılan “Turkey Discover the Potential” logosu yerine Türkiye logosu için çalışmalara başladı. TİM Başkanı İsmail Gülle, ihraç ürünlerinde “Made in Türkiye” etiketi kullanılmasını için ihracatçılara çağrıda bulundu.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM), Türkiye markasının iletişimde hedef pazarlarda bilinirliği artırmak ve günümüzde değişen iletişim taleplerini karşılamak amacıyla yeni logo ve etiket kullanımı için harekete geçti. TİM nezdinde faaliyetlerini sürdüren Türkiye Tanıtım Grubu TTG bünyesinde, Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle, Türkiye logosu için çalışma başlatıldı. Bu kapsamda yasa taslağı hazırlanırken, yurt dışı tanıtımlar ve iletişim çalışmalarında kullanılan “Discover the Potential” ve yurt içinde kullanılan “Gücünü ve Potansiyelini Keşfet” sloganlarının değiştirilmesi için de yeni slogan çalışmaları devreye sokuldu. Yeni slogan çalışmaları tamamlanuncaya kadar mevcut olanlarının kullanılmaması kararı alındı.

“İHRAÇ ÜRÜNLERİN COĞRAFİK İŞARETİ TÜRKİYE'DİR”

Gülle, konuyla ilgili şunları söyledi: “Dünyanın önde gelen tüccarları, Türklerin ana vatani olan ülkeye Türkiye ismini yüzyıllardır kullanmaktadırlar. Küresel ticaretin aktörleri Türklerin topraklarını bu isimle anarken, uluslararası alanda,



Türk Malı adına ‘Made in Türkiye’yi tüm dünyaya mal etmek anlamlı ve gerekli bir adımdır. Küresel ölçekte üretim ve ihracat yapan Türklerin coğrafyası Türkiye’dir. Ülkemizin küresel ticarete konu ihraç ürünlerin coğrafik işareti Türkiye’dir. Bu nedenle Türkiye’de üretilmiş ise ‘Made in Türkiye’ denmesi gerekir. Sayın Cumhurbaşkanımız bu temel, yalın gerçeğe işaret etmiştir. Türkiye’nin ticaret diplomasisinin saha neferleri olan bizler de TİM olarak, Cumhurbaşkanımızın sözlerini talimat kabul ettik ve yeni bir logo için

hızla çalışmalara başladık.”

TİM Başkanı İsmail Gülle, ihraç ürünlerinde ‘Made in Türkiye’ etiketi kullanılmasını için ihracatçılara çağrıda bulundu. Gülle, “Türkiye’nin vatansever ihracatçıları ihracatın çatı kuruluşunun bu yeni vizyona verdiği desteğe olumlu bir karşılık verilerse ziyadesiyle mutlu oluruz. Yani dünyanın dört bir yanına ihraç edilen Türk malının etiketlerinin de yeni vizyon doğrultusunda ‘Made in Türkiye’ olarak değiştirmeleri bizi çok ama çok memnun edecektir” dedi.

TİM yıllık üyelik aidatını kaldırıyor

Türkiye İhracatçılar Meclisi, ihracatçıların yıllık üyelik aidatını kaldırarak önemli bir karara daha imza attı.

61 İHRACATÇI BİRLİĞİ, 27 sektörü ile 85 bin mal ve 5 bin hizmet olmak üzere 90 bin ihracatçısıyla Türkiye’de ihracatın tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatın finansmanına yönelik çalışmalarına bir yenisi daha ekledi. TİM, ihracatçıların yıllık üyelik aidatını kaldırma kararı aldı. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan TİM

Başkanı İsmail Gülle; “Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan’ın destekleriyle TİM olarak İhracatçı Birliklerimizle inisiyatif olarak; ihracatçılarımızdan artık yıllık aidat alınmaması kararını aldık. Yönetim Kurulu ve İhracatçı Birlikleri ile yaptığımız değerlendirmeler sonucunda TİM için önemli bir gelir kalemi olan yıllık aidatları ihracatçılarımız için hem maliyet unsuru hem de bürokratik bir

yük olması nedeniyle kaldırdık. Böylelikle toplamda 20 milyon TL’lik kaynağı ihracatçılarımıza bırakmış olacağız. TİM olarak ihracatçılarımızın hayatını kolaylaştırmak için varız. Onların maliyetlerini azaltarak firmalarımızın ihracata başlamalarını ve halen devam edenlerin de dış satımlarını artırmalarını özendirecek adımlar atmaya devam edeceğiz” dedi.

Avrupa Birliği Karbon Vergisi ticareti kökten değiştirecek

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

BİR YANDAN iklim değişiminin etkileri diğer yandan küresel ticaret sistemindeki yeni eğilimler dünya ekonomisindeki gelişmelere yön veren ana unsurlar olmaya başlamıştır. Avrupa Birliği'nin her iki unsuru da içeren karbon vergisi uygulaması hedefi ise dünya ticaretini ve Türkiye'nin AB ile ticaretini kökten değiştirecektir.

ÇOK TARAFLI DÜNYA TİCARET SİSTEMİ ZAYIFLIYOR

1980'li yıllardan itibaren artan dünya ticaretindeki serbestleşme eğilimi özellikle gelişmiş ülkeler tarafından desteklenmiş, 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren geçerli olacak çok taraflı ticaret anlaşması ve sistemi hayata geirilmışti. Böylece dünya ticaretinde çok taraflı, yani çok sayıda gelişmiş ve gelişen ülkenin üzerinde mutabık kaldığı kotasız ve vergilerin kademeli olarak düşürüldüğü bir ticaret sistemine geçilmişti. Bu anlaşmadan sonra dünya ticaretinde çatı örgütü olan Dünya Ticaret Örgütü uhdesinde çok taraflı başka bir ticaret anlaşması imzalanamadı. Tam tersine dünya ticaretinde özellikle 2017 yılında ABD'de göreve gelen yeni yönetimin başlattığı bir korumacılık eğilimi ortaya çıkmıştır.

İKLİM DEĐİŐİMİNİN ETKİLERİ ÜRETİMİ VE TİCARETİ YENİDEN ŐEKİLLENDİRİYOR

Küresel ısınma ve onun yarattığı iklim değişimi dünya genelinde üretimi ve ticareti yeniden şekillendirmektedir. Küresel ısınmaya yol açan en önemli alan iktisadi faaliyetlerdir. Bu nedenle mevcut iktisadi faaliyetlerde başta karbon salınımı olmak üzere küresel ısınmaya yol açan tüm süreçlerde kısıtlar getirilmekte ve iyileşmeler hedeflenmektedir. Üreticilerden sürdürülebilirlik olarak adlandırılan



koşulların sağlanması istenmektedir. Ticarete de giderek bu koşulları karşılayan ürünler tercih edilmektedir.

AVRUPA BİRLİĞİ HEM TİCARET ENGELLERİNİ KALDIRIYOR HEM DE TİCARETİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KOŐULUNA BAĞLAMAYA HAZIRLANIYOR

Avrupa Birliği küresel ekonomiyi etkileyen bu iki ana unsuru birlikte kullanarak yepyeni bir strateji uygulamaya hazırlanmaktadır. İlk olarak Avrupa Birliği çok taraflı ticaret sisteminin gerilemesi nedeniyle bu sistemi savunmayı bırakarak ikili ticaret anlaşmalarına yönelmiş bulunmaktadır. Avrupa Birliği dünyanın geri kalanı ile ikili ticaret anlaşmaları yaparak tüm dünya ile karşılıklı kotasız ve vergisiz ticareti hedeflemektedir. Diğer yandan yine Avrupa Birliği ithalatta karbon vergisi uygulamayı hedeflemektedir. Böylece Avrupa Birliği'ne sürdürülebilirlik koşullarını sağlayan ürünler vergisiz, diğer ürünler ise karbon vergisi ödeyerek girecektir. AB pazarını sonuna kadar açarken, girişte sürdürülebilirlik uyumu koşulunu öne çıkarmaktadır.

AVRUPA BİRLİĞİ 2021 BAŐINDAN İTİBAREN İTHALATTA KARBON VERGİSİ UYGULAMAYI HEDEFLİYOR

Avrupa Birliği 2021 yılı başından itibaren ithalatta karbon vergisi uygulamayı hedeflemektedir. Karbon vergisi ihracatçılardan alınacaktır. Eğer ihracatçı AB'nin istediği sürdürülebilirlik koşullarını sağlamış ise karbon vergisi ödemeyecektir. Veya koşulları sağlama miktarına göre farklı oranlarda karbon vergisi ödeyecektir. Avrupalı ithalatçılar da doğal olarak karbon vergisi ödemeyecek ve sürdürülebilirlik koşullarını sağlamış olan üreticilerden ithalat yapacaktır. İhracatçı firmalar Avrupa Standartlarına uyumu gösteren CE ürün belgeleri gibi sürdürülebilirlik koşullarına uyumu gösteren belgeler alacaktır. AB karbon vergisi hazırlıklarına başlamış olup 2020 yılı ekim ayında düzenlemeyi yasalılaştırmayı hedeflemektedir. 1 Ocak 2021 tarihinden itibaren ise petro-kimya, demir -elik, ana metal sanayi ile imento-cam-seramik ürünlerinin ithalatında karbon vergisi uygulamayı hedeflemektedir.

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN YENİ TİCARET YAKLAŞIMI TÜRKİYE İÇİN AVANTAJ DA OLABİLİR, DEZAVANTAJ DA

Avrupa Birliği'nin ikili ticaret anlaşmaları yaparak dünyanın geri kalanı ile serbest ticaret anlaşmaları yapması Türkiye'nin gümrük birliği ile AB'ye sıfır gümrükler ile ihracat yapma avantajını giderek ortadan kaldırmaktadır. Bu çerçeve de Türkiye için AB'nin yeni karbon vergisi hedefi Türkiye için uyum sağlanması halinde yeni fırsatlar sunmaktadır. AB'nin talep edeceği sürdürülebilirlik koşullarının karşılanamaması halinde ise karbon vergisi Türkiye için dezavantaj olacaktır.



Söz Veririz !!!

Çözüm Ortağınız Olarak Güvenilirlik ve Saygınlık
Temel İlkeleri Doğrultusunda Her Zaman,

- Sürdürülebilir, Hesap Verebilir, Şeffaf, Etik ve Komiteler Tarafından Yönetilen Şirket Kültürümüzle Dürüst Bir Sorumluluk Anlayışına Sahip Olacağımıza,
 - Mesleki Yeterlilikleri En Üst Düzeydeki Ekibimizle Teknolojinin Tüm İmkanlarını Kullanarak Hizmet Vereceğimize,
 - Müşterilerimizin Haklarını Koruyucu Tedbirler Oluşturacağımıza,
 - Yasalara Uyarak Adil Rekabet Edeceğimize
- Söz Veriyoruz.**

İtibar Sağlamak, Güvenilir Olmak ve Tercih Edilmenin
En Önemli Unsurlarından Birinin
“**Mutlak Müşteri Memnuniyeti**”
Olduğunu Biliyoruz.

ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ

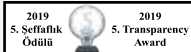


Çalışanları

www.ugm.com.tr



Size Söz Veririz...



Authorised
Economic
Operator



“Faiz inmese daha iyi değil mi?” diyenlere...

PROF. DR. EMRE ALKİN

YILBAŞINDAN BERİ sosyal medya ve televizyondan yaptığım yorumlarda, “en fazla 100 puan lütfen” dedim sürekli. Ancak faiz indirimi yapılmasının daha doğru bir davranış olacağını iddia edenler de vardı. Kâğıt üzerinde güzel gözükür ama pratikte faydası olmayan öneriler her zaman tebessüm ettirir beni. Yine de anlatmaya çalışacağım:

- Merkez Bankaları günümüzde, sadece para politikasını değil, aynı zamanda siyasetten gelen istekleri de idare etmek zorunda. Her tarafı memnun etmek imkânsız. Ancak, her tarafı mutsuz etmek oldukça kolay. Bunu yapmak yerine eldeki şartlarla tatminkâr bir faiz indirimi yaparak, hem gerilimi azalttı hem de faiz kararından saatler önce “faiz incek” diyen Cumhurbaşkanı Erdoğan’ı zor durumda bırakmadı.

- Merkez Bankası hiç faiz indirmeseydi, fonlama maliyetinde bir düşüş sağlanamayacaktı. Dolayısıyla piyasa faizleri



bu seviyede kalacak ve büyümeye daha fazla destek vermesi mümkün olmayacaktı. Hem bankalar hem de banka harici finans kurumlarının fonlama maliyetlerinin düşmesi, kredi hacminin artmasını, harcama ve yatırımların hareketlenmesini sağlar. Dolayısıyla Merkez Bankası’nın bu ay pas geçmemesi doğru bir karar oldu.

“Politika faizleri yüzde 11.25, yıl sonu enflasyon beklentisi ise yüzde 8,6 seviyesinde. Dolayısıyla MB hedefleri için hala 2,65 puan reel faiz marjı bıraktı diyebiliriz.”

- Faizleri indirmesi enflasyon beklentilerinin bozulmasına da yol açtı diyebilirim. Geçen yıl Merkez Bankası enflasyonun düşeceğini öngörerek faizleri sert şekilde düşürdü. Ocak toplantısında da faizleri düşürmesi “ben enflasyonun yıl sonunda tek haneye düşeceğine inanıyorum” mesajı verdi. Şu anki politika faizleri yüzde 11.25, yıl sonu enflasyon beklentisi ise yüzde 8,6 seviyesinde. Dolayısıyla Merkez Bankası hedefler doğrultusunda hala 2,65 puan reel faiz marjı bıraktı diyebiliriz. Ancak bundan sonra ay ve ay enflasyonu takip etmemiz gerekiyor. Çünkü tek hane beklentisi henüz oluşmadan Merkez Bankası’nın faizleri tek haneye indirmesi algıyı bozabilir.

- Sürekli bahsettiğim gibi Maliye Politikası şu an için köşeye sıkışmış durumda. Dolayısıyla Merkez Bankası ve kamu bankalarından başka büyümeye destek verecek kurum yok. Özel bankalar ve banka harici finans kurumları fonlama kompozisyonuna ve maliyetine göre karar verecekler. Bu sebeple 2020 yılının büyümesi için beklentimiz en az yüzde 4 ise daha şimdiden Merkez Bankası’nın destek vermesi gerekiyordu. Beklenti anketlerinde özellikle tüketici tarafında bazı kırılmalıklar başladı. Bunun devam etmemesi için acil bir müdahale yapılması gerekiyordu.

Özetle, “hiç faiz inmese daha iyi olurdu” diyenlere yukarıdaki sebeplerden dolayı pek katılmadığımı ifade etmek istiyorum. Ancak daha önümüzde 11 tane toplantı var ve bunun öncesinde 11 enflasyon açıklaması ile bu ayı da sayarsak, sekiz Fed kararı bulunuyor. Buna bakarak bazı aylar faizlerin sabit tutulacağını tahmin ediyorum. Temkinli davranmakta fayda var.



STRATEJİK BULUŞMA NOKTASI



STRATEGIC MEETING POINT

www.hursanlojistik.com.tr



Tüm zamanların ihracat rekoru kırıldı

Küresel ticaretteki zorluklara rağmen ihracatta 180 milyar 468 milyon dolar ile yeni bir Cumhuriyet tarihi rekoruna imza atıldı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, “2019 yılı ihracatımız bir önceki yıla göre yüzde 2,04 artışla 180 milyar 468 milyon dolar olarak gerçekleşti” dedi.



Yeni Cumhuriyet tarihi rekoru

180 MİLYAR
468 MİLYON



KÜRESEL TİCARETTEKİ tüm sorunlara rağmen 2019 yılı ihracatında 180 milyar 468 milyon dolar ile yeni bir Cumhuriyet tarihi rekoru geldi. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katıldığı basın toplantısında dış ticaret verilerini kamuoyu ile paylaştı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, “2019 yılı ihracatımız bir önceki yıla göre yüzde 2,04 artışla 180 milyar 468 milyon dolar olarak gerçekleşti. İthalatımız yüzde 8,99 azalışla 210 milyar 394 milyon dolar olmuştur. Dış ticaret açığımızda yüzde 44,9 oranında düşüş gerçekleşmiştir. 2018’de 54 milyar 323 milyar dolar olan dış

ticaret açığımız, 2019 yılı sonunda 29 milyar 926 milyon dolara gerilemiştir” açıklamasını yaptı.

Pekcan, “Dış ticaret büyümeye 4,7 puanlık rekor katkı sağladı. Bu Türkiye’de 18 yılda görülen dış ticaretin ülke büyümesine en büyük katkısıdır. 2019’da 3,2 milyar lira destek verdik. Bu Cumhuriyet tarihinin büyük ihracat destek rakamı. 2020’de bunu 3,8 milyar liraya çıkaracağız” diye konuştu. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güllü ise ihracatta 2019 yılının kapanışını yeni bir Cumhuriyet tarihi rekoruyla taçlandırmanın haklı gururunu yaşadıklarını söyledi.

İHRACATTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YENİLİK YILI: 2019

Geride bıraktığımız yılın ihracatta sürdürülebilirlik ve yenilik yılı olduğunu aktaran İsmail Gülle, sözlerine şöyle devam etti: “2019 yılında ihracatın tabana yayılması, ekonomik modellere dayalı raporlarla ihracatçılarımızın yeni pazarlara yönlendirilmesi, inovasyon, Ar-Ge ve ihracatta yerli ve milli teknolojinin yaygınlaşması gibi konular ana gündemimizi oluşturdu. ‘İhracat 2019’ ile başlattığımız, kapsamlı ve hedef pazarlara yönelik ülke raporlarını da, ticaret heyetleri programına göre organize edip, 2020 yılının her ayında en az iki rapor çıkaracak şekilde bir takvim oluşturduk. 61 birlik başkanımızı stratejik pazarlarda fahri ihracat elçisi olarak görevlendirdik. İlgili ülkelerdeki fırsatları, edindikleri tecrübeleri ve bilgiyi ihracatçılarımıza daha hızlı ve daha net bir şekilde sunacaklar.”

HER ŞEY DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN BİR TÜRKİYE İÇİN

Gülle, her zaman olduğu gibi TİM olarak en önemli odak noktalarının nitelikli ihracat ve katma değer olacağına işaret ederek, 2020 yılı hedeflerine şöyle açıklık getirdi: “Türkiye’nin ihracatı adına yeni pazarlara, dijitalleşmeye, yüksek katma değere yönelik çitayı daha da yukarı taşıyacak bir motivasyon, azim ve inançla 2020 yılına başlıyoruz. 2020 yılı dünyanın her köşesine bayrağımızı taşıyacağımız; her anını, ‘Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye’ için değerlendireceğimiz bir yıl olacak” dedi.

40 ÜLKEYE 1 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNDE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLDİ

2019 yılında çok önemli başarılarla imza atıldığını vurgulayan Gülle, “40 ülkeye 1 milyar dolar üzerinde ihracat gerçekleştirdik. 1 milyar dolar üzeri ihracat yapan il sayımızı ise 18’de koruduk. 2019 yılında Trabzon, 1 milyar dolar barajını aşmayı başaran illerimiz arasına katıldı. 2020 yılında bu illerimize yoğunlaşarak, ihracatçı birlikleriyle ihracat farkındalığını artıracak ve çok amaçlı hizmet verecek yeni nesil ofislerin yanı sıra olmayan illerimizde Eximbank şubelerini hayata geçirmek istiyoruz” dedi.



23 SEKTÖR 1 MİLYAR DOLARI AŞTI

İhracatçı sektörler hakkında bilgiler veren İsmail Gülle, 23 sektörün 1 milyar dolar ihracatı aştığını belirterek konuşmasını şöyle sürdürdü: “2018’den farklı olarak, gemi ve yat sektörü ihracatını yüzde 5,2 artırarak 1 milyar dolar sınırını aştı. Kimya, demir-demirdışı, makine, hububat, mobilya, iklimlendirme, çimento, savunma, halı, su ürünleri, süs bitkileri olmak üzere 11 sektörümüzün 2019 yılında Cumhuriyet tarihi rekoru kırmaları, sektörlerimizin küresel ölçekte verdikleri yoğun mücadelenin en anlamlı sonucu.”

İHRACATÇI FİRMA SAYISI YÜZDE 9,3 ARTTI

Türkiye’nin dört bir yanında gerçekleştirilen ‘KOBİ İhracat Seferberliği’ eğitimleri

ve TİM Anadolu Meclisleri ile ihracatın vazgeçilmezliği noktasında güçlü bir farkındalık oluşturduklarını söyleyen Gülle, bu sayede 2019’da ihracatçı firma sayısında yüzde 9,3’lük bir artış yakaladıklarını dile getirdi. Gülle sözlerine şöyle devam etti: “Kayıtlara göre 17 bin 544 firma bu yıl ilk defa ihracata ‘merhaba’ dedi. Bu firmaların ihracat rakamı ise 4 milyar 345 milyon dolar oldu. Bu rakamlar yürütülen ihracat seferberliği çalışmasının etkili bir şekilde sonuca ulaştığının en motive edici göstergesidir.”

YENİ İŞ BİRLİKLERİ HAYATA GEÇİRİLDİ

2019 yılında pazar çeşitliliğini de artırmaya büyük önem verdiklerini söyleyen Gülle, şunları belirtti: “En büyük pazarımız olan AB’nin payı, Brexit sürecine rağmen yüzde 48,8 olurken, Orta Doğu ülkelerinin ihracatımızdaki payı 4,5 puan artışla yüzde 19,3’e yükseldi. Afrika ülkelerinin payı ise 0,4 puan artışla yüzde 9,2 oldu. Bilhassa Çin pazarı özelinde, gerek Pekin 2019’da gerekse Çin İthalat fuarında büyük ölçekli bir katılım ile Türk ihraç ürünlerini sergiledik; yeni iş birliklerini hayata geçirdik.”

İTHALAT-İHRACAT DEĞİŞİMİ			
	2018	2019	DEĞİŞİM (%)
İHRACAT	176.860	180.468	2
İTHALAT	223.039	210.394	-8,99
DIŞ TİC. AÇIĞI	54.323	29.926	-44,9



“DAHA BÜYÜK PROJELERE İMZA ATACAĞIZ”

Hükümetin uygulamaya koyduğu dengelenme-disiplin tedbirlerinin ihracat başta olmak üzere ekonominin tüm dinamikleri üzerinde olumlu sonuçlar verdiğine dikkat çeken Gülle, şöyle devam etti: “Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, ihracatçıların attığı her adımda arkasında durdu. Verdiği bu güven ve motivasyon sayesinde 2020 yılında daha büyük projelerle ihracatımızı çok daha

iyi yerlere taşıyacağız. Bilhassa ABD ile ikili ticareti 100 milyar dolara taşıma hedefi, atılması gereken önemli adımların da zeminini oluşturdu. 2020 ihracatta mesafe ortalamasının yükseltileceği, ölçek kapasitesini artırmaya yönelik çalışmaların hayata geçirileceği bir yıl olacak.”

“YENİ LOJİSTİK ÜSLERE İHTİYACIMIZ VAR”

Yıllara göre bakıldığında Türkiye'nin ihracatta ortalama 3000 km'lik bir mesafe

üzerinde hareket ettiğini belirten Gülle, konuya ilişkin şu açıklamaları yaptı: “Bu mesafe Çin, İsrail, Hindistan Japonya, ABD ve Vietnam gibi ülkeler için 6500 km civarında. Dünya ortalaması 4654 km. Bu da demek oluyor ki Güneydoğu Asya, Sahra Altı Afrika ya da Amerika Kıtası gibi bölgelerde lojistik üslere, hızlı çıkış yapabilecek, nefes alabilecek merkezlere ihtiyaç var. Bu lojistik üslere, ihracatçının pazara erişmesinin ötesinde, her mesafe ve ölçekte daha iddialı olmasına da olanak sağlayacaktır. İhraç

2019 YILINDA EN FAZLA İHRACAT YAPILAN 5 ÜLKE

1- Almanya	1,2 milyar dolar
2- Birleşik Krallık	847 milyon dolar
3- Irak	733 milyon dolar
4- İtalya	658 milyon dolar
5- ABD	652 milyon dolar

2019 YILINDA EN ÇOK İHRACAT YAPAN SEKTÖRLER

1- Otomotiv	2,5 milyar dolar
2- Kimyevi Maddeler	1,8 milyar dolar
3- Hazır Giyim	1,3 milyar dolar
4- Çelik	1,1 milyar dolar
5- Elektrik-Elektronik	977 milyon dolar

ARALIK AYI İHRACAT VERİLERİ

✓ Ülke gruplarına göre ihracata bakıldığında birinci sırada yüzde 44,3 pay ile AB yer aldı. İhracatta Orta Doğu ülkelerinin payı 6 puan artışla yüzde 21,5'a yükselirken, diğer Avrupa ülkelerinin payı 4,5 puan artışla yüzde 7,6'ya yükseldi.

✓ AB'ye ihracat aralık ayında 6,8 milyar dolar, AB üyesi olmayan ülkeler de değerlendirildiğinde 8 milyar dolar oldu. AB'yi yüzde 16,2'lik artış ile 3,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirilen Orta Doğu ülkeleri takip etti. Üçüncü sırada ise yüzde 7,8 artışla 1,6 milyar dolar ihracat yapılan Afrika ülkeleri yer aldı.

✓ İhracat artış oranında öne çıkan ülkeler yüzde 177 ihracat artışıyla Yemen, yüzde 171 artışla Umman, yüzde 157 artışla Norveç, yüzde 72

artışla Slovenya ve yüzde 67 artışla Türkmenistan olarak sıralandı.

✓ İllerin ihracatına bakıldığında ise en çok ihracat gerçekleştiren ilk beş il, sırasıyla İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara olarak gerçekleşti.

✓ İhracatta en dikkat çekici artışlar ise beş kat artışla Yalova, yüzde 79 artışla Rize, yüzde 68 artışla Ordu, yüzde 55 artışla Şırnak ve yüzde 53 artışla Çankırı oldu.

✓ Aralık ayında ihracat miktar bazında yüzde 3,8 artış gösterdi, 12,2 milyon tona ulaştı.

✓ Aralık ayında TL ile ihracat 4,6 milyar TL'ye ulaştı. TL ile ihracat yapılan ülke sayısı 179 oldu.

ürünleri için bir liman, depo ve yeni, güvenli bir üs görevi görecektir. Bu uygulama, e-ihracatın geleceği açısından da vazgeçilmez bir ilerleme olarak kayda geçecektir.”

TİM'DEN YERLİ OTOMOBİL SÖZÜ

2019 yılında ülke olarak göğsümüzü kabartan tarihi atılımlara şahit olduklarını belirten İsmail Gülle, “Yılın en büyük haberi Aralık ayında geldi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın önderliği ve Türkiye'nin Otomobil Girişim Grubu'nun cesaretiyle Türkiye'nin 60 yıllık yerli otomobil hasreti son buldu. Her anlamıyla hayran kalınan yerli otomobili 2022 yılında yollarda görmek istiyoruz. TİM ve birliklerin görevli araçlarının tamamını, yerli ve milli otomobile dönüştürmek adına şimdiden söz veriyoruz” dedi.

HEDEF OTOMOTİV İHRACATINDA İLK 10

Yerli otomobilin ihracatı anlamında da

son derece heyecanlı olduklarını ve ihrac pazarları ile talebinin oluşturulması için en kısa zamanda otomotiv sektörünün önde gelen temsilcileriyle yoğun bir çalışma temposuna gireceklerini kaydeden Gülle, son olarak şunları söyledi: “Teknolojisiyle, tasarımıyla, çevre dostu olmasıyla dünyada parlayan global bir markamız olması için varımızı yoğumuzu ortaya koyacağız. Bugün otomotiv ihracatında 32 milyar dolarla dünyada 19. sırada olan Türkiye'yi, 50 milyar dolarla önce ilk 15'e, sonrasında ise 70 milyar dolar ile ilk 10 otomotiv ihracatçısı arasına taşımaya

potansiyeline sahibiz. Diğer taraftan yerli otomobilimiz için alt yapısı hazırlanan yakıt teknolojisi de önümüzdeki dönemde en büyük başarılarımız arasında yer alacak. Artık elektrikli otomobil için gereken enerji üretim mekanizmasını bütün teknolojisiyle üreten bir ülke oluyoruz. Bu da ülkemizin özellikle yurt dışından ithal enerji almasıyla ilgili ihtiyacı büyük ölçüde ortadan kaldıracak. Dolayısıyla yurt dışına bağımlılığımızı da sınırlamış olacağız. Bunun Türkiye'nin cari ve dış ticaret dengesine getireceği tasarruf ise yılda 10 milyar dolar ve üzerinde olacaktır.”

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan: “2019'da dış ticaret açığı yüzde 44,9 düşerek, 54 milyar 323 milyar dolardan 29 milyar 926 milyon dolara geriledi.”



İhracatta şampiyon değişmedi

Küresel ticarete yaşanan yavaşlamaya rağmen otomotiv sektörünün ihracat performansı hız kesmedi. Bir önceki yıla nazaran yüzde 3'lük düşüşe rağmen otomotiv sektörü bir kez daha Türkiye'nin ihracat şampiyonu olmayı başardı.

TOPLAM İHRACAT içerisinde yüzde 17 ile en önemli ihracat kalemlerinin biri olan otomotiv sektörü, geçtiğimiz sene inişli çıkışlı bir grafik çizse de şampiyonluğu yine kimseye kaptırmadı. Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) verilerine göre geçen yıl Otobüs-Minibüs-Midibüs ihracatı çift haneli artarken, diğer ana ürün gruplarında ihracat düştü. AB ülkeleri toplamda 23,4 milyar dolar ihracat ile en önemli pazar olmayı sürdürdü. Aralık ayında ise Binek otomobiller ihracatında aralarında Fransa, İtalya, Almanya, Mısır'ın da olduğu ülkelerde yüzde 83'e varan oranlarda artış kaydedildi.

BİNEK OTOMOBİL İHRACATI YILIN SON AYINDA YÜZDE 13 ARTTI
Ürün grupları bazında 2019 yılının tamamında binek otomobiller ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,5 azalışla 11 milyar 878 milyon dolar oldu. Tedarik Endüstrisi ihracatı yüzde 2, Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar ihracatı yüzde 8 gerilerken, Otobüs-Minibüs-Midibüs ihracatı ise yüzde 13 arttı. Geçen yılın son ayı olan aralıkta ise Binek otomobil ihracatı yüzde 13 artarak, 1 milyar 125 milyon dolar olurken, endüstri ihracatındaki payı da yüzde 44 olarak gerçekleşti. Tedarik Endüstrisi ihracatı yüzde 2 artarak 799 milyon dolar oldu.

OTOBÜS-MİNİBÜS-MİDİBÜS İHRACATI 164 MİLYON DOLAR OLDU

Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar ihracatı yüzde 0,4 azalarak 400 milyon dolar, Otobüs-Minibüs-Midibüs ihracatı yüzde 15 azalarak 164 milyon dolar oldu. Diğer ürün grupları arasında yer alan Çekiciler ihracatı da yüzde 63 azaldı. Tedarik Endüstrisi'nde en fazla ihracat yapılan ülke olan Almanya'da aralık ayında yüzde 8 ve önemli pazarlarımızdan Fransa'da yüzde 7 azalma görülürken, Romanya'ya yüzde 43, Slovenya'ya yüzde 136, Rusya'ya yüzde 8 ihracat artışı yaşandı.

BİNEK OTOMOBİLLERDE FRANSA'YA İHRACAT ARTTI

Aralıkta Binek otomobillerde en büyük pazar olan Fransa'ya ihracat yüzde 19 artarken, İtalya'ya da yüzde 61, Almanya'ya yüzde 57, İsrail'e yüzde 17, Slovenya'ya yüzde 34, Mısır'a yüzde 83 artış oldu. Birleşik Krallık'a yüzde 21, Polonya'ya yüzde 33, ABD'ye yüzde 35 ihracat düşüşü yaşandı.

EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLARDA EN FAZLA İHRACAT BİRLEŞİK KRALLIK'A

Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlarda en fazla ihracat yapılan ülke olan Birleşik Krallık'a aralıkta ihracat yüzde 50 azalırken, İtalya'ya yüzde 37, Slovenya'ya yüzde 78, Belçika'ya yüzde 51 ihracat artışı yaşandı. Yine geçen ay Otobüs-Minibüs-Midibüs ürün grubunda ise Fransa'ya yüzde 50 ihracat artarken, Almanya'ya yüzde 19, İtalya'ya yüzde 40, Romanya'ya yüzde 67 ihracat düşüşü görüldü.

DÜŞÜŞ VE ARTIŞLARA NE SEBEP OLDU?

Birleşik Krallık'a yönelik ihracat düşüşünde Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar ihracatının yüzde 50, Binek otomobiller ihracatının yüzde 21, ABD'ye olan düşüşte ise Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar ihracatının yüzde 100, Binek otomobiller ihracatının yüzde 35 düşmesi etkili oldu. Yine İtalya'ya yönelik artışta Binek otomobiller ihracatının yüzde 61, Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar ihracatının yüzde 37 artması etki yaptı.

AB'YE İHRACAT GEÇEN AY YÜZDE 3,5 ARTTI

Ülke grubu bazında AB ülkeleri, geçen yılın tamamında yüzde 76,6 pay ve 23 milyar 434 milyon dolar ihracat ile otomotiv ihracatında yine en büyük pazar oldu. Aralık ayında ise AB ülkeleri yüzde 74,3 pay ve 1 milyar 890 milyon dolar ile yine ihracatta ilk sırada yer aldı. AB ülkelerine ihracat yüzde 3,5 arttı. Aralıkta Afrika ülkelerine yüzde 12, diğer Avrupa ülkelerine yüzde 50, Orta Doğu ülkeleri ve Bağımsız Devletler Topluluğu'na yapılan ihracat yüzde 18 arttı.

TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜ OCAK- ARALIK 2019 KÜMÜLATİF MAL GRUBU İHRACATI

	2018	2019	19/18	2019
Ürün Grubu	Fob USD	Fob USD	Değ. %	Pay%
Binek Otomobiller	12.440.591.991	11.878.477.989	-4,5	39
Tedarik Endüstrisi	10.846.592.266	10.593.450.923	-2	34,5
Eşya Taşımaya Mahsus Motorlu Taşıtlar	5.308.595.025	4.864.155.764	-8	16
Otobüs Minibüs Midibüs	1.793.864.728	2.031.992.437	13	6,5
Diğer	1.174.454.264	1.226.000.965	4	4
Toplam	31.564.098.275	30.594.078.078	-3	100

TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜ OCAK-ARALIK 2019 KÜMÜLATİF ÜLKE İHRACATI

Ülke	2018 Ocak-Aralık FOB USD	2019 Ocak- Aralık FOB USD	Değişim FOB%	PAY%
ALMANYA	4.751.569.416	4.373.206.365	-8	14,3
FRANSA	3.235.784.143	3.430.732.044	6	11,2
İTALYA	3.267.550.149	2.910.630.383	-11	9,5
BİRLEŞİK KRALLIK	2.941.590.955	2.455.795.568	-16,5	8,0
İSPANYA	1.785.029.434	1.669.907.500	-6,5	5,5
SLOVENYA	1.161.190.998	1.299.789.382	12	4,3
HOLLANDA	905.351.172	1.157.146.991	28	3,8
BELÇİKA	1.409.192.249	1.125.062.107	-20	3,7
POLONYA	1.138.796.320	1.097.940.851	-4	3,6
BİRLEŞİK DEVLETLER	1.112.908.406	1.039.024.575	-7	3,4
İlk 10 Ülke Toplamı	21.708.963.243	20.559.235.767	-5	67,2
TOPLAM	31.563.974.854	30.594.078.078	-3	100

ALMANYA YİNE EN BÜYÜK PAZAR OLDU

Geçen yılın otomotiv ihracatında Almanya 4 milyar 373 milyon dolar ile yine en fazla ihracat yapılan ülke oldu. Geçen

yıl Almanya'ya ihracat yüzde 8, İtalya'ya yüzde 11, Birleşik Krallık'a yüzde 16,5, Belçika'ya yüzde 20 oranında gerilerken, Slovenya'ya yüzde 12, Hollanda'ya yüzde 28 arttı.

Geçen yılın son ayında da Almanya, aylık bazda en fazla ihracat yapılan ülke olmayı sürdürdü. Almanya'ya ihracat yüzde 0,4 azalarak, 337 milyon dolar oldu. Aralık'ta Fransa yüzde 7 oranında artış ve 294 milyon dolarlık ihracat rakamıyla ikinci büyük pazar oldu. İtalya'ya ihracat da yüzde 36 artarak, 253 milyon dolar oldu. Geçen ay Birleşik Krallık'a ihracatta yüzde 28, ABD'ye yapılan ihracatta yüzde 30 düşüş görüldü. İhracatın arttığı ülkeler ve oranları ise şöyle oldu: Belçika, yüzde 13,5; Slovenya, yüzde 66; İsrail, yüzde 21; Mısır, yüzde 59.

Yerli otomobil heyecanı

Geçtiğimiz yılın son günlerinde TOGG tarafından geliştirilen “yerli otomobil”in Gebze’de yapılan lansmanı otomotiv sektöründe yeni bir heyecan dalgası yarattı.



TÜRKİYE’NİN OTOMOBİLİ GİRİŞİM GRUBU’NUN (TOGG) 2019’un sonunda tanıttığı yerli otomobil, C- SUV ön gösterim modeli ve C-Sedan konseptiyle büyük beğeni topladı. tanıtıldığı lansmanda yerli otomobil büyük beğeni topladı. Tamamen elektrikli olarak üretilecek yerli otomobilin çağımızın ve geleceğin ihtiyaçlarına cevap vermesi hedefleniyor. Otomobil, seçilecek pil konfigürasyonuna göre sunduğu 300 km veya 500 km’ye kadar menzili ve 30 dakika altında yüzde 80 hızlı şarj teknolojisiyle günümüzün ötesinde olduğunu gösteriyor. Bu da İstanbul’dan İzmir’e, Ankara’dan Antalya’ya kesintisiz yolculuk yapabileceği anlamına geliyor.

Otomobildeki dikkat çekici unsurlardan biri de Anadolu kültüründen ilham alınarak ön ızgara ve jantlarda lale figürüne yer verilmesi. Yine kapı içlerinde

kullanılan motiflerle de Türk kültürüne gönderme yapılmış.

DÜŞÜK ENERJİ MALİYETİ, SESSİZ VE KEYİFLİ BİR SÜRÜŞ

Doğuştan elektrikli yerli SUV, düşük enerji maliyeti, sessiz ve keyifli bir sürüş vadediyor. Konu elektrikli otomobil olunca, pil ömrü de önem arz ediyor. Yerli otomobilde kullanılacak gelişmiş lityum iyon batarya 8 yıl garanti ile sunulacak. Ayrıca elektrikli ve bağlantılı sistemlerle üretilen otomobilin internet üzerinden yazılım güncelleme imkânı sunması, sürücüyü arıza ve benzeri kullanım konularında uyarması, diğer motor

seçeneklerine göre yedek parçaların daha az aşınması gibi konular servis/bakım maliyetlerini de minimize ediyor.

7 ADET STANDART HAVA YASTIĞI

Yerli otomobildeki önemli konulardan biri de güvenlik. Dayanıklı malzemeden üretilecek, aktif/pasif güvenlik sistemlerinin ve 7 adet standart hava yastığının bulunacağı yerli otomobilde, 2022 Euro NCAP normlarının sağlanması için çalışmalar devam ediyor. Tüm bunların yanında sunacağı ileri sürüş sistemleri ve aktif “seviye +2” otonom sürüş sunan şehir içi trafik pilotu ile trafikteki yükünüzü hayli hafifleteceği benziyor.

YERLİ OTOMOBİLİN PERFORMANSI

Arkadan itişli versiyonlarda 200 beygir gücü ile 0-100 km/saat hızlanması 7,6 saniyede, 4x4 çeker versiyonundaki 400 beygir gücü ile 0-100 km/saate ulaşması sadece 4,8 saniyede gerçekleşecek.

Transit Ailesi'nin %84'ü Türkiye'de üretiliyor

Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, ihracat odaklı stratejileriyle pazardaki daralmanın üstesinden geldiklerini belirtti.

İÇ PAZARDAKİ daralmayı ihracat odaklı stratejileriyle tolere eden Ford Otosan, sektördeki küçülmeye rağmen 2019 yılını başarılı sonuçlarla geride bıraktı. 2019'u toplam pazarda yüzde 10,1 pay elde ederek 3'üncü sırada tamamlayan Ford Otosan, aldığı yüzde 34,2'lik pay ile Türkiye'de ticari araçlardaki liderliğini 2019'da da sürdürdü. Hafif ticari araçlarda yüzde 28,6, orta ticari araçlarda yüzde 40,5 ve ağır ticaride (kamyon) yüzde 31,4 oranlarında pay alan Ford Otosan, 2019'un ilk dokuz ayında Avrupa ticari araç pazarında liderliğini sürdürerek, yüzde 14'lük pazar payına ulaştı. Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, bu dönemde Avrupa'da satılan Transit Ailesi araçların yüzde 84'ünün Türkiye'de ürettiklerini belirterek, bugün Ford'un Avrupa'da sattığı tüm ticari araçların yüzde 71'inin Türkiye'de yapıldığını altını çiziyor. 2011 yılından bu yana otomotiv sektöründe ihracat lideri olduklarını belirten Yenigün, 2015'ten bu yana üst üste 5'inci kez Türkiye'nin ihracat şampiyonu olma unvanını elinde bulundurduklarını söylüyor.

"2019 ULUSLARARASI YILIN KAMYONU ÖDÜLÜ"

2019 yılında Ford Trucks ile Türk otomotiv endüstrisi adına çok önemli bir gelişmeye daha imza attıklarını belirten Yenigün, sözlerini şöyle sürdürüyor: "2019 Uluslararası Yılın Kamyonu (International Truck of the Year) ödüllü çekicimiz F-MAX'in gördüğü yoğun talep sonrası Batı Avrupa'daki genişleme planlarımızı erkene çektik. 2019'daki bayi açılışlarımızla Batı Avrupa pazarına giriş yaptık. Polonya, Litvanya, Portekiz ve İspanya'daki bayi yapılanmamızın ardından İtalya'da distribütörümüzü atadık. Ülke ve bölge bazında atamalarımızı gerçekleştirdik. Avrupa'da kalıcı ve güçlü bir büyüme gerçekleştirmek için çalışıyoruz. Nihai

hedefimiz ise tüm Avrupa'ya yayılmak; sırada Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg var."

OTONOM TAŞIMACILIĞA YÖNELİK TEKNOLOJİLERİ ARAŞTIRIYORUZ

Daha güvenli, verimli, çevreci ve otonom taşımacılığa yönelik teknolojileri araştırmaya ve geliştirmeye devam ettiklerini belirten Yenigün, konuya şöyle açıklık getiriyor: "Bu çalışmalarımızdan öne çıkan Ar-Ge projemiz 'Platooning-Otonom konvoylar' teknolojisi. Donanım, yazılım ve simülasyon testlerini başarı ile gerçekleştirdiğimiz bu teknolojiyi 2019'da yolda da başarıyla test ettik. Projemizin sonraki safhasında yani uzun vadede 'SAE-Seviye 4 Platooning' fonksiyonun devreye girişi ile Uçtan-Uca (Hub-to-Hub) Otonom Otoban Taşımacılığı'nın yapılmasının önü açılacak. Şu an otonom kamyonlar üzerinde çalışın, bu alana yatırım yapan ve en önemlisi gösterimini yapabilecek bir prototip ürüne sahip olan dünyadaki sayılı kamyon üreticilerinden biri konumundayız."

HİBRİT TRANSİT CUSTOM'IN SERİ ÜRETİMİNE BAŞLANDI

2019'da 10 bini aşkın çalışıyla unutulmayacak bir gelişme daha yaşadıklarını kaydeden Yenigün, yeni elektrikli hibrit araçlarına ilişkin şu bilgiyi aktarıyor: "Kocaeli fabrikamızda bulunan Elektrikli Araç Üretim Merkezi'nde yeni elektrikli hibrit Transit Custom (PHEV) modelimizin seri üretimine başladık. Geleceğin akıllı şehirlerine yönelik tasarlanan Transit Custom PHEV, şehir elektrikli



şebekesine bağlanarak şarj edilebiliyor. Elektrikli motoru sayesinde sıfır emisyonla 50 km'ye varan yol kat edilebiliyor. Yeni Transit Custom PHEV, ayrıca Türkiye'de üretilen yerli ve milli plug-in hibrit elektrikli (PHEV) ilk ticari araç olma özelliğini taşıyor."

AKILLI FABRİKA ÇALIŞMALARI SÜRÜYOR!

Endüstri 4.0'ı odağına alan "akıllı fabrika" çalışmalarının hızla sürdüğünü dile getiren Yenigün, bu kapsamdaki yatırımlarına şöyle açıklık getiriyor: "Bu kapsamdaki en büyük yatırımlarımızdan biri "yalın üretimi dijitalleştirmek". Bu alanda kaydettiğimiz ilerlemeler, Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) 'Endüstri 4.0' çalışmalarında en iyi örnekleri tespit ederek, yaygınlaştırmayı hedefleyen 'Global Lighthouse Network' araştırmasında bize büyük bir gurur yaşattı. Akıllı fabrika uygulamalarımız ile 2019'da bu listeye dünya çapında giren 2'nci otomotiv firması olmaya hak kazanırken, Kocaeli fabrikamız da tüm Ford fabrikaları arasında listeye giren ilk fabrika oldu."

"İHRACAT ODAKLI STRATEJİMİZ DEVAM EDECEK"

Tüm bu gelişmeler doğrultusunda; Ford Otosan olarak, 2020'de Türkiye'de toplam otomotiv pazarının 2019'a kıyasla bir miktar artarak, 550-600 bin adet civarında olmasını öngörüyoruz. 2020'de ihracat odaklı stratejimizi sürdürerek, hem ticari hem de ağır ticari ürün grubunda yılı yeni ihracat rekorları ile kapatmayı hedefliyoruz.

OTOMOTİV

TÜRK EKONOMİSİNİN LOKOMOTİF SEKTÖRÜ

Türkiye otomotiv endüstrisi iki milyon adetlik üretim kapasitesi, 1,5 milyon adetlik üretimi ve 30 milyar doların üzerindeki ihracat rakamı ile Türkiye ekonomisine en güçlü katkıyı yapan sektörler arasında yer alıyor.

Otomotiv Endüstrisi, 2019 yılını da dahil edersek, son 14 yılın sektörel ihracat şampiyonu konumunda yer alıyor. Ulaşılan 30 milyar doların üzerindeki ihracat rakamı pek çok ülkenin toplam ihracat rakamından fazla.

AVRUPA'NIN 5'İNCİ BÜYÜK ÜRETİCİSİ

Ana sanayide dünyanın 15'inci, Avrupa'nın 5'inci büyük üreticisi, ticari araçlarda ise Avrupa'nın 2'nci büyük üreticisi konumunda

yer alıyor. Ülkemizde üretilen motorlu araçların yüzde 85'i dünyanın dört bir yanına ihraç ediliyor ve başlıca ihracat pazarlarımız da Batı Avrupa ülkeleri. Tek başına 11 milyar dolarlık ihracata sahip tedarik endüstrisi, dünyanın dev markaları için üretim yapmakta. Tedarik endüstrisi bir aracı oluşturan hemen hemen tüm parçaları üretebilmekte ve bu parçaları yurt dışına ihraç etmekte.

ÜRÜN GELİŞTİRMEDE DE İDDİALİ

Ayrıca dünyanın en kaliteli markalarını en stratejik parçalarını üretirken, ürün geliştirme seviyesinde de iddialı bir aşamaya ulaşmış durumdadır. Tedarik endüstrisi co-designer yetkinliğine sahip, global platform olarak birden fazla ülkede üretim projelerinin parçası olabilen bir yapıda. Çoğunlukla Avrupa ülkelerine ihracat yapılıyor ve bu ülkelerin başını Almanya, Fransa ve İtalya çekiyor. Uluslararası müşteri yelpazesinin geniş olması ise Türk ürünlerinin yüksek kalitesinin en önemli göstergelerinden biri. Özetle Türk otomotiv endüstrisi dünyada kalite bilinci, üretim kabiliyeti, tedarik alt yapısı olarak mükemmel bir noktada ve aranan bir üretim merkezi konumunda yer alıyor. 2018 yılında 31,6 milyar dolar ile en yüksek ihracat rakamını yakalayan sektör, 30 milyar 594 milyonluk ihracatla 2019 yılını yüzde 3,1'lik bir düşüşle kapattı. Yılın ilk yarısında Euro/Dolar paritesi kaynaklı yaşanan kayıp, AB pazarında görülen durgunluk bu yılki rakamların bir miktar geçen yılın altında seyretmesinin nedenlerinden birkaçı.

2019'DA ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR

- **2019** yılında otomotiv ihracatı yüzde 3 düşerek 30,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir
- **OTOMOTİV** endüstrisi 2019 yılında bugüne kadarki en yüksek 2'nci ihracat rakamına ve üst üste 14'üncü ihracat şampiyonluğuna ulaştı.
- **OTOMOTİV** endüstrimiz 2019 yılında, aylık 2,55 milyar dolarlık ihracat ortalaması yakalamıştır.
- **2019** yılında otobüs minibüs, midibüs ihracatı çift haneli artarken, diğer ana ürün gruplarında ihracat düştü.
- **ALMANYA** 4,4 milyar USD ile en fazla ihracat yapılan ülke konumunu sürdürürken, AB Ülkeleri 23,4 milyar USD ihracat ve yüzde 77 pay ile önemini devam ettirdi.

**ORHAN SABUNCU**

Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği Başkanı (OİB)

Her şeye rağmen 2019 yılını yine 30 milyar doların üzerinde tamamladık. Bu da otomotiv endüstrisi tarihimizdeki 2'nci en yüksek ihracat rakamı anlamına geliyor. OİB olarak Türkiye'nin dünya otomotiv endüstrisinin değişim ve dönüşüm sürecinin güçlü bir parçası olması vizyonu ile çalışıyor ve önemli projeler yürütüyoruz. 2020 yılında da 'Milli Katılım' organizasyonlarından ticaret heyetlerine, tasarım yarışmalarından 'Türkiye Tanıtım Grubu' kapsamındaki proje faaliyetlerine kadar pek çok etkinliğe imza atacağız.

2018 yılında 31,6 milyar dolar ile en yüksek ihracat rakamını yakalayan sektör, 30 milyar 594 milyonluk ihracatla 2019 yılını yüzde 3,1'lik bir düşüşle kapattı.



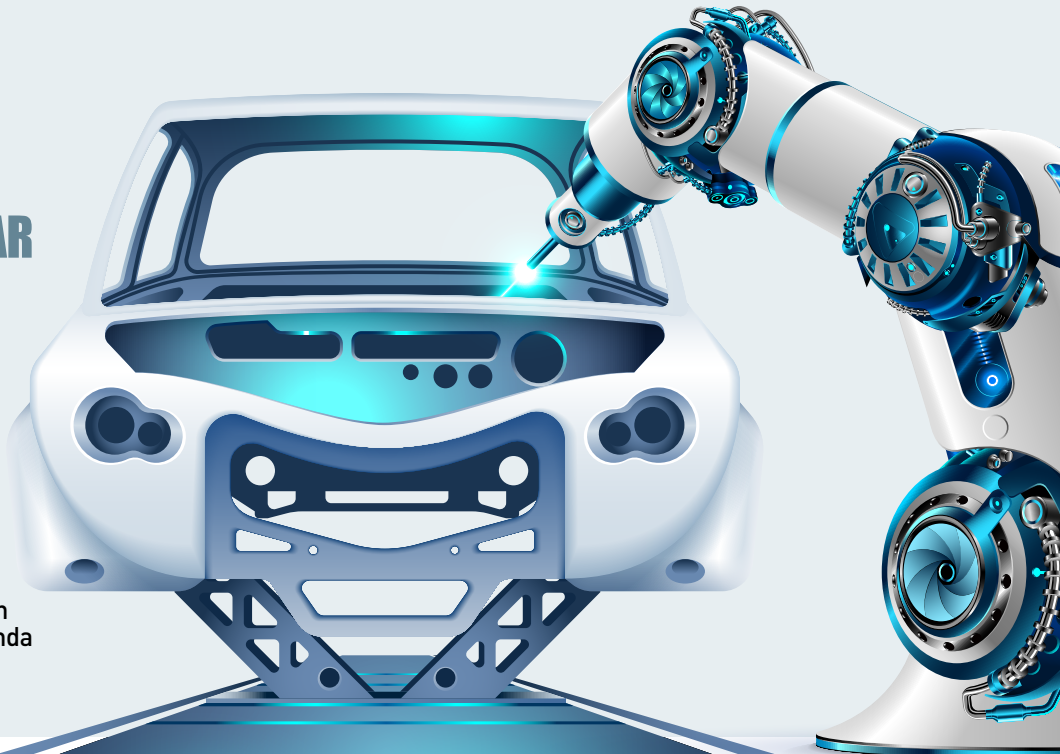
30,5 MİLYAR DOLAR

Otomotiv sektörünün
2019 yılında yaptığı ihracat



5'inci

Otomotiv sektörü Avrupa'nın
5'inci büyük üreticisi konumunda



KİMYA

İHRACATTA EN FAZLA BÜYÜYEN SEKTÖR

2019 yılını rekorla kapatan kimya ihracatının 2023 hedefi 30 milyar dolar. 2019'u 20,6 milyar dolarla kapatan kimya, yüzde 18,54 ile Türkiye'nin en fazla büyüyen sektörü oldu.

2019 yılında gerçekleştirdiği 20,6 milyar dolarlık ihracat ile tarihi bir rekora imza atan kimya sektörü, geçtiğimiz yılın en çok ihracat yapan ikinci sektörü oldu. İhracatta artan performansı ile dikkatleri üzerine çeken kimya sektörü, 2019 yılında 3 milyar dolar üzerinde ihracat yapan sektörler arasında yüzde 18,54'lük büyüme ile Türkiye'nin ihracatta en fazla büyüyen

sektörü olmayı başardı. 2019 yılı ekim ayında gerçekleştirdiği 1,94 milyar dolarlık ihracatla aylık bazdaki ihracat rekoru da kırıldı. Ayrıca kimya 2019 yılı boyunca her ay üst üste Türkiye'nin en çok ihracat yapan ikinci sektörü oldu. Türkiye'nin toplam ihracatında yüzde 11,44'lük bir pay alarak, ülkemize ciddi bir katma değer sağladı.



500

14 Milli Katılım organizasyonunda yer alan firma sayısı



İSPANYA

1 milyar 62 milyon dolar ihracat ile ilk sırada yer alıyor



Sektörün 2019 yılı ihracatı miktar bazında yüzde 35,83 artışla 26 milyon 539 bin ton olarak gerçekleşti.

208 ÜLKEYE İHRACAT YAPILDI

Tüm sektörler arasında en fazla ülkeye ihracat yapan lokomotif sektör olarak da bir adım öne çıkan kimya sektörü, kasım ayında 208 ülke ve bölgeye yaptığı ihracatla bu alanda birinci oldu. Sektörün 2019 yılı miktar bazında ihracatı ise yüzde 35,83 artışla 26 milyon 539 bin ton olarak gerçekleşti. Kimya sektörünün en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkelerden İspanya, 1 milyar 62 milyon dolar ile ilk sırada yer alırken, Hollanda 1 milyar 32 milyon dolar ile ikinci, Irak ise 1 milyar 12 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı.



ADİL PELİSTER

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı

Kimya sektörü 2019 yılında açıklanan İhracat Ana Planı, 11. Kalkınma Planı ve Yeni Ekonomi Planı'nda öncelikli beş hedef sektör arasında yer alıyor. Biz de İKMİB olarak plastikten boyaya, kozmetikten ilaca, kauçuktan, organik ve anorganik kimyasallara kadar 16 alt grupla Türk kimya sektörünü dünyanın dört bir yanında başarıyla temsil ediyoruz. Bu kapsamda 2019 yılı boyunca yaklaşık 500 ihracatçı firmamızın katıldığı 14 milli katılım fuar organizasyonu ve 11 yurt dışı fuar ziyareti gerçekleştirdik.

"İHRACATÇILARIMIZIN ÖNÜNDEKİ ENGELLERİ KALDIRIYORUZ"

İKMİB olarak, üyelerimizin ihracatına katkıda bulunmak amacıyla ihracatçılarımızın bir dizi sorunlar yaşadığı yurt dışı numune gönderimleri için Türk Hava Yolları Havacılık Akademisi ve UPS ile önemli bir iş birliğine imza attık. İş birliğimiz kapsamında İKMİB üyelerimiz, Türk Hava Yolları Havacılık Akademisi'nin Tehlikeli Maddeler Kuralları (DGR/Kategori 1, 2, 3, 6) Eğitimi'ni (IATA sertifikası) olarak, UPS'in sunduğu avantajlı fiyatlardan yararlanacak ve numune gönderimlerini gerçekleştirebilecek. Yeşil pasaport alabilmek için gereken 1 milyon dolarlık limitin 500 bin dolara indirilmesi ve kullanım süresinin iki yıldan dört yıla çıkarılmasıyla ihracatçımızın önündeki engellerden biri daha kalkmış oldu. 2019 yılında yeşil pasaport alma koşullarını sağlayan 719 üye firmamızın başvuru işlemlerini gerçekleştirdik. 2020 yılında bu rakamı iki katına çıkarmak için çabalayacağız.

KİMYAYA DEĞER KATACAK YENİ PROJELER YOLDA

Bütün alt sektörlerimize hitap edecek ve gelişimine katkı sunacak yeni bir Kimya Teknoloji Merkezi kurmak istiyoruz. Bununla birlikte bu yıl ülkemizde yapılması planlanan Uluslararası Kimya Olimpiyatları'nda önemli bir görev üstleneceğiz. Ayrıca geçtiğimiz aralık ayında başkanlığı seçtiğim Kimya Sektör Platformu (KSP) olarak, yıl içinde sektörümüzün tüm paydaşlarını bir araya getirecek Kimya Zirvesi'ni de yapmayı planlıyoruz. Ayrıca İKMİB olarak 2020 yılında Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, İtalya,

ABD, Panama, Çin-Hong Kong, Çin, Hollanda, S. Arabistan ve G. Afrika olmak üzere 10 ülkede 17 milli katılım organizasyonu, beş sektörel ticaret heyeti, yedi alım heyeti gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.



"KİMYA ALGISINI DEĞİŞTİRMEK İSTİYORUZ"

Sektörümüzün ithalatı TÜİK verilerine göre 2019 yılı 11 aylık dönemde yaklaşık 68,57 milyar dolar olmakla birlikte bunun yaklaşık 25 milyar dolarlık kısmı ısınma ve enerji için kullanılıyor. Geri kalan kısmı da diğer sektörler için malzeme veya ham madde olarak veriliyor. Dolayısıyla kimya sektörümüzün bu yanlış algısını değiştirmemiz gerekiyor. Bir diğer önemli konumuz döngüsel ekonomide önemli bir rolü olan geri dönüşüm ve atık konusu. Geri dönüşümün hem çevreye olumlu bir etkisi olacağına hem de dışa bağımlılığı azaltmaya faydası olacağına inanıyoruz. Kimya sektörümüzün ülkemize sağladığı katma değerini artarak devamını sağlamak, kimyanın stratejik önemini doğru bir şekilde anlatmak ve Türk kimya sektörünün dünya ticaretinden aldığı payı yükseltmek için çalışmalarımıza devam edeceğiz.

HAZIR GIYİM VE KONFEKSİYON

2019'U BÜYÜYEREK KAPATTI

Yaklaşık 18 milyar dolarla dünya hazır giyim ihracatının yüzde 3,4'ünü gerçekleştiren sektör, dünyanın 6'ncı, AB'nin 3'üncü büyük hazır giyim tedarikçisi konumunda.

Ülkemiz için stratejik bir sektör olan Türk Moda Endüstrisi, aynı zamanda küresel bir oyuncu. Yaklaşık 18 milyar dolarla dünya hazır giyim ihracatının yüzde 3,4'ünü gerçekleştiriyor. Dünyanın 6'ncı, AB'nin 3'üncü büyük hazır giyim tedarikçisi konumunda. Çorap, denim ve dokuma giyim kategorilerinde ise dünyada ilk üçte yer alıyor. Türkiye hazır giyimde çevre dostu

üretimde de rakiplerine göre avantajlı bir konumda bulunuyor. Çin'de CO2 üretimi birim başına yüzde 1,5 iken, bu oran Türkiye'de sadece yüzde 0,2 düzeyinde bulunuyor. Üretimde de marka ülkelerden biri. Türkiye aynı zamanda tekstil sektörüyle birlikte elyaftan ipliğe, kumaştan nihai ürüne değer zincirinin her aşamasında entegre üretim yapabilen iki ülkeden biri.





17,8 MİLYAR DOLAR

Sektörün 2019 yılında
gerçekleştiği ihracat rakamı



18,8 MİLYAR DOLAR

2020 ihracat hedefi

Zor bir yılı geride bırakmasına rağmen sektör 2019'da ihracatta hız kesmedi. 2018'de 17,6 milyar dolar olan ihracat, bu yıl 17,8 milyar dolara çıktı. Dolar bazında sınırlı bir artış olmakla birlikte sektör 2019'u büyüterek tamamladı. İhracatın 11 ayında ise Euro bazında yüzde 6, miktar olarak yüzde 9,4 artması geleceğe dair olumlu beklentiyi güçlendiriyor. İhracatın nispeten düşük performans göstermesi ise AB pazarındaki ekonomik büyümenin yavaşlaması ve buna bağlı olarak tüketim trendinin azalmasından kaynaklanıyor. Ayrıca Brexit'e bağlı belirsizliğin müşterileri tedarikte kararsız bırakması, en büyük pazarlardan biri olan Almanya'nın ekonomik faaliyetlerindeki durgunluk da negatif performansı etkileyen faktörlerden...

İhracatın nispeten düşük performans göstermesi AB pazarındaki ekonomik büyümenin yavaşlaması ve buna bağlı olarak tüketim trendinin azalmasından kaynaklanıyor.



MUSTAFA GÜLTEPE

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı



Rekabet gücümüz hızla dayalı. Organizasyon becerimiz ve bilgi birikimimiz yüksek, çok sayıda özgün koleksiyon hazırlama yeteneğine sahip tasarımcımız var. Düşük adetli siparişlerdeki avantajımız, alıcıların taleplerini karşılayabilme kapasitemiz, dünya pazarlarına kolay erişebilmemiz ve en önemlisi kalitemiz ile tedarikte en güvenilir çözüm ortağı olduğumuzu söyleyebiliriz. Özellikle bir konunun altını çizmek istiyorum. Üretimde marka ülke olmanın yanında küresel ölçekte hazır giyim markaları çıkarma yolunda da hızla ilerliyoruz. Hazır giyim markalarımız 100'den fazla ülkede yaklaşık 3 bine yakın mağaza ile Türk Moda Endüstrisi'ni temsil ediyor. İHKİB olarak orta vadede ülkemizi dünya moda endüstrisi liginde ilk üçe sokmak istiyoruz. Ayrıca küresel ölçekte beş hazır giyim markası çıkarma vizyonu ile yolumuza devam ediyoruz. Dünyanın en büyük B2C e-ticaret platformlarından AliExpress ile imzaladığımız anlaşma sayesinde küçük, büyük tüm üyelerimize dünyanın kapılarını açtık. İsteyen üyelerimiz AliExpress platformu üzerinden dünyada sayısız alıcıya ulaşabilecek. Bu yeni avantajların birçok girişimcimizi ihracatçı olma konusunda cesaretlendireceğine inanıyoruz.

2020'DE HEDEF AB'YE İHRACATI YÜZDE 5 ARTIRMAK

2020 yılında yüzde 4-5 artışla ihracatımızı 18,5-18,8 milyar dolara çıkarmayı

hedefliyoruz. Parite etkisinden arındırıldığında bu artışın yüzde 8'leri bulacağını ve böylelikle 19 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirebileceğimizi düşünüyoruz. Bunun için de eğitim ve mesleki eğitim beceri yarışmalarıyla yetişmiş insan gücünü teşvik edeceğiz. Ayrıca tekstil mühendisliği faaliyetleri, fuarlar ve yurt dışı tanıtım etkinliklerini ön plana çıkaracağız. "Tasarımdan Üretime Hazır Giyim Sektörünün Dijital Dönüşümü" ve "UR-GE" gibi çeşitli projeler vasıtasıyla sektörün dijitalleşme ve otomasyona dayalı altyapısını geliştirici faaliyetlerimize daha fazla ağırlık vereceğiz.

"ABD PAZARINDAN DAHA FAZLA PAY ALACAĞIZ"

Bildiğiniz gibi ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşı nedeniyle Çin'den yapılan tedarikin bir bölümü diğer ülkelere yöneliyor. Burada en önemli alternatiflerden birisi biziz. Bunu da ABD'de yaptığımız etkinliklerle her düzeyde anlatmaya çalışıyoruz. Daha önceki dönemlerde ABD'de sadece Magic Show'a katılırken, artık New York Coterie fuarına da katılıyor; bu sene bu fuarda odak ülkeyiz. Ayrıca ABD Moda Sanayicileri Birliği (USFIA) ile iş birliği gerçekleştirdik. 6-7 Kasım tarihlerinde USFIA'nın etkinliğinde iş birliği kuruluşu olarak yer aldık; ayrıca bu kuruluşun yönetim kurulu ile ortak yönetim kurulu toplantısı yaptık. 2020 yılında iş birliğimiz devam edecek, ortak etkinlikler yapmayı planlıyoruz.

ELEKTRİK, ELEKTRONİK

2020'DE HEDEF YÜZDE 10'LUK BÜYÜME

Beyaz eşya, elektronik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları ile kablo ana başlıklarında faaliyet gösteren sektör, zorlu şartlara rağmen 2019'da bir önceki yılın ihracat rakamlarını yakaladı.

Günümüzde teknolojik yenilikler ve birçok sektördeki ilerleme büyük oranda elektrik ve elektronik sektöründeki gelişmelere dayanıyor. Nitelikli iş gücünü barındıran sektör, özellikle makine, motorlu araç, sağlık ve kimya ile çok yakından ilgili ve bu sektörler için girdi sağlıyor. Elektrik ve elektronik, ihracat büyüklüğü açısından otomotiv, giyim, kimya ve çelik sektörlerini takip ederek, aldığı yüzde 7'lik pay ile sanayi sektörleri arasında 5'inci sırada yer alıyor.

YÜKÜ BEYAZ EŞYA SIRTLIYOR

Elektrik elektronik sektöründe ise en büyük ihracatı beyaz eşya grubu gerçekleştiriyor. Son yıllarda yapılan atılımlarla Türkiye, beyaz eşya sektöründe Avrupa'nın en büyüğü, dünyada ise Çin'den sonra 2'nci büyük üretici konumunda. Yerli firmaların uluslararası yatırımları sayesinde dünyadaki rekabet gücümüz her geçen gün daha da artıyor.



2'nci

Beyaz eşya üretiminde dünyada bulunduğumuz konum



25

Türkiye'nin 100 milyon dolar ve üzerinde ihracat yaptığı ülke sayısı



Zor geçen ekonomik şartlara rağmen elektrik elektronik sektörü, yıl sonundaki 11 milyar 300 milyon dolara yaklaşan ihracatıyla 2018'deki rakamları yakaladı.

ELEKTRONİKTE AVRUPA'NIN EN BÜYÜK TEDARİKÇİLERİNDEN

Türkiye, elektronik sektöründe de Avrupa'nın en önemli tedarikçilerinden biri. Bu sektörde TV alıcıları ihracatıyla ön plana çıkıyor. Bu alanda uluslararası firmaların ülkemizdeki yatırımlarının yanı sıra birçok yerli firmanın Ar-Ge, üretim ve ihracat anlamında ortaya koyduğu performans büyük önem taşıyor.

Elektrik üretim ve dağıtım sektöründe ise alçak ve orta gerilim seviyesinde her türlü ürün en modern teknolojilerle üretiliyor. Birçok global oyuncunun da yatırımlarının bulunduğu sektörde üretilen ürünler, Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya başta olmak üzere birçok pazara ihraç ediliyor.

HEMEN HER KABLO TİPİ ÜRETİLİYOR

Kablo sektöründe de uzun yıllara dayanan bir tecrübeye sahip Türkiye. Hemen her kablo tipinin üretildiği Türkiye, her türlü talebe çok hızlı cevap verebilen esnek üretim yapısı, kalitesi ve rekabetçi fiyatlarıyla ön plana çıkıyor.

Beyaz eşya, elektronik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları ve kablo ana başlıklarında faaliyet gösteren sektör, 2018 yılında bir önceki yıla göre yüzde 7,8 artışla 11,5 milyar dolarlık ihracata ulaşmıştı. 2019 yılı ilk 11 aylık rakamlara bakıldığında 10,5 milyar dolarlık ihracat rakamlarına ulaşan sektör, yıl sonundaki 11 milyar 300 milyon dolara yaklaşan ihracatıyla 2018'deki rakamları yakalamış görünüyor.



FATİH KEMAL EBİÇLİOĞLU

Elektrik Elektronik İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı

Firmalarımız bu yıl, yaklaşık 200 ülkeyle neredeyse dünyanın tamamına ihracat gerçekleştirdi. 25 ülkeye 100 milyon dolar ve üzerinde ihracat yaptı. Bu yıl da en büyük ihracat pazarımız kaliteli ve çevreci ürün talebinin en yüksek olduğu, en sıkı teknik standartların uygulandığı AB ülkeleri oldu. İhracatımızın yüzde 60'tan fazlası bu ülkelere gerçekleşti.



PERFORMANS BEKLENTİLERİN ALTINDA KALDI

Dünya ekonomisi ile AB ülkelerinde ticaret hacminin daralması nedeniyle sektörümüz ihracat açısından bu yıl beklentimizin altında bir performans sergilemiştir. Ancak 2020 yılına ilişkin ekonomik beklentilerin daha olumlu olacağını düşünmekte ve ihracatımızda yüzde 10'luk bir artış öngörmekteyiz. 2020 yılında gerçekleştireceğimiz ticaret ve alım heyetlerinin yanı sıra sektörel fuar katılımlarıyla firmalarımıza yeni pazarlar kazandırmaya devam edeceğiz.

MAKİNE VE AKSAMLARI

KÜRESEL ÖLÇEKTE ETKİNLİĞİNİ ARTIRIYOR

Türk makine sektörü rekabetçi fiyatları ve yüksek kalitesiyle dünya pazarında yükselişini sürdürüyor. 2019 yılında 7 milyar 839 milyon dolarlık ihracat yapan sektör, büyümesinden hız kesmedi.

Ar-Ge ve inovasyona yaptığı yatırımlarla yurt içinde imalat sanayinin tüm ihtiyaçlarına hızlı yanıt vermeyi sürdüren Türk makine sektörü, rekabetçi fiyatları ve yüksek kalitesiyle küresel ölçekte de etkinliğini artırıyor. İhracatının yüzde 60'ını Avrupa Birliği ile ABD'ye yapan sektör, dünyanın en büyük ticaret alanında rekabetçi yapısıyla ön plana çıkıyor. 2001 yılından bu yana yükselen bir grafik izleyen makine sektörü dış

ticarettten aldığı payı, yüzde 0,4'ten yüzde 0,8'e çıkararak, dünya ortalamasına göre dört misli hızlı bir artış sergiledi.

İHRACAT YÜZDE 7,2 ORANINDA ARTTI

Türk makine sektörü 2019 yılında 11 aylık makine ihracatını, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 4,1 artırmıştır. 2018'i 7 milyar 311 milyon dolar ihracatla kapatan sektör, 2019 yılında 7 milyar 839 milyon dolarlık ihracat yaparak,



200 MİLYON DOLAR

Her ay Almanya'ya ihraç edilen makine bedeli



%7,2

Bir önceki yıla göre ihracattaki artış oranı

bir önceki seneye göre yüzde 7,2 oranında bir artış sağladı. Avrupa imalat sanayinin neredeyse durma noktasına geldiği bir dönemde, Türk makine sektörüne olan talebin sürmesi ise bir başka sevindirici gelişme olarak öne çıktı. Avrupa'nın en büyük ekonomisi Almanya, yaşadığı durgunluğa rağmen 2019 yılında da en fazla Türk makinesi satın alan ülke oldu. Almanya'ya her ay ortalama 200 milyon dolar makine ihraç etmeyi sürdüren Türk makine sektörü, en fazla artışı ise ABD, Fransa ve Rusya'da gerçekleştirdi. Özellikle Rusya'ya yapılan makine ihracatında bu yıl yüzde 20'nin üzerinde bir artış yaşandı.



Türk makine sektörü, en fazla artışı ABD, Fransa ve Rusya'da gerçekleştirdi. Özellikle Rusya'ya yapılan makine ihracatında bu yıl yüzde 20'nin üzerinde bir artış yaşandı.



KUTLU KARAVELİOĞLU

Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği (MAİB) Başkanı



Teknolojik dönüşüme hızlı yanıt verebilen Türk makine sektörü, yurt dışındaki müşterileriyle güven ilişkisine dayalı kalıcı ilişkiler inşa ediyor.

Artan lojistik imkanlarımız, Ar-Ge ve tasarıma verdiğimiz önem, sipariş sonrasındaki kaliteli hizmetlerimizle satışlarımızı sürekli artırdık. İleri teknoloji ve inovasyona yaptığımız yatırımlarla makinelerimizin marka algısını daha da yukarı taşıyacağız.

Klima ve soğutma makineleri, motorlar, aksam ve parçaları, yıkama ve kurutma makineleri, inşaat ve madencilikte kullanılan makineler, pompa ve kompresörler, takım tezgâhları, tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler ile tekstil ve konfeksiyon makineleri başta olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz her alanda ilgi ve talep devam etmektedir.

TEKNOLOJİ ODAKLI DÖNÜŞÜMDE STRATEJİK BİR ROL ÜSTLENİYORUZ

20 yıla yakın bir süre boyunca her yıl ortalama yüzde 15 düzeyinde ihracat artışı sağlamamız, gelişmiş ülke sanayilerinde pazar payını devamlı artırmamız ve sadece belirli alanlarda değil, tüm alt sektörlerde artış sağlamamız makine sanayinde sistematik bir başarı sağladığımızı göstermektedir. Makine sektörü 2020 yılı itibarıyla Türkiye sanayinin teknoloji odaklı dönüşümünde stratejik bir rol üstlenmeye hazırlanıyor. Makine imalatçılarının bu görevi yerine getirebilmeleri için mevcut yatırım ortamının iyileştirilmesine ilgili tüm bakanlıklar destek veriyor. Dünyanın en büyük rekabet alanı olan makine sektöründe Türkiye'yi gelecek hedeflerine taşıyacak sektörel birikimimiz ve yeni stratejilerle 2020 yılında da ekonomiye en fazla değer sağlayan sektörlerden biri olacağız.

ÇELİK

TÜRKİYE DÜNYANIN EN BÜYÜK İHRACATÇILARINDAN BİRİ

Koruma tedbirlerinin kritik faktör olduğu çelik endüstrisi yeni vergi artışı ile yeni pazarlara girerek savaşıyor ve ihracatta kayba uğrama gibi bir niyeti yok.



Türkiye yıllık 40 milyon ton çelik üretimiyle dünyada sekizinci, Avrupa'da ise ikinci sırada yer alıyor. Türk çelik üreticileri 193 ülkeye ihracat yapıyor. İhracat rakamlarına bakıldığında en çok ihraç edilen ürünleri sırasıyla sıcak haddelenmiş yassı çelik, tel çubuk, profil ve kaynak borular ile konstrüksiyon çeliği oluşturuyor.

Sektörün, ürünlerini konsolide yatırımlarla daha hızlı sunabileceği dünya çapında bir altyapısı bulunuyor. Çelik sektörü önde gelen endüstriyel pazarlara olan konumu ve yakınlığı ile talebi hızla ve zamanında karşılayabiliyor. Türkiye, gerekli teknolojik yatırımları

gerçekleştirdiği için yüksek kalitede ürünleri uygun fiyatlara temin edebiliyor. Devletin hiçbir teşviki olmaksızın, üretiminin yüzde 69'unu elektrik fırınlarında gerçekleştiren Türk çelik sanayisi, tüm küresel ve yerel çevre standartlarına uymayı taahhüt ediyor. Türkiye'de bir ton ham çelik üretiminde ortalama 0,69 ton CO2 salınımı gerçekleşiyor. Dünya ortalamasının 1,5 ton olduğu düşünüldüğünde bu oran oldukça düşük kalıyor. İhracat rakamlarına bakıldığında 2018 yılını 15,5 milyar dolarla kapatan sektör, 2019'da 14 milyar dolara yaklaşan ihracat rakamıyla küçük bir düşüş yaşamışa benziyor.



İBRAHİM PEKTAŞ

Çelik Sektörü Konseyi Başkanı

Dünyanın en büyük çelik ihracatçılarından biri olan Türkiye, başta Avrupa Birliği ve ABD'nin uyguladığı tüm kotalara ve koruma önlemlerine karşın 2019 yılını miktar bazında 21,2 milyon ton ihracatla tamamlamayı başardı. Değer bazında bakıldığında ise çelik ihracatı, geçtiğimiz yıl 13,9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Avrupa ve Amerika pazarlarında yaşanan kayıplara karşın, 2019 yılını önceki seneye başa baş tamamlayabilmemizin nedenini, Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde Türk çelik ürünlerine talepte yaşanan artış olarak açıklayabiliriz.

Başta ABD ve AB olmak üzere sektörümüzün önemli ihracat pazarlarında karşılaştığı korumacılık engellerinden bir an önce kurtulmasını ve kayıp yaşadığı bölgelerde yeniden etkin olmasını sağlamak 2020 yılında da öncelikli hedefimiz olacak. İthalatlarında payımızın az olduğu uzak pazarlardan Güneydoğu Asya, Batı Afrika ve Latin Amerika bölgelerinin çelik ithalatları artış göstermekte. Yüksek potansiyel gördüğümüz bu bölgelerin artan çelik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çalışmalar, kayıp yaşanan pazarların telafi edilmesinde büyük önem taşıyor; o yüzden bu bölgeleri 2020 hedef pazarlarımız olarak belirledik. Ayrıca Türk çeliğini dünyaya tanıtmak ve ihracat yelpazemizi genişletmek için sektörel ticaret heyetleri düzenlemeye, Ur-Ge projelerimiz doğrultusunda alt sektörlerimize yönelik çalışmalarda bulunmaya devam edeceğiz. Bu doğrultuda 2020 yılında ihracatın 14 milyar doların üzerine çıkmasını hedefliyoruz. Miktar bazında ihracat hedefimiz ise 20 milyon ton civarında.



400 TON

Türkiye'de bir ton ham çelik üretiminde ortaya çıkan CO₂ salınım miktarı



14 MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin 2019 yılındaki çelik ihracatı

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER

ANA SEKTÖR

KONUMUNU KORUDU

Türk ürünleri sektörün önde gelen ülkeleri tarafından tercih ediliyor. Bu pazarlar Türk şirketlerinin güvenilirliğini ve ürünlerinin yüksek kalitesini dikkate alıyor.



TAHSİN ÖZTİRYAKI

*Demir ve Demir Dışı Metaller
Konseyi Başkanı*

İhracatçılar birliği olarak Türk ihracatçılarına, daha çok yeni pazara ulaşabilmelerini sağlamak üzere, uluslararası pazarlama etkinlikleriyle destek olmaya devam edeceğiz. 2020 yılında önde gelen uluslararası fuarlara 11 ulusal şirketle katılmayı ve önemli uluslararası konferanslarda yer almayı planlıyoruz.

Halihazırda ticaret amaçlı etkinlikler planladığımız ülkeler arasında Özbekistan, Dubai, Umman, Katar, İtalya ve Malezya yer alıyor. Bu süre zarfında üyelerimizi eğitimler, Ar&Ge programları ve grup projeleriyle desteklemeye devam edeceğiz.

2019 yılı Kasım ayı sonuna kadar geçen süre zarfında Türk demir ve demir dışı metal sanayiinin ihracat değeri 2018 yılına oranla yüzde 0,74 artmıştır. Hedefimiz yıl sonunda 8,3 milyar dolarlık ihracata ulaşmaktır.

Ocak-Kasım 2019 döneminde alüminyum grubu ürünler 2,83 milyar dolarlık ihracat değeri ile endüstrimizin başını çekmektedir. Bunu 1,73 milyar dolarla çelik ürünler, 1,65 milyar dolarla metal ürünler ve 1,21 milyar dolarla bakır ürünler izlemektedir. 2020 yılında ihracatın yüzde 15 oranında büyüyerek, 9,5 milyar dolara ulaşacağını öngörüyoruz. 2019 yılında sektörümüzün en fazla ihracat yaptığı ülkeler yüzde 12,05 ile Almanya, yüzde 6,25 ile İtalya, yüzde 5,26 ile İngiltere, yüzde 4,65 ile ABD ve yüzde 3,61 ile Romanya oldu. 2020 yılında her sektör için hedef pazarlar belirlemeye çalıştık. Gördüğümüz kadarıyla ABD tüm alt ürün gruplarımız için bir hedef pazar oluşturuyor. Gelecekte iki ülke arasındaki ticaret hacminin 100 milyar dolara ulaşması bekleniyor. ABD'yi çok dikkat ederek hedef ülkelerden biri olarak belirledik. Ticaret Bakanlığı'nın ev sahipliğinde Türkiye Tanıtım Grubu (TTG) ile bir araya geldik ve Türk ürünlerini ABD'de tanıtmak üzere yeni projeler planladık. Pazarlama stratejimiz ve hedeflerimiz doğrultusunda yurt dışı fuarlarda ve ticari etkinliklerde reklam kampanyaları gerçekleştireceğiz.



Demir ve demir dışı metal sanayisi Türkiye'de ihracat yapan sanayiler arasında beşinci sırada yer alıyor. 2019 yılı Ocak-Kasım dönemi toplam ihracat değeri 7,6 milyar dolar olan sektörün Türkiye'nin toplam ihracatındaki oranı yüzde 4,5.

Yıl bazındaki rakamlara bakıldığında 2018 yılında 8 milyar doların üzerinde ihracat yapan sektör, 2019 yılında bu oranı yüzde 0,5 artırarak, 8 milyar 122 milyon doların üzerine çıkardı. 2019 yılı itibarıyla ihracattaki payı ise yüzde 4,5 oranında.

Demir ve demir dışı metaller sanayisi alüminyum, bakır, donanım, döküm, profesyonel mutfak donanım ve gereçleri, kaynak materyalleri, metal ambalaj ve inşaat malzemeleri sektörlerinden oluşuyor. İhracatta başı çeken alüminyum sektörünü, demir ve çelik ürünleri ve bakır izliyor. Bir takım alt sektörler dünya ihracatında ön sıralarda yer alıyor. Dünyanın en büyük bakır kaplamalı tel ihracatçısı konumunda bulunan Türkiye, alüminyum profilli ürünler ile metal kapı ve pencere aksesuarlarında altıncı ve endüstriyel mutfak donanımında ise ilk 10 arasında yer alıyor.

Yüzde 52,94 ihracat oranıyla Türkiye metal ürünlerinin Avrupa ülkelerinde önemli bir yeri var. Bunu yüzde 13,4 ile Orta Doğu, yüzde 12,53 ile Avrupa'nın geri kalanı ve yüzde 6,55 ile Kuzey Afrika izliyor. Ürünler sektörün önde gelen ülkeleri tarafından tercih ediliyor. Bu pazarlar Türk şirketlerinin güvenilirliğini ve ürünlerinin yüksek kalitesini dikkate alıyor. Küresel olarak bakıldığında, ticaret savaşları ve korumacı politikalar bu sene demir ve demir dışı metaller sektörü için en temel problemlerden biri oldu. İhracatçıların yeni pazarlara açılabilme becerileri sayesinde bu sorunun önemli ölçüde önüne geçildi.



8,1 MİLYAR DOLAR

2019 yılındaki
ihracat rakamı

TEKSTİL VE HAM MADDELERİ

HER TÜRLÜ ÜRETİMİN MERKEZİ

Sektör sürdürülebilirliğini ve kârlılığını koruyabilmek için ABD, Avrupa Birliği ve Uzak Doğu pazarlarındaki payını artırmayı hedefliyor. Rekabetçi yapısıyla dikkat çeken sektör, Türkiye'ye en fazla döviz girdisi sağlayan sanayilerden biri.



Tekstil üretimi uluslararası pazarlarda son derece rekabetçi aynı zamanda da Türkiye'ye en büyük döviz girdisi sağlayan sanayilerin başında geliyor. Endüstrinin ihtiyacı olan hammaddenin büyük bir bölümü yerel pamuk ve yün üretimiyle sağlansa da sentetik hammadde üretimi de her geçen gün artıyor. Dev Türk tekstil endüstrisinin bir alt grubu olan kumaş endüstrisi, Türk giyim ve ev tekstilinin son 20 yılda dünya pazarında gösterdiği varlık nedeniyle son yıllarda önemli ilerlemeler kaydediyor.

Türk kumaş apre sektörü tüm boyasız kumaşları işleyecek kapasitesiyle ön plana çıkıyor. Bu sektör işlem kapasitesi, modern teknolojisi ve ürün kalitesiyle AB standartlarında üretim yapıyor. Türk kumaş sanayisi teknolojisi, geniş

ürün yelpazesi ve kalitesinin yanı sıra ürünlerindeki yaratıcılık ve tasarım yaklaşımıyla da uluslararası pazarlarda ön plana çıkıyor.

Sektör gelişmiş yapısına ek olarak son derece kalifiye bir iş gücünü de bünyesinde barındırıyor. Esnek yapısının yanı sıra, hızla yeni teknolojilere adapte olmasıyla da dikkat çeken sektör, uluslararası pazarların değişen tüketici taleplerine hızla tepki verebiliyor. Müşteri memnuniyetini temel alan sektör, zamanında gerçekleştirdiği ürün teslimatlarıyla da rakiplerinden ayrılıyor. 2018 yılını 8,5 milyar dolara yakın bir ihracat rakamıyla kapatan sektör, 2019 yılında küçük bir gerileme yaşasa da yine de 8 milyar dolarla kapatmasını bildi. Sektörün 2019 yılı toplam ihracatındaki payı ise yüzde 4,4 oldu.



ZEKİ KIVANÇ

*Tekstil ve Hammaddeleri
Konseyi Başkanı*

Sektörün sahip olduğu özellikler Türk kumaş üretici ve ihracatçılarına uluslararası arenada itibar kazandırmıştır. Her ne kadar Türkiye dünyanın önde gelen pamuk üreticilerinden olsa da yerel üretim ülkenin üretim ihtiyacını karşılamamaktadır. Gerek pamuklu tekstil sanayisi gerekse sentetik tekstil sektörü gelişmiş sektörlerdir. Dünyada büyük bir sentetik üretim kapasitesine sahip olan Türkiye, özellikle yüzde 100 polyester ve polyester pamuk karışımı, viskoz, naylon, polyamid, yün, keten ve/veya bunların çoklu karışımını üretecek potansiyele sahiptir.



7,9 MİLYAR DOLAR

Tekstil ve ham maddeleri sektörünün 2019 yılında gerçekleştirdiği ihracat



%4,4

Toplam ihracattan aldığı pay

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ

HEDEF, İLK 10 MOBİLYA ÜRETİCİSİNDEN BİRİ OLMAK

Dünya sıralamasında 13'üncü olan Türk mobilya sektörü, 179 ülkeye ihracat yapıyor. Sektörün hedefi 2023 yılında dünyanın ilk 10 mobilya ihracatçısı arasında yer almak.



Türk mobilya sektörü 2018 yılında 240 milyar dolara ulaşan dünya çapındaki ihracatıyla Türkiye'nin önde gelen yüksek katma değerli sektörleri arasında yer alıyor. Sektör tüketicinin hızla değişen tüketim, moda, tasarım ve mimari gibi algıları nedeniyle dinamik yapısıyla ön plana çıkıyor. Bu çerçevede Türkiye'nin birçok bölgesinde geniş yelpazede üretim yapılıyor. Özellikle İstanbul, Bursa, Kayseri ve Ankara'da bulunan 36 bin üretici ve 15 bin ihracatçı ile sektör büyümeye devam ediyor. Toplam üretiminin yüzde 36'sını 179 ülkeye ihraç eden mobilya sektörü, yıl içinde yüzde 10 oranında büyüdü. Kağıt ve mukavva ambalaj sektörü ise yıl içinde yüzde 17

büyüyerek, Türkiye'yi Avrupa'da beşinci sıraya taşıdı. İhracat rakamları her sene artan mobilya, kağıt ve orman ürünleri sektörü, 2023 yılında 10 milyar dolarlık bir ihracat değerine ulaşarak, tüm rekorlarını geride bırakmayı hedefliyor.

Çok hızlı bir değişim ve gelişim sürecinde olan sektör oyuncularını, 2023 yılında 25 milyar dolarlık üretim, 10 milyar dolarlık ihracat değerlerini yakalayarak, dünyanın ilk 10, Avrupa'nın ise ilk beş ihracatçısı arasında olmayı hedefliyor. 2018'i 5 milyar doların biraz üzerinde tamamlayan mobilya, kağıt ve orman ürünleri sektörü, 2019 yılında 5,5 milyar doların üzerine çıkarak, ihracattaki en başarılı sektörlerden biri oldu.

**AHMET GÜLEÇ**

Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri Sektörü Konseyi Başkanı

Mobilyada hedefimiz kilogram başına ihracat değerinin 7 dolara ulaşmasıdır. Katma değerimizi inovasyon, yenilenme ve tasarıma odaklanarak artırabiliriz. Nitekim Türk mobilya sektörü son 10 yılda dünyaya konsept ürünler satmaya başladı. Dolayısıyla burada temel konu üretime teknolojiyi entegre etmektir. Bu bakış açısına sahip ülkeler sektöre yön veriyor. Bugün dünyada en çok ihracat yapan 13. ülkeyiz.

Mobilya sektörü Almanya, Katar, İngiltere, ABD, İsrail, Irak, Suudi Arabistan ve Libya gibi pazarlarda büyük başarıya ulaştı. ABD'deki varlığımızı pazar payımızı artırarak sürdürmeyi hedefliyoruz.

Bunun yanı sıra Çin, Avrupa ve Güney Amerika pazarlarına da halihazırda olan ihracatımızı artırarak, 2023 yılının sonunda dünya mobilya sektörü pazarından yüzde 2,5 oranında bir pay almayı hedefliyoruz. İngiltere, Almanya, Irak ve Fransa gibi ülkelerde son derece başarılı olan mukavva ambalaj ihracatçılarımız, kendilerini daha az etkin oldukları Sahra Altı Afrika, Orta Doğu, Latin Amerika ve ABD pazarlarında kanıtlamayı hedefliyor.

**179**

Sektörün ihracat yaptığı ülke sayısı

**13'üncü**

En çok ihracat yapan ülkeler arasında Türkiye'nin bulunduğu konum

İKLİMLENDİRME

AVRUPA'NIN
ÜRETİM ÜSSÜ OLDU

Türkiye, split klimadaki üretim kapasitesi ile Avrupa'da pazar lideri, radyatör ve havlupanda ise dünya lideri konumuna ulaştı. Sektör soğutma, tesisat gibi diğer ürün gruplarında da dünya sıralamasında ilk 10'a girmeyi hedefliyor.



Küresel ticarete yaşanan gelişmeleri yakından takip eden Türkiye iklimlendirme sektörü, Ar-Ge merkezi statüsü kazanan 20'ye yakın firmasıyla inovatif ve katma değeri yüksek ürünlerin üretim merkezi konumuna geldi. Türkiye iklimlendirme sektörü ihracatçısının kilogram (kg) başına katma değeri 4,3 dolar; bu tutar Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde. Türkiye, 504,7 milyar doların üzerindeki global iklimlendirme pazarından yaklaşık yüzde 1 pay alıyor. 2023 yılında ise global pazardaki payını yüzde 1,5'e çıkarmayı hedefliyor.

KÜRESEL REKABET GÜCÜ YÜKSEK

Türkiye iklimlendirme sektörünün dördüncü sanayi devrimi kapsamındaki dijitalleşme çalışmaları, sürdürülebilirlik, çevre duyarlılığı, enerji verimliliği ve üniversite-sanayi iş birliği konularındaki duyarlılığı küresel rekabet gücünü artırıyor. Ürünlerinin kalitesini en üst standartlardaki kalite belgeleriyle tescilleyen (UL, Eurovent, AHRI,

ISO, CE, TÜV, etc.) Türkiye iklimlendirme sektörü firmaları, ERP (Energy-related Products) direktiflerinin gerekliliklerini doğrudan karşılayan, çevreci ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını artıran tasarruflu ürünler üretiyor. Bu sayede Türkiye ihracatının yüzde 50'sini oluşturan AB ülkelerinin önemli bir tedarikçisi konumunda.

HEDEF DÜNYADA İLK 10'A GİRMEK

175 ülkeye ihracat yapan sektörü, küresel değer zincirine entegre olarak daha fazla katma değer üreten bir model ile yoluna devam ediyor. Tüm bu gelişmeler ve Türkiye'nin jeopolitik konumu sayesinde sektör, Avrupa'nın üretim üssü konumuna geldi. Özellikle son yıllarda yabancı sermaye yatırımları hızla arttı. Türkiye, split klimadaki üretim kapasitesi ile Avrupa'da pazar lideri, radyatör ve havlupanda ise dünya lideri konumuna ulaştı. Soğutma, tesisat, yalıtım ve havalandırma gibi diğer ürün gruplarında da benzer başarıları yakalamayı ve dünya sıralamasında ilk 10'a girmeyi hedefliyor. 2019 yılı Türkiye iklimlendirme sanayi ihracatı için oldukça başarılı geçen bir yıl oldu. İhracat yılın 11 aylık döneminde, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,6 artarak, 4 milyar 288 milyon dolara yükseldi. Yıl bazında bakıldığında ise bu artış yüzde 3,2 olarak gerçekleşti. 2018 yılında 4,5 milyar dolarlık ihracatın yapıldığı sektör, 2019 yılını 4 milyar 679 milyon ile kapattı. Türkiye iklimlendirme sektörünün en çok ihracat yaptığı ülke Almanya olurken, bu ülkeyi İngiltere, İtalya, Fransa, Romanya, Irak, Rusya, Polonya, İspanya, Çin ve ABD takip etti. Sektörün bu yılki ihracat performansı dış ticarete Türkiye ortalamasının üzerinde büyüme gösterdi.



SALİH ZEKİ POYRAZ

İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Başkanı

İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) olarak sektörümüzün sürdürülebilir bir ihracat artışı yakalayabilmesi ve dünya çapındaki tanınırlığının artırılması amacıyla çalışıyoruz. Düzenlediğimiz ticaret ve alım heyeti organizasyonları, sektör tanıtım günleri ve Milli Katılım fuar organizasyonlarıyla ihracat çitimizi daha yukarı taşımayı hedefliyoruz. Bu kapsamda İSİB'in "2020 yılı Etkinlik Takvimi"ni oluşturup, üyelerimizle paylaştık. Kenya, Angola, Etiyopya, Cezayir ve Senegal'de "İklimlendirme Sektörü Tanıtım Günleri", Pakistan, Avustralya ve Almanya'da "milli fuar katılımları" organize ediyoruz. Ayrıca 17-20 Mart'ta İtalya'nın Milano şehrinde düzenlenecek Mostra Convegno Expocomfort Fuarı'nın partner ülkesi olduk. 2020 yılında "Ticaret Heyeti" organizasyonlarına da ağırlık verdik. Brezilya, İngiltere, İrlanda, Macaristan, Güney Afrika, Katar, Kuveyt ve Ürdün'e ticaret heyeti düzenliyoruz.



4,7 MİLYAR DOLAR

2019'da yapılan
ihracat miktarı



175

İhracat yapılan ülke sayısı

MADEN

HEDEF ÜLKE EKONOMİSİ İÇİN DAHA FAZLA DEĞER YARATMAK

Dünyada üretilen 90 maden türünün 80'ine ev sahipliği yapan Türkiye, 150 farklı türdeki doğal taşı ve 650 mermer çeşidiyle 197 ülkede tercih ediliyor. Sektör, 2019'u 4,3 milyar dolarlık ihracatla kapattı.



Maden ekonomiler için her zaman kilit bir öneme sahip olmuştur. Türkiye'deki maden sektörü de tüm diğer sektörlerle ürettiği ham maddeyle ülke için 40 milyar dolara yakın bir değer oluşturuyor. Dünyada üretimi yapılan 90 maden türünün 80'i Türkiye'de bulunuyor. Türkiye ayrıca 150 farklı türde doğal taş ve 650 mermer çeşidine ev sahipliği yapıyor. Türkiye'den çıkarılan madenler ise dünyadaki 197 ülkede kullanılıyor. Bu zenginliğin ülke ekonomisine daha fazla değer yaratarak katkı sunması için, hem ihracat tarafında hem de iç piyasada çeşitli stratejiler oluşturuluyor. Maden sektörünün bir diğer kategorisini oluşturan doğal taş tarafında da aynı hassasiyetlerle projeler yürütülüyor ve daha fazla pay almak adına hedef pazarlarda derinleşme stratejileri uygulanıyor. Bu durum Türkiye'nin dünya doğal taş ithalatının yaklaşık yüzde 11,5'ünü

karşılıdığı düşünüldüğünde daha da fazla önem kazanıyor. Doğal taş iki kategoriye ayrılıyor; Türkiye'nin yoğun olarak sahip olduğu doğal taşları yumuşak kayalar grubunda yer alan mermerler oluşturuyor. Bu şekilde bakıldığında dünya ithalatı işlenmiş mermerde 4 milyar dolar, blok mermerde ise 3 milyar dolar. Türkiye işlenmiş mermerde dünya ithalatının yüzde 25'ini, blokta ise yüzde 33'ünü karşılıyor.

Maden sektörü 2019 yılının ilk 11 ayında miktar bazında 25,062 milyon ton, değer bazında ise 3 milyar 994 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 5,82'lik bir düşüş söz konusu. 2019'u toplamda 4,3 milyar dolarlık ihracatla kapatan Türk maden sektöründe, doğal taşın bu rakam içindeki payı ise 1,864 milyar dolar oldu. 2020 yılında ise büyüme hedefi yüzde 5 olarak öngörülüyor.



AYDIN DİNÇER

İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMBB) Başkanı

Mevcut pazarlarımızı korumakla birlikte yeni pazarlara ihracatımızın artması yönündeki faaliyetler önceliklerimiz arasında. Sektörün hedeflerine ulaşması için her ay başka bir ülkeye ticaret heyeti organizasyonu düzenliyoruz. 2019 yılı içinde 20 farklı ülkeye Türk maden ve doğal taşını tanıtmak için ticaret heyeti organizasyonları düzenledik. Doğal taşta hedef pazarımız ABD; bu kapsamda bölgenin en büyük fuarı olan "Coverings The Global Tile and Stone Experience" a katılacağız. Ayrıca İtalya'nın Verona şehrinde düzenlenecek "Marmomac Stone, Design and Technology" fuarına da milli katılım sağlayacağız. Öte yandan Türkiye'de de mimarlara kendimizi daha iyi anlatmak için mimarlık fakültelerinde doğal taşlarımızın tanıtılmasını sağlayan dersler, seminerler ve workshop'lar yanı sıra her yıl doğal taş tasarım yarışması düzenliyoruz. Ayrıca Türk doğal taşlarını yabancı mimar, iç mimar, tasarımcı ve proje sahiplerine tanıtmak amacıyla iki ayda bir İngilizce ve Türkçe olarak Natura dergisini yayınlıyoruz. Bununla birlikte Türk doğal taşını yurt dışında marka haline getirmek için geliştirdiğimiz "Turkish Stones" marka çalışmalarını kapsamında tasarım yönümüzü ortaya koyduğumuz organizasyonlarda daha fazla görünür olacağız.



20

Geçen yıl tanıtım amaçlı düzenlenen ticaret heyeti organizasyonu



%11,5

Türkiye'nin dünyadaki doğal taş ithalatında karşıladığı oran

MÜCEVHER

TÜRKİYE'NİN PARLAYAN SEKTÖRÜ

Türkiye mücevher endüstrisi 250 bin kişiye istihdam sağlamakla kalmıyor, dünyanın bu alandaki en büyük üç üreticisinden biri olarak da dikkat çekiyor.

Türk mücevher sektörü, yaratıcı tasarımlar ve modern teknikler taşıyan, zengin mücevher yapımı geleneği ile fark yaratıyor. Türkiye mücevher endüstrisi 35 bin perakendeci, 6 bin üretici, uluslararası standartlarda iki rafinerisiyle 250 bin kişiye istihdam sağlıyor. Dünyanın en büyük üç mücevher üreticisinden biri olan Türkiye, aynı zamanda İtalya ve Çin'le birlikte dünyanın en büyük üç ihracatçısı arasında yer alıyor. Pazar olarak bakıldığında külçe hariç altın yani mücevher ticaretinde Çin, ABD, Hindistan ve Rusya ile birlikte dünyanın en büyük beş pazarından biri. Geleneksel yaklaşım ile yaratıcılığı harmanlayan Türk mücevher pazarı, özellikle Avrupa ve Orta Doğu'dan alıcıların ilgisini çekiyor. Hızla artan taleple sektörün ihracat rakamları da gittikçe büyüyor. Şu anda tek vardiya ile 16-17 milyar dolarlık bir üretim kapasitesine sahip olan Türkiye, bunu iki ya da üç katına çıkardığında 50-60 milyar dolarlık rakamlara kolayca ulaşabilecek durumda.

YÜZDE 40'I İHRAÇ EDİLİYOR

Bugün, üretilen mücevherlerin yüzde 40'ı ihraç ediliyor. Geriye kalan kısmı ise yurt içi tüketiciye, turistlere ve bavul ticareti yapanlara satılıyor. Türkiye aynı zamanda önde gelen mücevher dönüştürme kapasitesine sahip ülkelerden biri. Yıllık yaklaşık 400 ton altın ve 200 ton gümüş işleyen Türk mücevher sanayisi, Çin, ABD ve Rusya'yla birlikte önde gelen beş pazardan biri. Üretimde ise Türkiye, İtalya ve Hindistan'la birlikte ilk üçte yer alıyor. Özellikle son üç yılda mücevher ihracatında önemli bir artış söz konusu. 2018 yılında 4,4 milyar dolara yakın ihracat yapan mücevher sektörü, olumsuz



ekonomik şartlara rağmen 2019 yılını çok az bir kayıpla 4 milyar 100 milyon doların üzerinde tamamladı. 2023 yılı için belirlenen ihracat hedefi ise 12 milyar dolar.



400 TON

Türkiye'nin yılda
işlediği altın miktarı



12 MİLYAR DOLAR

Mücevher sektörünün
2023'teki ihracat hedefi



MUSTAFA KAMAR

Mücevher Sektörü Konseyi Başkanı

Tasarım güçlü tarafımız, çok yatırım yapıyor; eğitimler ve tasarım yarışmaları düzenliyoruz. Tüm mücevher firmalarına tasarım departmanı açmalarını söylüyoruz. Devir iletişim ve ilişki devri; biz de yapacağımız bütün pazarlama çalışmalarını "relation & communication" mottosuyla yürütüyoruz. Bu kapsamda tatil formatında bir B2B yaratmaya karar verdik. Önce Suudi Arabistan'la başladık, orada bir otel kiraladık ve herkese "gelin misafirimiz olun, hem tatil yapın hem de ilişkilerimizi geliştirelim" dedik. Daha sonra aynısını Miami'de yaptık, ABD ve Latin Amerika'dan 125'e yakın firmayı davet ettik. Orada onlara hem bir tatil fırsatı sunduk hem de kendileriyle tanışarak, koleksiyonlarımızı gösterme şansı elde ettik. Bu format ABD'de çok tuttu. Daha sonra hedef noktalarımızı dünyada dörde bölmeye karar verdik. 3-7 Ocak tarihleri arasında Antalya'da Rusça konuşulan 16 ülke ve Doğu Avrupa ülkelerinden oluşan 25 ülkeden 200 alıcıyı bir araya getirdik. Gelecekte de özellikle Rusya, Türk Cumhuriyetler ve Doğu Avrupa'yı kapsayan yakın bölgede, varlığımızı etkin olarak göstermek istiyoruz.

İHRAÇAT YAPTIĞIMIZ ÜLKELER

Ağırlıklı olarak İran, Irak, Suriye, Dubai, Suudi Arabistan, Pakistan ve Hindistan'a ihracat yapıyoruz. Toplamda 7,2 milyar dolarlık bir altın ihracatımız, 4 milyar dolarlık civarında mücevher ihracatımız ve ortalama 6-7 milyar dolar da iç piyasada ticaretimiz var. 2023 yılında mücevher sektörünün ihracat hedefi ise 12 milyar dolar.

ÇİMENTO, CAM, SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ

ÇİMENTO ÜRETİMİNDE AVRUPA'DA 1'İNCİYİZ

Türkiye küresel pazarda üç sektörde de önemli oyuncularından biri. Avrupa'nın ve dünyanın başlıca üretici ve ihracatçı ülkeleri arasında yer alan Türkiye, 200 ülkeye ihracat yapıyor.



Türkiye'nin çimento, cam, seramik sektörlerindeki deneyimi köklü bir geçmişe dayanıyor. Ülke olarak talebe göre üretim esnekliği, geniş ürün yelpazesi ve çeşitliliği, hızlı ulaşım gibi üstünlükler rekabet kabiliyetimizi artıran unsurlardan... Türkiye küresel pazarda üç sektörde de önemli oyuncularından biri. Avrupa'nın ve dünyanın başlıca üretici ve ihracatçı ülkeleri arasında yer alan Türkiye, Avrupa'dan Amerika kıtasına, Orta Doğu'dan Afrika'ya kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan alanda 200 ülkeye ihracat yapıyor. Türkiye çimento üretiminde Avrupa'da 1'inci, dünyada 4'üncü, ihracatta Avrupa'da 1'inci, dünyada 3'üncü ülke. Seramik sağlık gereçleri üretiminde ise Avrupa'da 1'inci, dünyada 5'inci, seramik kaplama malzemeleri üretiminde Avrupa'da 3'üncü, dünyada 8'inci ve her iki sektör ihracatında da dünyada 5'inci sırada bulunuyor. Türkiye cam sektöründe düzcam, camdan sınav kaplar ve cam ev eşyaları ile ön plana çıkıyor. Düzcam alanında Türkiye üretimde Avrupa'da 1'inci, dünyada 5'inci, cam ev eşyası üretiminde de Avrupa'da 2'nci, dünyada 3'üncü sırada

ve dünya cam ev eşyası ihracatında 6'ncı ülke konumunda yer alıyor. Çimento, cam ve seramik sektörlerinin ihracat artışı 2019 yılında da devam etti. Sektörün 2018 yılı ihracatı 3 milyar dolara yaklaşırken, 2019 yılında yaklaşık yüzde 18 artarak 3,5 milyar doların üzerine çıktı.



1'inci

Türkiye'nin çimento üretiminde Avrupa'da bulunduğu konum



200

Türkiye'nin ihracat yaptığı ülke sayısı



FEYYAZ ÜNAL

Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı

Türkiye'nin dünyadaki lider pozisyonu devam ettirmek ve sürdürülebilir kılmak için yüksek kapasiteli modern tesislerin yatırımlarına devam ediliyor. Tasarım kültürü güçlenirken, Ar-Ge yatırımları ve enerji maliyetlerini azaltmaya yönelik çalışmalar da yapılıyor. Çimento sektöründe ihracat artışı yüzde 45'le birliğin genel ortalamasının üstünde seyrediyor. Çimento sektöründe en çok ihracat yaptığımız ülkeler, ABD, İsrail, Gana, Fildişi Sahili ve Gine. Seramik sektöründe Almanya, İngiltere, ABD, İsrail ve Fransa yer alıyor. Cam ihracatında da yine en önemli pazarlarımız Almanya, İtalya, ABD ve İngiltere'den oluşuyor.

ZAK KONFERANSI'NA EV SAHİPLİĞİ YAPACAK

2020 yılında Türkiye'nin imajını artırmaya yönelik faaliyetlerin yanı sıra ihracatın artmasına katkı sağlayacak çalışmalarımıza devam edeceğiz. Uluslararası alanda sektörlerimiz en önemli fuar ve konferanslara iştirak ediyor. Reklam ve tanıtımlarla görünürlüğümüzü artırıyor, üyelerimizin yabancı alıcılara ulaşmasını sağlıyoruz. 2019 yılında çimento sektörünün en önemli uluslararası konferansı olan INTERCEM Konferansı'na ev sahipliği yaptık ve 500 yabancı katılımcıyı İstanbul'da ağırladık. 2020 yılında da cam sektöründe Uluslararası ZAK Konferansı'na İstanbul'da ev sahipliği yapacağız. Tasarımın gücünü öne çıkarmak ve teşvik etmek amacıyla da bir tasarım yarışması düzenlemek istiyoruz.

SAVUNMA SANAYİ

SAVUNMA SANAYİ DÜNYA LİĞİNE YÜKSELİYOR

Türkiye savunma sanayi son 10 yılda gerek ekonomik gerekse teknolojik olarak hız kazandı. Türkiye'nin son altı yılda toplam ihracat artış değeri yüzde 10,5 iken, savunma sanayi yüzde 61,3'lük bir artış oranına ulaştı.



Türk savunma sanayisi, son yıllarda yerel ve ulusal üretimin desteğiyle teknolojinin dinamo sektörü haline geldi. Terörle savaşmak ve sınırları korumak üzere artan teknolojik ihtiyaç, uluslararası arenada gizli bir ambargo nedeniyle karşılanamayınca, Türk savunma endüstrisi harekete geçti. Güvenlik tedbirleri tamamen devletleştirildi. Sınır ötesi güvenlik istihbarat kaynakları tarafından sağlanırken, terörist organizasyonlara karşı ise zırhlı araçlar, yerel üretim mühimmat ve taarruz helikopterleri ile daha etkin savaşıldı.

YERELLİK ORANI

GÜN GEÇTİKÇE ARTIYOR

Şirketler, yatırım ve Ar&Ge çalışmalarına hız vererek, projelerde yerellik oranını

yüzde 75'e çıkardı. Dışa bağımlılığın önüne geçerek, sektör ihracata başladı ve katma değeri en yüksek sektörlerden biri oldu. Yüzde 85 dışa bağımlı iken, bugün Türk savunma sanayisi yüzde 70 yerel üretimle, ihracatta 2,5 milyar dolara, proje bazında ise 60 milyar dolara ulaştı. Geçen yılın Ocak-Kasım dönemi ile karşılaştırıldığında sektörün ihracatı bu yıl yüzde 40 oranında arttı ve son 12 ayda 2,8 milyar dolara ulaştı. Yıl bazında bakıldığında savunma sanayisi yüzde 36'lık büyüme ile sektörler arasında en iyi çıkış yakalayan sektörler arasında yer alıyor. Savunma ve Havacılık Sanayi, 2018 yılında 2 milyar 35 milyon dolarlık ihracat yaparken, 2019 yılında bu rakam 2 milyar 740 milyon doları aşma başarısını gösterdi.



MUSTAFA KAVAL

Savunma ve Havacılık Sanayi
İhracatçıları Birliği Başkan Yrd.

Türkiye'nin kilogram başına ihracat değeri 1,32 dolar iken, savunma ve havacılık-uzay sanayisinde bu değer 46,59 dolara ulaştı. Diğer bir deyişle savunma ve havacılık sanayisi yatırımlarının geri dönüşü, diğer sektörler göre 50 kere daha hızlı. Savunma sanayisinin yükselmesinde yeni ürün ve platformların ortaya çıkması etkin oldu. Şirketlerin yeni ürünler ortaya koymasıyla, yeni pazarlar ortaya çıktı. ASELSAN, Türk Havacılık-Uzay Sanayi (TUSAS), Otokar Savunma ve Otomobil Sanayi, BMC Otomotiv Ticaret ve Sanayi, Roketsan ve STM satış rakamlarıyla, dünyanın en büyük 100 savunma şirketi arasında yer aldı. Buna ek olarak HAVELSAN, TEİ, FNSS, Alp Havacılık, NuroL Makine, Kale Kilit ve Kalıp Sanayi, Karel Elektronik, MKEK ve Baykar dünyada en hızlı büyüyen şirketler arasında yerlerini aldı. Halihazırda süre gelen 690 projemizle 2023 yılında 10,2 milyar dolarlık ihracata ulaşmayı hedefliyoruz. Potansiyel gördüğümüz Güneydoğu Asya, Orta ve Güney Amerika, Afrika gibi pazarlarda etkinliğimizi artırmak istiyoruz.



690

Halihazırda devam eden
proje sayısı



10,2 MİLYAR DOLAR

2023 yılında ulaşılacak
istenilen ihracat hedefi



%70

Sektördeki
yerlilik oranı

HALI

DÜNYA İHRACATININ %39'UNU TEK BAŞINA KARŞILIYOR

Halı sanayisinde küresel liderlerden biri olan Türkiye, son yıllarda azalan alternatif halı üreticileri nedeniyle 2019 yılında ihracatını bir önceki yıla oranla yaklaşık yüzde 12 artırarak, 2 milyar 535 milyon dolara çıkardı.



Türkiye makine halısında dünya ihracatının yüzde 39'unu gerçekleştiriyor. Türkiye'den ithalat gerçekleştiren ülkeler arasında ABD, Almanya, Arjantin, Tayland, Moğolistan, Moritanya, Yeni Zelanda ve Avustralya yer alıyor. Türkiye'nin en yakın rakibi olan Hindistan'ın pazar payı ise yüzde 11. Önceki ana üretici Belçika'nın pazardan neredeyse tamamen çekilmesi, bir diğer önemli üretici İran'ın ihracatının ambargolar nedeniyle azalması ve dünyanın en büyük üreticisi Mısır'ın politik sorunlar nedeniyle tedarikte sorunlar yaşaması, Türkiye'nin elini güçlendiriyor. Son 15 yılda yaptığı yatırımlarla makine halısı üretiminin büyük bir bölümünü gerçekleştiren Türkiye'de, bu alandaki ihracat her geçen sene artıyor. Ancak Pakistan ve Hindistan, el yapımı halı üretiminde sahip olduğu deneyimle makine halısı üretimine de yatırım yapmaya başladı. Uzmanlara göre bu durum Türkiye için orta vadede ciddi

anlamda bir rekabet arz ediyor. Özellikle bu ülkelerde hammadde ve iş gücü maliyetlerinin Türkiye'ye nazaran düşük olduğu göz önüne alındığında, gelecek 10 yıl içinde ihracat pazarındaki rekabetin artacağına hiç şüphe yok.

Türkiye'de üretilen halılar arasında polipropilen karışımı ve yüksek kaliteli bambu-viskoz dokuması halılar tercih ediliyor. Yapay ve sentetik elyaftan dokunmuş halıların yüzde 67'si Türkiye'de üretiliyor. Türkiye'nin makine halısı ihracatının yüzde 85'ini Gaziantep karşılıyor. Gaziantep yalnız ülkemizin değil, dünyanın da en önemli üretim ve ihracat merkezi konumunda yer alıyor. 2018 yılında 2 milyar 264 milyon dolar ihracat gerçekleştiren sektör, 2019 yılında ihracatını 2 milyar 535 milyon dolara taşıyarak yaklaşık yüzde 12 oranında artırdı. Sektörün toplam ihracattaki payı ise yüzde 1,4.



SALİHATTİN KAPLAN

Halı Sektörü Konseyi Başkanı

Türk halı sanayisi geleneksel Orta Doğu pazarından gelişmiş ülke pazarına doğru kayarak ürün yelpazesini genişletti. Tanıtım çalışmaları hızla büyüyen ABD pazarına odaklandı. Sektörün 2020 yılı hedefi 3 milyar dolar. Halı sektörü, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Birliği ortaklığında oluşturduğu "Türkiye: Potansiyeli Keşfet" markası ve "Türk Halısı" sloganıyla yoluna devam ediyor. Bunlara ek olarak patent başvurusunu tamamladığı ve logosu tasarım aşamasında olan "Türk Düğümü" markasıyla da Türk halısını tüm dünyaya tanıtmayı hedefliyor.



GAZİANTEP

**Türkiye'nin makine halısı
ihracatının yüzde 85'ini tek başına
Gaziantep karşılıyor.**



3 MİLYAR DOLAR

**Sektörün
2020 ihracat hedefi**

SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER

CAZİBESİNİ ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİNE BORÇLU

Türkiye dünyada son yılların en hızlı büyüyen yiyecek sektörü olan su ürünleri kültürü endüstrisinde önemli oyuncularından biri olmayı başardı. Bugün Türkiye en büyük çipura ve levrek üreticisi konumunda.



Artan dünya nüfusu ile var olan protein kaynakları insanoğlunun beslenme ihtiyaçlarını karşılayamaz hale geldi. Şehirleşme ve sanayileşme sayesinde bu uçurum giderek büyüyor. 2008 yılındaki güçlü konsolidasyon trendi ile Türk deniz ürünleri endüstrisi, işlenmiş deniz ürünleri endüstrisine (temizlenmiş, fileto, tütsülenmiş, marine edilmiş) AB standartlarına uyum sağlayabilmek üzere önemli yatırımlar yaptı. Bu şekilde de hedefi olan modern tüketici ihtiyaç ve taleplerini karşılayabildi.

ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ ARTTI

Türk deniz ürünleri sektörü geleneksel soğutulmuş ürünlerinin yanı sıra, işlenmiş deniz ürünleri çeşitliliğini de artırarak (iç organsız, solungaçsız, pullu, fileto ve şoklanarak dondurulmuş) Avrupa mutfaklarını daha fazla cezbetmeyi hedefliyor.

Türk deniz ürünleri sektörü dış pazarlarda ulaştığı önemli pazar payı ve sürekli artan üretim kapasitesiyle, son yılların en hızlı büyüyen yiyecek sektörü olarak tanımlanan dünya deniz ürünleri endüstrisinde önemli bir oyuncu olmayı başardı.

Büyüyen sermayesi, üretim miktarı ve iş gücüyle Türk deniz ürünleri sektörü dünya çapında güçlenen bir itibara sahip. Bugün Türkiye en büyük çipura ve levrek üreticisi konumunda. Bu sektörün tüm oyuncuları katma değerli satışlarla pazardan büyük bir pay almaya çalışıyor. Türk deniz ürünleri tadı, kalitesi, çeşitliliği ve sürdürülebilir hizmetleriyle gelecekte tüm dünyada kabul görececek bir sektör olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. 2018 yılında 2,5 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştiren sektör, 2019 yılını da 2 milyar 514 milyon dolarlık ihracatla kapattı. Sektörün toplam ihracattan aldığı pay ise yüzde 1,4.



AHMET SAGUN
Su ve Hayvan Ürünleri
Sektörü Konseyi Başkanı

Türk deniz ürünleri potansiyeline dair farkındalık oluşturmak için pazarlamaya önem veriyoruz. Geleneksel pazarların dışında AB ülkeleri, ABD, Rusya Federasyonu, Birleşik Arap Emirlikleri ve Balkan ülkelerine odaklanmak istiyoruz. Dünyanın genel politik ve ekonomik durumunu, özellikle de su sektöründeki yavaşlamayı göz önünde bulundurduğumuzda, Türkiye sektördeki sağlam duruşunu koruyor.

BALIK ÇİFTLİKLERİNDEKİ ÜRETİMİYLE 2'NCİ SIRADA

Balıkçılık ve kültür ürünlerindeki 1 milyar dolar ihracat değeri sınırı aşıldı. 2020 yılında sektörün hedefi yeni ihracat pazarları olarak, kapasitesini daha yoğun kullanmak olacaktır. Türkiye, balık ve kültür ürünlerinde ihracat hedeflerine ulaştığı, hatta aştığı bir yılı geride bıraktı. Balıkçılık endüstrisi bugünün Türkiye'sine, deniz olsun olmasın ülkenin her yerinde, yerel ve katma değerli yabancı döviz girdisi sağlayan; ağdan kafese, beslemeden ambalajlı ihracata uzanan geniş ağıyla iş olanağı yaratan ve değer katan bir sektör. Türkiye balık çiftliklerindeki üretimiyle Avrupa'da Norveç'ten sonra ikinci sırada yer alıyor ve 80 ülkeye ihracat yapıyor. Tüm dünyaya çipura, levrek ve alabalık ihraç eden Türkiye'de üretim en modern şekilde ve en iyi koşullarda gerçekleştiriliyor.



2,5 MİLYAR DOLAR

Sektörün 2019 yılındaki ithalatı 2,5 milyar doları aştı.



80

Kültür balıkçılığı şemsiyesi altında ihracat yaptığı ülke sayısı

DERİ VE DERİ MAMULLERİ

TÜRK DERİSİNİN ŞÖHRETİ DÜNYACA BİLİNİYOR

Çevre dostu ve yüksek standartlardaki üretimi ile rakiplerini geride bırakan Türk deri sektörü, pazar payını dünyanın her köşesine ulaştırarak artırmayı hedefliyor.



Yüzyllara dayalı bir mirasa sahip olan Türk dericiliği, sürekli gelişim kaydediyor. Bugün yüksek kalitede deri ürünleri üretiminde Türkiye, dünyanın en önemli üreticileri arasında bulunuyor. Türk dericiliği özellikle koyun ve keçi derilerini işleme konusunda tanınıyor ve Avrupa'da İtalya'dan sonra ikinci sırada yer alıyor. Türkiye, deri hammaddeleri ve üretim süreçlerinin kendisine has kalitesiyle rakiplerini gölgede bırakıyor.

Deri sanayisinin diğer önemli özelliği de üretimin Avrupa standartlarında ve çevre

dostu ileri tekniklerle gerçekleştirilmesi... Türkiye'de üretilen derinin yüzde 70'inde çevre dostu metotlar kullanılıyor. Deri ve deri mamulleri ihracatında ayakkabı sektörü öncü rol oynuyor. Geçtiğimiz sene 203 ülkeye deri ve deri mamulleri ihraç edilen sektörde, sırasıyla Rusya, Almanya ve İtalya ilk üç sırayı paylaşıyor. 2018 yılında 1 milyar 683 milyon dolar ihracat yapan sektör, 2019 yılını 1 milyar 666 milyon dolarla kapattı. Sektörün toplam ihracat içerisindeki payı ise yüzde 1'e yaklaşıyor.



203

**İhracat yapılan
ülke sayısı**



1,66 MİLYAR DOLAR

**2019 yılında gerçekleştirilen
ihracat miktarı**



MUSTAFA ŞENOCAK

*Deri ve Deri Ürünleri
Konseyi Başkanı*

Sektörün alt grupları temel olarak değerlendirildiğimizde ayakkabıda 875 milyon, deri ürünlerinde 240 milyon, deri ve kürk giyiminde ise 223 milyon dolarlık bir ihracat gerçekleştiğini görüyoruz. 212 milyon dolar değerinde saraciye ürünü ihraç ettik. Geçen yıl ile karşılaştırıldığında ayakkabı sanayisi rekor kırdı. Son beş yılın rekor kıran sektörü ise saraciye. Küresel ticarete koruma tedbirlerinin uygulanması nedeniyle, giyimde düşüş yaşandı. Bu düşüşün bir diğer nedeni de malzemelerin ucuzlaması. ABD ihracatımızda ciddi bir artış var. Bir yandan ülke çeşitliliğini artırmaya çalışırken, hedef ülkelerimizi de belirliyoruz. Ürün yelpazemize uygun ülkeleri tercih ediyoruz. Kuzu kürkü üretiminde, gerek giyim gerekse tabaklama ürünlerde dünya birincisiyiz. Potansiyelimizi burada kullanmak istiyoruz. Bir başka deyişle ülke çeşitliliğini artırırken, potansiyelimizi daha fazla ihracat yaptığımız ülkelerin yanı sıra, daha az ihracat yaptığımız ülkelerde de geliştirmeye çalışıyoruz. 2020 yılı için hedefimiz bu ülkelerde daha etkin olup, ihracatımızı arttırmak. Deri ve deri mamulleri sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın çoğu KOBİ'lerden oluştuğu için ölçek bakımından sıkıntı yaşayabiliyoruz. Bunu ortadan kaldırmak için belki de Türkiye'de yeni oluşumlara yönelmek gerekiyor. KOBİ'lerin beraber hareket etmelerini sağlayarak, ürünlerin toplu bir şekilde koleksiyon yapılarak pazarlanması, ihracatı artırmanın ve pazar payımızı yükseltmenin bir yolu olabilir. UR-GE desteklerine bu aşamada daha fazla ağırlık verilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

GEMİ VE YAT HİZMETLERİ

**ÇOK YÖNLÜ ÜRETİM
VE İHRACAT**

Gemi, yat ve hizmetleri sektörü güçlü Ar-Ge'si ve inovasyon becerisi ile dünyaya geniş bir yelpazede ürünler sunuyor.



Gemicilik sanayinin Türkiye'de 700 yıllık bir geçmişi bulunuyor. Türk gemicilik ve yatçılık sektörü gerek sayısal gerekse tonaj olarak önde gelen üreticiler arasında önemli bir yere sahip. Sektörün operasyonel şirketleri tarafından yönetilen tersanelerde aralarında kimyasal tankerler, yük taşıyıcılar, genel kargo gemileri ve mega yatların da bulunduğu farklı boyutlarda gemi ve yatlar inşa ediliyor. Sektör küresel fırsatları değerlendirebilecek yetkinlikte fabrikalara, teknolojiye ve iş gücüne sahip. Üretim ve ihracat yapan 70'ten fazla aktif tersane bulunuyor. Özellikle İstanbul Limanı coğrafi konumu nedeniyle kendi başına bir ikmal üssü. Gemi ve yatların çoğu Norveç, İzlanda, İngiltere, Fransa, Danimarka, Kanada, İrlanda ve Rusya gibi ülkelere ihraç ediliyor. Bu gemilerin arasında "dünyanın en büyük balık fabrikası gemisi", "dünyanın ilk uzaktan kumandalı römorkörü" ve "Türkiye'de üretilmiş en büyük yüzen havuzu" da yer alıyor. Gezi gemileri de artık Türkiye'de üretilmeye başladı. Bunların dışında, Türk tersaneleri 2022 yılına kadar yeni üretim siparişlerle dolu. Norveç gibi uzak pazarlara üretim yapmak kolay olmamakla birlikte Türkiye Ar&Ge ve inovasyon temelli projeler yaratmakta profesyonel kadrosuyla dikkat çekiyor.

**1 MİLYAR DOLAR**

Gemi ve yat hizmetleri sektörünün geçtiğimiz yılda gerçekleştirdiği ihracat rakamı

**BAŞARAN BAYRAK**

Gemi, Yat ve Hizmetleri Konseyi Başkanı

2019 yılı Gemi, Yat ve Hizmetleri sektörü açısından oldukça inışli çıkışlı bir grafiğe sahip oldu. 2019 yılının ilk aylarını 2018 yılına kıyasla ihracat artış rekorları ile geçiren sektör, yılın 5'inci ayından itibaren geçmiş yılların gerisinde kaldı. Yılın son bölümüne kadar geçtiğimiz yılın gerisinde seyreden ihracat yılın son bölümünde önemli bir artış gösterdi. 2019 yılı aralık ayında 2018 yılı aralık ayına kıyasla yüzde 188'lik artış göstererek 111 milyon dolar ihracat yapan sektör, 2019 yılını, 2018 yılına göre yüzde 5,2'lik artış ve toplam 1 milyar 42 milyon dolar ihracatla tamamladı.

YOLCU VE BALIKÇI GEMİLERİNİN İHRACATI YÜZDE 40 ARTTI

Sektörü ürün grupları bazında incelediğimiz zaman yolcu gemileri ve balıkçı gemileri ihracatında bir önceki yıla göre yüzde 40'a varan ihracat tutarı artışı gözlemlenmekte. Ancak önemli ihracat grupları arasında yer alan yat ve römorkörlerde de benzer oranlarda ihracat düşüşü gözlemleniyor. Gemi ve yat sektörlerinin ihracat rakamlarını okurken, ihracata konu olan ana kalemlerin üretim ve teslimat sürelerinin 12-36 ay aralığında değiştiği bilgisini bir kenarda tutmak gerekiyor. Yalnızca bir gemi teslimatının birkaç gün farkla başka bir ay veya yıla devrolması bile sektörün ihracat rakamlarında büyük düşüş ve artışlara konu olabiliyor. Bu sebeple Türk gemi ve yat inşa sektörlerini değerlendirirken, aylık veya yıllık periyotlardan ziyade daha geniş aralıklarla izlemek ve tersanelerin kapasite kullanım ve sipariş durumlarını esas almak önemli. Bu noktada ihracat rakamlarında düşüş gözükene yat ve römorkör sektörümüzde ihracatçı firmaların sipariş defterlerinin iyi durumda olduğu ve 2020 yılında teslimlerin gerçekleşerek, ihracat rakamlarının yeniden yükselceğini söyleyebiliriz.

NORVEÇ 1'İNCİ SIRADA

Ülke bazında sektörün en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke yine Norveç oldu. Norveç gibi denizcilik konusunda ileride olan bir ülkeye, her yıl yüz milyonlarca dolarlık gemi ihraç edebilmek aslında Türkiye'nin sektördeki beceri ve kabiliyetini göstermekte. Bu durum aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası rekabette kalitesi ile ön planda olduğunu açıkça ortaya koyuyor. Sektör 2019 yılında en büyük ihracat pazarı olan Norveç'te ihracatını artırmış, daha önce küçük ölçekli yan sanayi ekipmanları dışında hiç ihracat gerçekleştirmediği Hong Kong, Singapur gibi ülkelere de gemi ihracatı gerçekleştirmeyi başardı.

1 MİLYAR DOLARLIK SINIR AŞILDI

Her ne kadar 2019 yılı bitiminde ihracat rakamı noktasında sektör adına bir artış gözlemlense ve 1 milyar dolarlık sınır yeniden aşılmış olsa da Türk gemi ve yat inşa sektörleri gerçek potansiyelinin hala uzağındadır. Dünya ekonomisinde güçlü durumda birçok ülke örneğini incelediğinizde denizcilik sektörünün bir devlet politikası haline getirildiğini, özel kanunlarla korunduğunu ve kendi dinamiklerine uygun özel teşvik mekanizmalarıyla desteklendiğini görürsünüz. Bu noktada Türkiye gemi ve yat sektörünün arkasına alacağı destekle daha büyük başarı hikayeleri yazacağına inanıyorum.

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI

DÜNYANIN ZEYTİN AMBARI: TÜRKİYE

Türkiye başlıca zeytin üreticileri dahil olmak üzere, çok geniş yelpazede ülkeye farklı çeşitlerde zeytinyağı ihraç ediyor. Türkiye dünyada zeytinyağı üretiminde beşinci sırada yer alıyor.



Yumuşak iklimi nedeniyle dünyanın zeytin hasadının yüzde 98'i, zeytinyağı üretiminin ise yüzde 95'i Akdeniz bölgesinde gerçekleşiyor. Türkiye dünyada zeytin üretiminde üçüncü, zeytinyağı üretiminde ise beşinci sırada yer alıyor. 460.000 ton masada tüketilmek üzere zeytin, 275.000 ton da zeytinyağı üretiliyor. 80'lerden bu yana Türkiye'de zeytinyağı üretimi büyük bir gelişme gösterdi. Bu süre zarfında giderek daha fazla zeytinyağı fabrikası ya sızma zeytinyağı üretmeye başladı ya da üretim kapasitesini artırdı. Bugün Türkiye büyük ölçekli, modern işleme hatları olan zeytinyağı fabrikalarına sahip. Masada tüketilen zeytinler de hijyenik ambalajlama standartlarına uygun olabilmeleri için ileri teknolojiyle donatılmış modern fabrikalarda üretiliyor. Masa tüketimine yönelik yüksek

kaliteli zeytinler konserve, cam kavanoz ve/veya vakumlu ambalajlarda perakende olarak satışa sunuluyor. Salt zeytinyağı ihracatçısı olarak Türkiye, çok geniş bir yelpazede ülkeye çok farklı çeşitte zeytinyağı ihraç ediyor. Bunların arasında kendisi de başlıca zeytin üreticilerinden olduğu halde Türkiye'den ithal ettiği yağı tüketen ya da ihraç eden ülkeler var. Türk zeytinyağı dünyanın her tarafında talep görüyor; aralarında AB, ABD, Suudi Arabistan, Japonya, Güney Kore, Avustralya ve Rusya Federasyonu'nun da yer aldığı 100'den fazla ülke Türk zeytinyağının mükemmel tadını ve kokusunu biliyor. 2018 yılında 400 milyon dolarlık bir ihracat gerçekleştiren sektör, 2019 yılında bir düşüş yaşasa da 300 milyon dolara yakın bir ihracat gerçekleştirmeyi başardı.



DAVUT ER

Zeytin ve Zeytinyağı Ürünleri
Konseyi Başkanı

Bu yılki zeytinyağı ihracatı 146 milyon dolar olup, 2018-2019 sezonunda geçen sezonla karşılaştırıldığında yüzde 43 düşmüştür. Bunun nedeni dünyanın en büyük üreticisi olan İspanya'nın üretimindeki artıştır. Zeytinyağı ihracatında, ABD Türkiye'nin en önemli pazarları arasında yer alıyor. İran, Irak gibi sınır ülkelere olan ihracatımız ise bu ülkelerin uyguladığı ithalat engelleri kalkarsa artabilir. Zeytinyağı ihracatlarımız ambalajlı ürünlerin Japonya'ya satışının artması konusunda büyük çaba sarf ediyor. Türkiye'nin en önemli ticaret ortağı olan AB pazarında ise Türk zeytinyağına uygulanan gümrük vergileri nedeniyle etkin bir varlık gösteremiyoruz. AB'nin 30 bin tonluk zeytinyağı ithal ettiğini düşünürsek, AB bizim için çok önemli bir pazar olabilir. Sektör olarak Brexit sürecini yakından takip ediyoruz. Gümrük vergileri nedeniyle girmekte zorlandığımız İngiltere pazarında da AB'den ayrıldıktan sonra vergilerin yeniden düzenleneceğini umuyoruz. İhtiyacının neredeyse tamamını İspanya ve İtalya gibi AB ülkelerinden karşılayan İngiltere'nin, zeytin ve zeytinyağına uyguladığı gümrük vergilerini yeniden düzenlemesi, ülkemizin bu pazardan önemli bir pay sahibi olabilmesi için kritik rol oynamaktadır.



3'üncü

Türkiye'nin dünya zeytin üretimindeki konumu



275 BİN TON

Türkiye'de üretilen zeytinyağı miktarı

SÜS BİTKİLERİ

SEKTÖRÜN HEDEFİ
125 MİLYON DOLAR

2019 yılını yüzde 7,3'lük ihracat artışıyla kapatan sektörde en önemli ürün grubunu canlı bitkiler oluşturuyor. İhracatta ilk sırayı Hollanda alırken, bu ülkeyi Almanya, Özbekistan ve İngiltere takip ediyor.



Süs bitkileri sektörü son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de gelişiyor. Türkiye sektörde sahip olduğu iklimsel ve coğrafi avantajın yanı sıra, dinamik ve hızlı gelişen bir firma yapılanmasına sahip. Türkiye süs bitkileri ve mamulleri ihracatı 2019 yılının ilk 11 aylık döneminde bir önceki yıl aynı döneme kıyasla değer

bazında yüzde 4 artış göstererek, 96,3 milyon dolara ulaştı. 2018 yılında 99 milyon dolar 286 bin dolarlık süs bitkisi ve mamulleri ihracat edilirken, 2019 yılında bu rakam yüzde 7,3 oranında artarak 106 milyon 491 bin dolara çıktı. İhracatta ilk sırayı Hollanda alırken, bu ülkeyi Almanya, Özbekistan, İngiltere, Türkmenistan, Azerbaycan, Irak, Gürcistan, Kazakistan ve Bulgaristan izliyor. Sektörün en önemli ürün grubu olan canlı bitkiler ihracatında, 2019 yılının ilk 11 aylık döneminde yüzde 5'lik artış görülürken, toplam 54 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Canlı bitki ihracatında ise en önemli pazarlar arasında Özbekistan, Almanya, Türkmenistan ve Azerbaycan yer alıyor.

Kesme çiçekler ürün grubunda ise bu dönemde yüzde 5 artışla, toplam 33 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Bu ürün grubunda en önemli pazarlar sırasıyla Hollanda, İngiltere ve Romanya.



İSMAİL YILMAZ

Süs Bitkileri ve Mamulleri
İhracatçıları Birliği Başkanı

Birliğimiz süs bitkileri sektöründe önemli tanıtım faaliyetleri, yurt dışı heyet ve fuar organizasyonları gerçekleştirmeye devam ediyor. Bu yıl da hedef pazarlarımızda sektörel fuarlara katılım ve heyet çalışmaları gerçekleştirdik. Süs bitkileri sektöründe yürüttüğümüz sektörel Ur-Ge projesi kapsamında sektörü geliştirici çalışmalar yaptık. Dünya çiçek ticaretinde önemli kuruluşlar olan Union Fleurs ve AIPH'in yanı sıra farklı kongrelere de katılarak, ülkemizi ve sektörümüzü başarıyla temsil ettik. 2020 yılında ihracatımızdaki olumlu artışların devam edeceğine ve 125 milyon dolar olan yıllık hedefimize ulaşacağımıza inanıyorum. Hedefimize ulaşmak için yeni projelere ve etkin tanıtım çalışmalarına devam edeceğiz.



99 MİLYON DOLAR

2018 yılı ihracatı

106 MİLYON DOLAR

2019 yılı ihracatı



HUBUBAT, BAKLIYAT, YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ

DÜNYANIN ÖNDE GELEN
OYUNCULARINDAN

Toplam ihracatta yüzde 3,8'lik bir payı olan sektör, büyük bir potansiyele sahip. Türkiye'de yaklaşık 2,5 milyon ton yağlı tohum üretiliyor. Türkiye'nin hemen her yerinde çiftçilerin birçoğu tarafından yetiştirilmesi ve nüfusun büyük bir çoğunluğu için temel besinlerden biri olması nedeniyle buğdayın çok önemli bir yeri var. Yüksek üretim kapasitesiyle Türk buğday unu sektörü, dünya pazarının önde gelen oyuncularını arasında yer alıyor. Güçlü rakiplerin bulunduğu işlenmiş yiyecek sektöründe, Türk makarna sektörü kalitesiyle uluslararası pazarlarda kabul görüyor. 2019 yılı Ocak-Kasım döneminde Türkiye'nin hububat ve bakliyat ihracatı 5 milyar 542 milyon 368 bin dolar olarak gerçekleşti. ABD ihracatı yüzde 22,4 oranında arttı. Yıllık bazda bakıldığında 2018 yılında 6



milyar 668 milyon dolar ihracat yapan sektör, 2019 yılını 6 milyar 788 milyon dolar ile kapattı. Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün toplam ihracattaki oranı yüzde 4'e yakın. İhracat yapılan başlıca ülkeler ise şöyle: Irak, Suriye, Yemen, Suudi Arabistan, Azerbaycan, Cezayir, Filistin, Lübnan, Almanya ve Romanya.



MAHSUM ALTUNKAYA

Hububat, Bakliyat,
Yağlı Tohumlar ve Ürünleri
Sektörü Konseyi Başkanı

Türkiye başlıca makarna üreticileri ve ihracatçı arasında yer alıyor. Türkiye'nin stratejik bir avantajı var. Türkiye dünya makarna üretiminde dördüncü sırada ve üretim payı yüzde 6,3. Bisküvi, un ve unlu mamuller kategorisinde yer alan makarna grubu teknolojisini son yıllarda hızla modernleştirirken, çeşitliliği ve kalitesini de artırmayı başardı. Özellikle hububat temelli ürünler arasında en çok katma değer sağlayan bisküvi sektörü ise özellikle ithalata yönelik yabancı yatırımcıların ilgisini çekiyor

YAŞ MEYVE VE SEBZE

DÜNYANIN BAŞLICA
İNCİR İHRACATÇISI

ALİ KAVAK

Yaş Meyve Sebze Sektörü
Konseyi Başkanı

Ülkemizde farklı ekolojik koşulların yer alması nedeniyle ılıman iklime dayalı, birçok subtropikal ve tropikal ürün yetişiyor. Türkiye dünyanın başlıca incir ihracatçısıdır. Bursa ilinde yetiştirilen "Bursa siyahı"nın yanı sıra "Mut inciri", taze tüketim ve ihracatta dünyanın en popüler türleri arasında yer alıyor. Son yıllarda Türk yaş sebze ve meyvesinin popülerleşmesiyle birlikte dünyada yaklaşık

(serbest bölgeler de dahil olmak üzere) 120 ülkeye sevkiyat gerçekleştiriliyor. Türkiye'nin Bağımsız Devletler Topluluğu, AB, Orta Doğu ve Körfez ülkelerindeki pazar payı gün geçtikçe artıyor. İhracat yapılan diğer mamuller arasında salatalık-turşuluk salatalık, biber ve soğan yer alıyor. Türk yaş meyve sebze mamulleri için başlıca destinasyonlar Rusya Federasyonu, Irak, Almanya, Ukrayna, Suudi Arabistan,

Belarus, Romanya, Gürcistan ve Hollanda. Türkiye'nin yıllık narenciye ihracatı ise 2 milyon tonu buluyor. 1 Ocak'ta yürürlüğe koyulan "Aksiyon Planı" ve diğer ekinlikler sayesinde Rusya'dan iade edilen yaş meyve sebze oranı azaldı. 2018 yılında 2 milyar 325 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren sektör, 2019 yılını 2 milyar 261 milyon dolarla kapatarak zorlu şartlara rağmen yerini korumayı başardı.

120

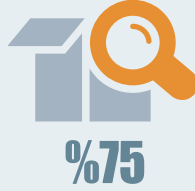
Türkiye'nin yaş meyve
ve sebze alanında ihracat
yaptığı ülke sayısı

FINDIK VE MAMULLERİ

TÜRKİYE DENİNCE İLK AKLA GELEN ÜRÜNLERDEN

Her ne kadar Çin fıındığın ilk yetiştirildiği yer olarak bilinse de anavatanı Türkiye'dir. Dünyanın en büyük fıındık üreticisi olan Türkiye, aynı zamanda en önemli fıındık ihracatçısı. Karadeniz kıyısı boyunca yaygın olan fıındık tarlaları, denizden 30 km içeride yer alıyor. İstanbul'un doğusunda Zonguldak'tan başlayıp neredeyse Gürcistan sınırına kadar uzanan tarlalar, denizle dağlar arasında yeşil bir bant oluşturuyor. Fıındık üretimi veya ihracatında doğrudan ya da dolaylı olarak 4 milyon kişi etkileniyor. Türkiye'de 550-600 bin hektarlık bir alanda gerçekleşen fıındık üretiminin sosyo-ekonomik önemi de burada yatıyor. Türkiye yüksek kaliteli üretimi ile

dünyadaki fıındık üreticilerinden ayrışıyor ve bu sayede de üretim ve ihracattaki lider konumunu koruyor. 2018 yılında 1 milyar 633 milyonluk ihracat yapan sektör, 2019 yılında bu rakamı yaklaşık yüzde 25 oranında artırarak 2 milyar doların üzerine yükseltti. Sektörün toplam ihracattan aldığı pay ise yüzde 1,1.



Dünya fıındık üretimini karşılama oranı



İLYAS EDİP SEVİNÇ
Fıındık ve Fıındık Ürünleri
Sektörü Konseyi Başkanı

İklim ve toprak koşullarıyla dünyanın fıındık üretimine uygun ender ülkeler arasında yer alan Türkiye, dünya fıındık üretiminin yüzde 75'ini, ihracatının da hemen hemen yüzde 70-75'ini gerçekleştiriyor. Türkiye'nin başlıca ihracat bölgesi Avrupa Birliği ülkeleri olup, bu ülkelerin payı ihracatımızla paralel olarak artıyor. Avrupa Birliği ülkelerinin toplam ihracatımızdaki payı yıllara göre farklılık gösterse de yüzde 80-85 civarında seyrediyor. Diğer ülkelere ihracatımıza baktığımızda, Türkiye 90'dan fazla ülkeye fıındık ihraç ediyor.

MEYVE VE SEBZE MAMULLERİ

ÜRETİMDEN SATIŞA ÖNCELİĞİMİZ KALİTE



MELİSA TOKGÖZ MUTLU
Meyve Sebze Mamulleri
Sektörü Konseyi Başkanı

Endüstrinin geleceği parlak görünmekte ve ihracat hedeflerinden uzak değil. Tarım sektörü ülkeye yalnızca yabancı nakit akışı sağladığı için önemli değil. Aynı zamanda çiftçilerle üretimden başlayıp, lojistik ve ambalajlamadaki iş gücüne kadar uzanan bir zincirde sağladığı istihdam imkanlarıyla ülke ekonomisinde önemli bir stratejik konuma sahip. Bu bağlamda meyve sebze grubunu tarımın başlıca



1,5 MİLYAR DOLAR

Sektörün 2019 yılında yaptığı ihracat rakamı

alt sektörlerinden biri olarak değerlendirilebiliriz. Türkiye farklı bölgesel ekolojik koşullara sahip, verimli ve geniş tarım alanlarıyla kaliteli sebze meyve üreten ender ülkelerden biri. Önceliği kalite olan Türk meyve sebze sektörünün ihracat yaptığı başlıca pazar Rusya Federasyonu'dur. 2018 yılını 1 milyar 564 milyon dolarla kapatan sektörümüz, 2019 yılında 1 milyar 549 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirerek yerini korudu.

KURU MEYVE VE MAMULLERİ

150'DEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Tüketiciler her geçen gün kuru meyveyi sağlıklı beslenmelerinin bir parçası olarak yiyeceklerine ekleyebileceklerinin farkına varıyor. Genel tüketim ve popüler olan atıştırmalık ürün (kuru meyve, fındık) tüketimi istikrarlı bir hızda büyüyor. Verimli bir tarım ülkesi olan Türkiye, yüksek kaliteli üzüm, incir, kayısı ve fıstık üretip ihraç ediyor. 150'den fazla ülkeye ihracat yapan Türk kuru meyve mamulleri sektörü yüksek kaliteli ürünleri ve 100 yıldan



fazla süre gelen deneyimiyle gurur duyuyor. Sektör daha çok AB ülkeleri, ABD ve Rusya Federasyonu'na ihracat yapmakla birlikte, benzersiz coğrafi konumu nedeniyle küresel müşteri taleplerine de hızla cevap verebiliyor. 2018 yılını 1 milyar 386 milyon dolarlık ihracatla kapatan sektör, 2019 yılında 1 milyar 418 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Toplam ihracat içerisindeki payı ise yüzde 0,8.



1,4 MİLYAR DOLAR
Sektörün 2019'da yaptığı ihracat rakamı

TÜTÜN

DÜNYACA ÜNLÜ AYRICALIKLI ÜRETİM

Türk tütününü yüksek kalitesiyle dünya pazarlarında ün kazanmış ihraç kalemlerimizden biri. Öyle ki Osmanlı İmparatorluğu döneminden itibaren oryantal tütün adıyla dünya pazarında tanınıyor. Aralarında Çin, Brezilya, ABD ve Arjantin'in de bulunduğu birçok ülkeye ihraç edilen en önemli

ihracat ürünlerinden biri olan tütün, ülke ekonomisine girdi sağlıyor. Dünya tütün ürünleri pazarında genel olarak harmanlanmış tütün kullanılıyor. Bu yüzden Türk tütününü de belirli oranlarda bu harmanlarda kullanılmak zorunda. Oryantal tütün en çok Türkiye, Yunanistan, Bulgaristan, Makedonya, Moldavya ve Kırgızistan'da yetiştiriliyor. Ancak toplam oryantal tütün üretiminin yüzde 25'i Türkiye'de gerçekleşiyor. 2018'de ihracatta 1 milyar dolar barajını aşan ürünlerden biri olan tütün, 2019 yılını 909 milyon dolar olarak tamamladı. Tütünün toplam ihracattaki payı ise yüzde 0,5 düzeyinde.



909 MİLYON DOLAR
2019 yılındaki ihracat rakamı



BİROL CELEP

Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü Konseyi Başkanı

Toprak Mahsulleri Ofisi'nin alımlarıyla birlikte kuru incir fiyatı güçlendi ve talep arttı. Özellikle Çin, Hindistan ve ABD pazarlarında ciddi artışlar yaşandı. Geleceğimiz Asya ve Asya Pasifik'te... "Kuşak ve Yol İnisiyatifi" bunun başlangıcıdır. Dünya nüfusunun üçte ikisi bu ülkelerde yer alıyor. 2018 yılında Çin'e yapılan 8 milyar değerindeki kuru meyve ihracatı 2019 yılında yüzde 131 artarak 18 milyon dolara ulaştı. Türkiye bu büyümeden maksimum oranda faydalanmalıdır. Çin pazarı bizim için büyük önem taşıyor. Bu pazara yönelik tanıtım çalışmalarımıza gelecek aylarda devam edeceğiz. Kasım ayının başında ağırlıklı kuruyemiş, zeytinyağı, sebze-meyve, su kültürü ve hayvancılık ürünleri ihracatı yapan şirketler olmak üzere 54 şirket Şanghay'da gerçekleşen Uluslararası Çin İhracat Fuarı'na katıldı. Türkiye ürün yelpazesi açısından çok zengin bir ülke. Bu zenginlik sürdürülen ihracat etkinlikleriyle ülkemize katma değer sağlayacak. ABD yiyecek pazarının büyüklüğü 740 milyar dolar. İki ülke arasındaki ticaret hacmini 75 milyon dolara çıkarmak hedefi kapsamında yiyecek ticareti kesinlikle Türkiye'nin lehine değerlendirebileceği bir fırsat.



ÖMER CELAL UMUR

Tütün Sektörü Konseyi Başkanı

Tütün, Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatını temsilen en önemli ihracat kalemlerinden biri. Bu aynı zamanda tütün üreticileri için de hayati önem taşıyor. Türkiye dünyanın en önemli tütün üretici ve tüketicilerinden biri olmasına rağmen, GSMH'ye olan düşük katkısı, devlet tarafından özel alanlara getirilen kısıtlamalar, reklam yasakları ve genel olarak dünyada süregelen sigara içmeme trendi nedeniyle, sektör gerek ülkemizde gerekse dünyada önemini yitirmekte.

HİZMET

HİZMET İHRACATINDA REKABETÇİ KONUMDAYIZ

Türkiye hizmet ihracatında 2019 yılının ilk 11 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 22 artışla 30 milyar dolar hizmet ticareti fazlası verdi. Sektör hizmet ihracatı alanında dünyada ilk 20'yi hedefliyor.



Türkiye hizmet sektöründe kültürel yapısı ve insanı değerleriyle büyük bir potansiyel taşıyor. Türkiye'nin hizmet ihracatı bugün 50 milyar dolar seviyelerinde seyrediyor. Kısa vadede ulaşmak istenen hedef ise 150 milyar dolar. 2018 yılında hizmet ihracatında yaklaşık yüzde 11 büyüme gösteren Türkiye'nin, 2019'da da çift basamaklı büyümesi bekleniyor. Genel ihracat

sektörü içinde yaklaşık yüzde 22,4 olan hizmet ihracatının payının da giderek artması bekleniyor. Aynı zamanda hizmet ihracatı verdiği 30 milyar dolar dış ticaret fazlası ile ülkenin gelir-gider dengesine önemli katma değer sağlayan sektörlerin başında geliyor. Hizmet ihracatı alanında dünyada ilk 20'yi hedefleyen sektör, yakaladığı ivmeye bakılırsa bunu yakın gelecekte göstereceği gibi duruyor.



150 MİLYAR DOLAR

Kısa vadede ulaşmak istenilen hedef



%22,4

Genel ihracat toplamı içerisinde hizmet ihracatının aldığı pay



AHMET AKBALIK

*Hizmet İhracatçıları Birliği
Başkan Yardımcısı*

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) olarak yaklaşık 1200 üyemiz bulunuyor. Tüm hizmet ihracatçıları için rehber görevi görüyoruz. Amacımız hizmet ihracatının önemini anlatmak ve stratejik değerine dikkat çekmek. Hizmet ihracatının bir ülkenin küresel marka haline gelmesinde etkili olan yumuşak güçlerden biri olduğuna inanıyoruz. Hizmet markaları müşteri deneyimi yaşatma noktasında müşterilerin zihninde daha kalıcı bir etki bırakıyor. O yüzden hizmet ihracat eden bilisim, danışmanlık, lojistik gibi alanlarda kuruluşların markalaşma yolunda adım atmaları gerekiyor. Örneğin sağlık sektörü zamanla dünya ile boy ölçüşecek bir hale geldi. Türk dizileri 142 ülkede izleniyor. Müteahhitlik alanında uluslararası inşaat şirketlerimiz Çin'le yarışıyor. Türk üniversiteleri yabancı öğrenciler tarafından en çok tercih edilenler arasında yer alıyor. Turizm, küresel düzeyde en rekabetçi olduğumuz alanlardan biri. 4-5 yıldızlı otel sayısında Akdeniz'in lideriyiz. Yazılım ve bilisim sektörü ihracatı her yıl çift haneli büyüyor. Öte yandan hizmet ihracatında küçük bir dokunuş, o ay içinde hemen rakamları etkileyebiliyor. Yani bu sektöre yapılan yatırım hızlı bir şekilde geri dönebiliyor. Bu çerçevede tüm ihracatçılarımızı teşviklerden yararlanabilmeleri için birlik çatısı altına girmeye çağırıyoruz. Ayrıca yeşil pasaport üst limitinin 1 milyon dolardan 500 bin dolara düşürülmesi ve hizmet süresinin iki yıldan dört yıla çıkarılması sayesinde hizmet ihracatçıları uluslararası arenada daha fazla rekabet etme şansı bulacak.

Bir renk değildir,
mavi huydur bizde!



Aylık
95 TL'den
başlayan
fiyatlarla şimdi
Turkcell'de!

Yüz tanıma özelliği ile
P13 Blue

ABD

ile 100 milyar dolar dış ticaret hayal değil!

Ekonomisiyle dünya lideri konumunda bulunan ABD ile 100 milyar dolarlık dış ticaret hedefini gerçekleştirmek hiç de zor değil. Son 9 yılda Türkiye'nin ABD'ye ihracatındaki yüzde 182,6'lık artış da bunun en büyük göstergesi. Bunun için hangi eyaletin hangi ürünü talep ettiğini bilmek ve ona göre ihracat yapmak yeterli. TİM'in ABD özelinde hazırladığı rapor ihracattaki en büyük kılavuz olacak.

Amerika Birleşik Devletleri, 20 trilyon dolarlık ekonomisiyle dünya lideri konumunda bulunuyor.

Gelişmiş bir karma ekonomiye sahip olan ABD, satın alma gücü paritesi bakımından da dünyada ikinci sırada yer alıyor. Dünya Gayri Safi Milli Hasılası'nın yüzde 22'sini tek başına sağlayan ABD, teknolojik olarak da en güçlü ekonomiye sahip. Zira şirketleri teknolojik ilerlemelerde ön sıralarda yer alıyor. Dünya çapında serbest piyasa ekonomilerinin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından tüketilmekte ve sağlanmakta, bu açıdan dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmuyor.

ZENGİN DOĞAL KAYNAKLAR VE NİTELİKLİ İŞ GÜCÜ

Amerikan ekonomisinde yapısal olarak rol oynayan iki temel unsurun ilki zengin doğal kaynakları, diğerini ise nitelikli iş gücü oluşturuyor. ABD verimli toprakları, zengin mineral yatakları, elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahip. ABD aynı zamanda, iletişim ve bilgi teknolojileri alanında "kolay uyum sağlayabilen ve yetenekli" iş gücünün eğitimine de büyük önem veriyor. Tüm dünyada "beyin göçü" olarak adlandırılan, bilim ve teknoloji dallarında eğitim almış yetenekli ve zeki gençlerin ABD ekonomisine kazandırılması, sorunların çözümünde anahtar rol oynuyor.

ABD EKONOMİSİNE YÖN VEREN BAŞLICA SEKTÖRLER

Yeni ekonomi kavramı çerçevesinde bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT), hizmet sektörünü ekonominin en önemli bileşeni haline getirmiş durumda. Ekonomiye yön veren başlıca sektörleri ise motorlu taşıtlar, uzay ve havacılık, iletişim, kimyasallar, elektronik ve bilişim (IT). 1990'lı yıllarda yaşanan teknolojik dönüşümle geleneksel imalat sanayinin bir bölümü yüksek teknoloji ve iş gücü verimliliğine uyum sağlamayı başarmış durumda. Ancak ithal girdi düzeyi yüksek mamul mallar üreten sektörler ciddi zorluklarla karşılaştığı için üretimlerini daha düşük maliyetli ülkelerde sürdürme yoluna gitmiş. Tarım ve hayvancılık sektöründe GSYİH'si

yüzde olarak küçük bir orana sahip olsa da oldukça verimli olduğunu söylemek gerekiyor. ABD gıda maddeleri ve işlenmiş gıda ürünleri ihracatında da önde gelen ülkeler arasında yer alıyor.

EKONOMİK TOPARLANMASINDA YÜKÜ İMALAT SEKTÖRÜ ÇEKTİ

Ekonomik toparlanma sürecinde imalat sektörü, iş dünyası harcamalarındaki artışa bağlı olarak, ABD'de en fazla ön plana çıkan sektörlerden biri. İmalat sanayinin öne çıkan alt sektörleri arasında havacılık ve uzay sanayi, telekomünikasyon, kimyasallar, elektronik ve bilgisayarlar bulunuyor.

GSYİH'NİN YAKLAŞIK YÜZDE 80'İNİ HİZMETLER SEKTÖRÜ KARŞILIYOR

Hizmetler sektörü, GSYİH'nin yaklaşık yüzde 80'ini oluşturuyor. ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu'nun Hizmetler Sektörü Raporu'na göre ülkenin hizmetler sektöründeki rekabet gücü, profesyonel hizmetler sektöründeki başarısından kaynaklanıyor. ABD hizmet ticaretinde önemli olan diğer sektörler arasında finans, sağlık, ulaşım ve emlak sektörlerini saymak mümkün. En çok gelişme gösteren sektörler ise perakendecilik, bilişim, sanat ve eğlence.

GELİR DAĞILIMI BAZINDA EYALETLER

ABD gelir dağılımı eyaletler bazında farklılık gösteriyor. Sanayi üretiminde Kuzeydoğu'nun üstünlüğü özellikle 1990'lardan itibaren gerileme gösterse de

hâlâ ekonomide ağırlığını hissettiriyor. Ağır sanayi üretiminden verimliliği yüksek hafif sanayi üretimine geçişle birlikte Batı ve Güney eyaletleri de ekonomiden daha çok pay almaya başlamış durumda. GSYİH'si neredeyse İtalya kadar olan Kaliforniya'yı büyüklük açısından Teksas, New York, Florida ve Illinois izliyor. Eyaletler bazında hane başına ortalama gelire bakıldığında Maryland en yüksek gelir düzeyi ile ön plana çıkarken, en düşük gelir seviyesine sahip eyaleti ise Mississippi.

DOĞU VE BATI EYALETLERİNİN GELİRİ ORTALAMANIN ÜZERİNDE

ABD hane halkının geliri, Doğu ve Batı eyaletlerinde genellikle ortalamanın üstünde seyrediyor. 24 eyalet ile District of Columbia ortalamasının üstünde gelire sahip olurken, 26 eyalet ülke ortalamasının altında kalmış durumda. Bu durum bölge olarak incelendiğinde, Kuzeydoğu eyaletlerinin (Connecticut, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York ve Rhode Island -Maine hariç-) ülke ortalamasının üzerinde gelire sahip olduğu ortaya çıkıyor. Benzer şekilde Batı bölgesinde yer alan eyaletlerin (Alaska, Colorado, Kaliforniya, Hawaii, Utah ve Washington) hane halkı geliri ise ortalamanın üzerinde... Büyüme hızı nispeten geride kalan eyaletlerde, hem nüfus artış hızının az olduğu hem de yüksek teknoloji yerine geleneksel tarım ve sanayi sektörlerinde üretime ağırlık verildiği gözleniyor.

EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKE ÇİN

Dünyanın ikinci büyük imalatçısı olan ABD, aynı zamanda dünyanın en büyük petrol ve doğal gaz üreticisi. ABD'nin 2009-2018 yılları arasında en çok ithalat yaptığı ilk 10 ülke incelendiğinde 14 farklı ülkeden ithalat yaptığı görülüyor. Almanya, Birleşik Krallık, Çin, Güney Kore, Japonya, Kanada ve Meksika 10 yıl boyunca en çok ithalat yapılan ilk 10 ülke sıralamasında yer alıyor. Bu yıllar arasında birinciliği kimseye kaptırmayan tek ülke o var, o da Çin. 2015 yılına kadar ikinci sırada bulunan Kanada, 2016 yılında yerini Meksika'ya kaptırmış. Bu yıllar arasında 4'üncü ve 5'inci ülke ise hiç değişmemiş. Dördüncü sırayı Japonya alırken, beşinci sırada Almanya bulunuyor.

ÜLKELERİN ABD'NİN İTHALATINDAKİ PAYI VE ABD'YE İHRACATLARINDAKİ DEĞİŞİM ORANI

2009 ve 2018 yıllarında ülkelerin ABD'ye ihracatlarındaki değişim oranına bakıldığında Meksika yüzde 95'lik artış ile ön plana çıkıyor. ABD, 2009 yılında Meksika'dan 178 milyar dolarlık ithalat yaparken, bu rakam 2018 yılında 349 milyar doları aşarak ülkeyi ikinci sıraya yerleştirmiş durumda. Meksika'nın ABD'nin ithalatındaki payı yüzde 21. 2009 yılında ABD'ye 309 milyar dolarlık ithalat yapan Çin ise 2018 yılında 563 milyon dolarla ithalatını yüzde 82 yükseltmiş. Çin, ABD ithalatı içindeki yüzde 21,6'lık payı ile birinci sırada bulunuyor. Bu yıllar arasında ABD'ye ithalatı 227 milyar dolardan 326 milyar dolara çıkan Kanada ise yüzde 12,5 pay ile üçüncü sırada bulunuyor.

105 MİLYAR DOLAR

İhracatçılarımızın kolaylıkla rekabet edebileceği düşünülen pazarın boyutu





ABD pazarı incelendiğinde, her bir eyaletin dış ticarete öne çıkan ürünler ve ithalat yaptığı ülkeler bazında farklılaştığı, Türkiye'nin de her bir eyalette, farklı ürünlerde farklı pazar paylarına sahip olduğu görülüyor.

Japonya'nın ABD ithalatındaki payı ise yüzde 5,6. 2009 yılında 98 milyar dolarlık ihracatını 2018 yılında yüzde 43,6 oranında artırarak 145 milyar dolara taşıyan Japonya, dördüncü sırada yer alıyor. ABD'nin en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında Almanya, 128 milyar dolar ile (2018 itibarıyla) beşinci sırada bulunuyor. Almanya'nın ABD ithalatındaki payı ise yüzde 4,9. Bu ülkeleri sırasıyla Güney Kore, Birleşik Krallık, İrlanda, Hindistan ve İtalya takip ediyor. Türkiye ise yüzde 0,4 payı ile ABD'nin ithalat yaptığı ülkeler arasında her ne kadar 33'üncü sırada bulunsun da 2009-2018 yılları arasında ihracatını en fazla artıran ülkeler arasında yer alıyor. Bu yıllar arasında ihracatını 3 milyar 856 milyon dolardan, 10 milyar 897 milyon dolara (Uluslararası Ticaret Merkezi - Trade Map verilerine göre) çıkaran Türkiye, yüzde 182,6'lık artışla önemli bir ivme yakalamış görünüyor. Bu

PAZAR PAYINI ARTIRMAK İSTEYEN FİRMALAR NE YAPMALI?

ABD'ye ihracat yapmak veya pazar payını artırmak isteyen firmaların, bu pazara yönelik birçok dış pazardan farklı olarak etkili stratejiler geliştirmesine ihtiyaç var. Örneğin ABD'nin coğrafi büyüklüğü, yönetim sisteminde eyaletlerin ağırlığı, eyaletlerin ekonomik büyüklüğü ve dış ticaretteki konumları, söz konusu pazarın tek bir ülke olarak algılanmasından da öte, eyaletler bazında bir çalışma yapılmasını gerek makro anlamda gerekse firmalar düzeyinde ihracat stratejilerinin bu çerçevede oluşturulmasını zorunlu kılıyor. Zira 52 eyalete bölünerek ABD pazarı incelendiğinde, her bir eyaletin dış ticarete öne çıkan ürünler ve ithalat yaptığı ülkeler bazında farklılaştığı, Türkiye'nin de her bir eyalette, farklı ürünlerde farklı pazar paylarına sahip olduğu görülüyor.

da aslında Türk ürünlerinin rekabet gücü ve kalitesiyle ABD'de hızla daha fazla tercih edilebilir hale geldiğinin en önemli göstergesi.

PAZARA ERİŞİM

ABD pazarının ihracatçılar açısından en zorlu noktalarından birisi, pazara erişim. Zira dünyanın en büyük birkaç limanını barındıran ülkeye ihracatımızın önemli bir kısmı aynı liman üzerinden yapılıyor.

ABD'NİN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI 10 ÜLKE

Sıra	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
2	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Meksika	Meksika	Meksika
3	Meksika	Meksika	Meksika	Meksika	Meksika	Meksika	Meksika	Kanada	Kanada	Kanada
4	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya
5	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
6	Bir. Krallık	Bir. Krallık	Güney Kore	Güney Kore	G. Kore	G. Kore	G. Kore	G. Kore	Güney Kore	Güney Kore
7	Güney Kore	Güney Kore	Bir. Krallık	S. Arabistan	Bir. Krallık	Bir. Krallık	Bir. Krallık	Bir. Krallık	Bir. Krallık	Bir. Krallık
8	Fransa	Fransa	S. Arabistan	Bir. Krallık	S. Arabistan	S. Arabistan	Fransa	Fransa	İtalya	İrlanda
9	Tayvan	Tayvan	Venezüella	Fransa	Fransa	Fransa	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan
10	Venezuela	İrlanda	Tayvan	Hindistan	Hindistan	Hindistan	İtalya	İtalya	Fransa	İtalya

ABD'nin üç farklı başlık altında 20 ülke ile imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları da Türkiye'nin bu ülkeye ihracatında dikkat edilmesi gereken noktalar arasında yer alıyor.

Bunda uluslararası taşımacılık yapan filoların ülkemizden ABD'ye çalıştırdıkları hatların güzergahları etkili olmakta. Ancak bu durum aynı zamanda ihracatımızın söz konusu liman çerçevesinde şekillenmesine de yol açıyor. Karayolu bağlantısı olmayan pazara ikinci erişim yöntemi olan hava kargo taşımacılığında ise THY'nin direk uçuşları önemli bir etken olmakla birlikte, hava taşımacılığındaki fiyat seviyesinin yüksek olması, bu yöntemle taşınabilecek ürün sayısını ciddi manada sınırlıyor.



SAAT FARKI

ABD'ye ihracat yapmak isteyen firmalarımızın karşılaştığı sorunların bir diğeri çalışma saatleri. Dört farklı saat dilimi kullanan ABD'nin doğu yakası ile 7 saat, batı yakası ile 10 saatlik bir zaman farkı bulunuyor. Bu durum, hem firmaların müşterilerle iletişimde aksamalara yol açıyor hem de bankacılık sisteminin çalışma hızını düşürüyor. Özellikle ABD pazarını hedefleyen Türk firmalarının standart çalışma saatleri ötesinde, ABD ile daha etkin iletişim kurulabilecek saatlere kayan vardiya sistemine geçmesi, bu sorunun bir ölçüde aşılmasına da yardımcı olacak.

SERBEST TİCARET ANLAŞMALARINA DİKKAT!

ABD'nin üç farklı başlık altında 20 ülke

ile imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları da Türkiye'nin bu ülkeye ihracatında dikkat edilmesi gereken noktalardan. Zira ABD ithalatının yüzde 25,8'ini NAFTA ülkelerinden, yüzde 1'ini DR-CAFTA ülkelerinden, yüzde 6,8'ini ise münferit olarak STA imzaladığı diğer 12 ülkeden yapmakta. Bu da söz konusu STA'larda bahsi geçen ürünlere ilişkin vergi dezavantajı yaratıyor. Ülkemizin ABD pazarında etkin bir rol oynayabilmesi için GTS Sistemi de son derece önemli. ABD'nin 2018'de GTS sisteminde listelenen ürünlerde gerçekleştirdiği 23,6 milyar dolarlık ithalat, her ne kadar ABD'nin toplam ithalatında az bir orana sahip olsa da sisteme tabi ürünlerde ABD'ye gerçekleştirilen ihracat Türkiye için önem arz ediyor. Zira Türkiye sistemden en çok faydalanan 5'inci ülke olarak, 2018 yılında 1,9 milyar dolarlık ithalatı bu kapsamda ABD'ye ihraç etmesi, bu ülkeye olan toplam ihracatımızın 5'te birine denk geliyor. Bu da ülkemizin GTS sisteminde çıkarılması olasılığında rakip analizleri ve fiyatlama konusunda yeni bir yaklaşımı gerektiriyor.



7,9 MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin 2019 yılında ABD'ye yaptığı ihracat tutarı

4 MİLYAR DOLAR

Hazır giyim ürünlerinde Ohio, Teksas ve Wisconsin eyaletlerinde bulunan ihracat potansiyeli

1,5 MİLYAR DOLAR

Demir çelik ürünlerinde Louisiana, Florida ve New Jersey eyaletlerindeki ihracat potansiyeli

3,1 MİLYAR DOLAR

Makine sektöründe Tennessee, Ohio ve North Carolina'daki ihracat potansiyeli

556 MİLYON DOLAR

Sadece North Carolina, Ohio ve Georgia'da bulunan ihracat potansiyeli

%182,6

2009-2018 yılları arasında ABD'ye yapılan ihracattaki artış oranı

192

ABD ile 100 milyar dolarlık dış ticaret hedefi çerçevesinde ihracatımızı kısa vadede arttırabileceğimiz ürün sayısı

Hedef Pazar



Türkiye'nin ABD pazarındaki konumu dikkate alındığında, 192 ürünün 6'sında ABD'ye ihracatımızın olmadığı tespit edildi. 123 üründe pazar payımızın yüzde 0-1 aralığında, 41 üründe yüzde 1-5 aralığında, 22 üründe ise yüzde 5'in üzerinde olduğu görüldü.

KISA VADEDE İHRACATIMIZI ARTIRACAK ÜRÜNLER

ABD ile 100 milyar dolarlık dış ticaret hedefini yakalama noktasında yukarıda belirtilen iki farklı metodoloji ile belirlenen 192 ürün, ilk aşamada ele alınabilecek ve ihracatımızı kısa vadede artırabilecek ürünler olarak değerlendirilebilir. Bu ürünlerin ortak özelliği Türkiye'nin ihracatta rekabet avantajına sahip olduğu ve ABD'nin yoğun bir şekilde ithal ettiği ürünler olmasının yanı sıra, her bir ürün özelinde yapılacak analizler ve tespit

edilecek hedefler, eyaletlerin verileri ile birleştirilerek, ihracatçıların doğru eyaletleri hedeflemesine yardımcı olma amacı taşıyor. Söz konusu ürünlerde Türkiye'nin ABD pazarındaki konumu dikkate alındığında, 192 ürünün 6'sında ABD'ye ihracatımızın olmadığı tespit edildi. 123 üründe pazar payımızın yüzde 0-1 aralığında, 41 üründe yüzde 1-5 aralığında, 22 üründe ise yüzde 5'in üzerinde olduğu görüldü. 192 ürün içerisinde pazar payımızın olmadığı altı ürün hariç tutulur ise kalan 186 ürünün 147'sinde ABD'ye ihracatımız 1 milyon

2009-2018 YILLARINDA ABD'NİN TÜRKİYE'DEN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLERDE İTHALATINDAKİ PAYI VE İTHALATTAKİ DEĞİŞİM

Ürün Açıklaması	Dünyadan İthalat (2009, 1.000 \$)	Dünyadan İthalat (2018, 1.000 \$)	İthalat İçindeki Payı (%)	Değişim (2009-2018)
Başka yerde sınıflanmamış ürünler	59.064	655.870	6,0%	1010,4%
Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm ³ <silindir=<3000 cm ³)	413.704	554.231	5,1%	34,0%
Halılar ve diğer yer kaplamaları; sent. / suni dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında, hazır eşya halinde olan	44.330	546.815	5,0%	1133,5%
Petrol ve bitümenli yağlardan elde edilen hafif yağlar ve müstahzarları (petrol veya bitümenli yağ oranı >=70)	-	423.037	3,9%	
Uçak ve helikopterlerin diğer aksam ve parçaları	125.253	327.666	3,0%	161,6%
Mermer, traverten ve su mermeri (işlenmiş/yontulmamış)	237.847	285.946	2,6%	20,2%
Turbojetler/turbopropellerin aksam-parçaları	130.032	284.522	2,6%	118,8%
Diğer kıymetli metal-kaplamalarından mücevherci eşyası	103.251	278.635	2,6%	169,9%
Köşeli çubuklar (çentik, yiv, oluk vb şekil bozuklukları olan)	80.383	205.576	1,9%	155,7%
Tütün (saplı, damarlı)	194.541	174.691	1,6%	-10,2%
Diğer ürünler	2.468.449	7.160.782	65,7%	190,1%
Toplam İthalat	3.856.854	10.897.771	100,0%	182,6%

dolar ve üzerinde seyrediyor. Yapılan analizlerde kullanılan bir diğer gösterge de ABD'nin Türkiye ve rakip ülkelere uyguladıkları vergi oranları. Söz konusu ithalat vergilerinin rekabeti etkileme gücü değerlendirildiğinde, özellikle düşük vergi oranlarına sahip ürünlerde pazara giriş ve tutunma şansımızın yüksek görünüyor. Diğer taraftan ABD'nin gerek STA'lar gerekse GTS kapsamındaki ülkelere uyguladığı vergi oranları ile ülkemize uygulanan vergi oranları arasındaki farkların yüksek olduğu ürünlerde fiyatlama konusunda daha dikkatli olunması gerekiyor. Buna göre mevcut durumda ihracat yapılan eyaletlerden farklı olarak, ülkemizin düşük pazar paylarına sahip olduğu eyaletlerin bazıları çok önemli potansiyel barındırmakta. Bu pazarlarda ABD'nin STA imzaladığı ülkeler ile Çin'den ithalatı hariç tutulduğunda ortaya çıkan pazar büyüklükleri, ihracatçılarımız açısından önemli bir hacme işaret ediyor. Örneğin, pazar payımızın olmadığı 6 ürün ile ABD'ye ihracatımız olan ürünler arasında 1 milyon dolar hacmi aşan 147 ürün birlikte değerlendirildiğinde, ABD'nin 2018 yılında bu 153 üründe ithalatı 305 milyar doları buluyor. Bunun 74 milyar dolarını Çin'den, 122 milyar dolarını ise STA yapılan ülkelerden tedarik ettiği, Türkiye'den gerçekleştirdiği 4 milyar dolar hariç tutulduğunda ihracatçılarımızın kolaylıkla rekabet edebileceği düşünülen 105 milyar dolarlık bir pazar bulunuyor.

ÜRÜNLERİN PAZAR PAYLARINA GÖRE EYALETLERİN KONUMU

Söz konusu ürünlerin pazar paylarına göre dağılımına bakıldığında ise eyaletlerin konumu şu şekilde: Türkiye pazar payının olmadığı 6 ürünü 2017 yılında en çok Kaliforniya ithal ederken, bu eyaletin ithalatı 9,8 milyar dolar olmuş. Kaliforniya'yı 5,2 milyar dolarlık ithalat ile Teksas ve 3,5 milyar dolar ithalat ile de Indiana eyaletleri izliyor. Bu ürün grubunda 2018 yılında yine Kaliforniya eyaleti 8,4 milyar dolarlık ithalat ile ilk sırada yer alırken, onu 7,8 milyar dolarlık ithalat ile Teksas ve 2,1 milyar dolarlık ithalat ile Porto Riko özerk bölgesi izliyor. Türkiye'nin pazar payının yüzde 0-1 arasında olduğu 84 ürünü 2017 yılında



en çok Kaliforniya ithal ederken, bu eyaletin ithalatı 34,6 milyar dolar oldu. Kaliforniya'yı 17,5 milyar dolarlık ithalat ile Michigan ve 14,8 milyar dolar ithalat ile de Teksas takip ediyor. Bu ürün grubunda 2018 yılında yine Kaliforniya eyaleti 36,7 milyar dolarlık ithalat ile ilk sırada yer alırken, onu 19,1 milyar dolarlık ithalat ile Michigan eyaleti ve 16,8 milyar dolarlık ithalat ile Teksas eyaleti izliyor. Pazar payımızın yüzde 1-5 arasında olduğu 41 ürünü, 2017 yılında en çok Kaliforniya ithal ederken, bu eyaletin ithalatı 7,83 milyar dolar olarak gerçekleşti. Kaliforniya'yı 7 milyar dolarlık ithalat ile New York ve 5,9 milyar dolar ithalat ile de Teksas eyaletleri takip ediyor. Bu ürün grubunda 2018 yılında yine Kaliforniya eyaleti 8,2 milyar dolarlık ithalat ile ilk sırada yer alırken, onu 6,8 milyar dolarlık ithalat ile New York eyaleti ve 5,8 milyar dolarlık ithalat ile Teksas eyaleti izliyor. Pazar payımızın yüzde 5'ten fazla olduğu 22 ürünü 2017 yılında en çok Teksas ithal ederken, bu eyaletin ithalatı 2,2 milyar dolar olmuş. Teksas'ı 1,85 milyar dolarlık ithalat ile Kaliforniya ve 1,57 milyar dolar ithalat ile de New Jersey eyaletleri takip ediyor. Bu ürün grubunda 2018 yılında yine Teksas eyaleti yaklaşık 2 milyar dolarlık ithalat ile ilk sırada yer alırken, onu az bir farkla yine yaklaşık 2 milyar dolarlık ithalat ile Kaliforniya eyaleti takip ediyor. Bu iki eyaleti 1,36 milyar dolarlık ithalat ile 2017 yılında olduğu gibi 2018 yılında da New Jersey eyaleti izliyor.

Türkiye'nin pazar payının olmadığı 6 ürünü, 2017 yılında en çok Kaliforniya ithal ederken, bu eyaletin ithalatı 9,8 milyar dolar olmuş. Kaliforniya'yı 5,2 milyar dolarlık ithalat ile Teksas ve 3,5 milyar dolar ithalat ile de Indiana eyaletleri izliyor.



Hedef Pazar

Plastik ürünleri en çok ithal eden ilk üç eyalet sırasıyla Kaliforniya, Teksas ve New York. Türkiye'nin bu ürünlerde en çok ihracat yaptığı eyaletler ise sırasıyla New York, Indiana ve New Jersey.

HANGİ ÜRÜN GRUBU İÇİN HANGİ EYALET

Buradan hareketle, farklı ürün grupları için yeni hedef eyaletlerin tespitine yönelik şu örnekler verilebilir:

39. fasılda takip edilen plastik ürünler, Türkiye'nin güçlü olduğu ürünler arasında yer alıyor. Araştırmaya konu ürünler çerçevesinde, plastik ürünleri en çok ithal eden ilk üç eyalet sırasıyla Kaliforniya, Teksas ve New York. Türkiye'nin bu ürünlerde en çok ihracat yaptığı eyaletler ise sırasıyla New York, Indiana ve New Jersey. Bu eyaletler dışında, eyaletlerin söz konusu ürünleri STA yapılan ülkeler ile Çin

haricindeki ithalatlarına bakıldığında, North Carolina, Ohio ve Georgia önemli hedef eyaletler olarak ortaya çıkıyor ve sadece bu üç eyalette 556 milyon dolarlık bir potansiyel bulunuyor.

Benzer şekilde hazır giyim ürünleri için Ohio, Teksas ve Wisconsin eyaletlerinde 4 milyar dolar; demir çelik ürünlerinde Louisiana, Florida ve New Jersey'de 1,5 milyar dolar; makine sektöründe Tennessee, Ohio ve North Carolina'da 3,1 milyar dolar; otomotivde ise Indiana, Oregon ve South Carolina eyaletlerinde ise 3,4 milyar dolarlık potansiyel, ihracatçılarımız için önem arz ediyor.

TÜRKİYE'NİN DÜNYAYA İHRAÇ ETTİĞİ ANCAK ABD'NİN TÜRKİYE'DEN İTHAL ETMEDİĞİ 360 ÜRÜNÜN ANALİZİ

Dünya Sıralama	TİM sektör sınıfı	Sınıfta Yer Alan 6'lı GTİP Kod Sayısı	ABD'nin dünyadan ithalatı	Türkiye'nin Dünyaya İhracatı	Dünya İhracatı
1	Otomotiv Endüstrisi	16	38.771.612	12.581.750	380.151.139
2	Yaş Meyve ve Sebze	14	8.032.399	1.274.887	49.823.154
3	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	48	6.255.703	1.556.407	53.841.721
4	Çelik	31	3.329.108	1.455.988	55.718.605
5	Demir ve Demir Dışı Metaller	21	2.643.340	538.150	30.874.045
6	Elektrik Elektronik	11	2.091.788	367.357	16.557.352
7	Makine ve Aksamları	32	1.696.927	455.693	23.903.835
8	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	25	1.064.863	1.324.902	39.697.413
9	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	16	847.566	367.078	28.631.817
10	Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	11	737.839	112.026	5.907.372
11	İklimlendirme Sanayii	8	692.537	66.678	3.895.403
12	Gemi ve Yat	5	661.832	388.778	19.857.826
13	Mücevher	2	497.603	67.196	7.220.976
14	Madencilik Ürünleri	12	297.635	1.196.286	29.745.715
15	Savunma ve Havacılık Sanayii	3	282.474	27.817	1.605.115
16	Tekstil ve Hammaddeleri	69	271.533	631.151	27.693.664
17	Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	9	267.134	85.065	3.360.923
18	Süs Bitkileri ve Mamülleri	2	116.668	61.502	1.303.136
19	Kuru Meyve ve Mamulleri	1	91.088	76.821	5.307.067
20	Hazır giyim ve Konfeksiyon	19	54.406	193.153	4.813.894
21	Fındık ve Mamulleri	1	23.964	22.624	375.814
22	Deri ve Deri Mamulleri	2	22.447	10.872	321.086
23	Meyve Sebze Mamulleri	2	19.765	14.577	465.498
Sektörler toplamı		360	68.770.231	22.876.758	791.072.570

HUĞLU KALİTESİ GUINNESS TARAFINDAN ONAYLANDI!



ABD'de Powder Creek Shooting Park atış poligonunda, 12 saat içerisinde 5 kişilik bir takım en fazla plak kırma rekorunu denedi. Bu rekor CZ için üretilen ve Huğlu'nun Renova modeli ile aynı olan CZ 1012 tüfekleri ile 12.10.2019 tarihinde, 14.167 plak kırılarak egale edildi ve tescil edilerek Guinness rekorlar kitabında yer almaya hak kazandı.

purplestv.com



Türkiye'nin tarım ambarı
sanayi ihracatı ile öne çıkıyor

Konya

Türkiye'nin en fazla dış ticaret fazlası veren altıncı şehri olan Konya, sahip olduğu üretim gücü ile ülke ekonomisinde stratejik rol oynuyor. Konya, en fazla ihracat yapan ilk 12 il arasında 2019'da ihracatını en çok artıran şehir oldu.

Türkiye'nin tahıl ambarı, un, tuz, şeker üretiminde ilk sırada, tarımsal makine ve ekipman üretiminde lider, birincil alüminyum madeninin ülkede çıkarıldığı tek il, dış ticaret fazlası veren 6'ncı şehir...

Bunlar Konya'nın sahip olduğu değerlerin sadece birkaçı. Listeye eklenebilecek çok daha fazla özelliğe sahip, Türkiye'nin KOBİ başkenti olması gibi.

İNSANLIK TARİHİNİN EN ÖNEMLİ ŞEHİRLERİNDEN

Konya, sadece Türkiye'nin değil dünyanın en kadim şehirlerinden biri olarak bilinir. Bölgede bulunan Çatalhöyük, bugüne kadar keşfedilmiş en eski ve en gelişmiş Neolitik devir yerleşim merkezi olarak biliniyor. Çatalhöyük, ilk defa yemek kültürünün başladığı, tarımın yapıldığı, ateşin kullanıldığı, yerleşik hayata geçildiği ve vahşi hayvan saldırılarına karşı ortak savunmanın yapıldığı merkez olarak kabul edilmesi nedeniyle, insanlık tarihi için büyük öneme sahip. Çin sınırından Bizans topraklarına kadar uzanan Selçuklu Devleti'nin Anadolu'daki başkenti ve İpek Yolu üzerinde önemli bir konaklama merkezi olan Konya, aynı zamanda birçok İslâm ilim adamının ve mutasavvıfın yetiştiği önemli bir merkez olarak tarihte yerini almıştır. Bu ilim insanlarından en çok tanınanı ise hiç şüphesiz Mevlana Celaleddin Rumi'dir. Her yıl binlerce insan Mevlana Türbesi ve müzesi için kenti ziyaret ediyor. Konya'da ziyaret edilecek yerler, Mevlana Türbesi ile sınırlı değil. Sille (Siyata), Aya Elena Kilisesi, Kilistra Antik Kenti, Eflatunpınar Hitit anıtı, Çatalhöyük, Karahöyük, İvriz Kaya Kabartmaları, Bolat, Nekropol ve Bouleterion gibi önemli tarihi değerler Konya'nın kültür turizmi açısından zenginliğini gösteriyor.

TÜRKİYE'NİN KOBİ BAŞKENTİ

Sahip olduğu geniş ve verimli topraklar ile Türkiye'nin en önemli tarım kenti olan Konya; un, tuz, şeker üretiminde ilk sırada geliyor. Sanayi ihracatını 16 yılda 13 kat artıran Konya, oluşturduğu sanayi altyapısı ve çeşitliliğiyle tarım kenti görünümüne, sanayi şehri kimliğini de ekledi.

Türkiye'nin yükselen yıldızı ve marka şehri olma yolunda önemli adımlar atan

Konya Sanayisinin En'leri

1. Türkiye'nin tahıl ambarı
2. Un, tuz, şeker üretiminde Türkiye birincisi
3. Birincil alüminyum madeninin Türkiye'de çıkarıldığı tek il
4. Tarımsal makine ve ekipman üretiminde Türkiye lideri
5. Metal işlemede Türkiye pazarının %45'ine hâkim
6. Araç üstü ekipmanda Türkiye pazarının %70'ine sahip
7. Savunma sanayisinde Türkiye'de ilk beşte
8. Dış ticaret fazlası veren 6'ncı şehir
9. Türkiye'nin en büyük üçüncü organize sanayi bölgesi
10. Marka tescilinde 2.399 tescil ile Türkiye 7'ncisi
11. Patent tescilinde 81 tescil ile Türkiye 6'ncısı
12. Faydalı model tescilinde 14 tescil ile Türkiye 5'incisi
13. Tasarım tescilinde 1.365 tescil ile Türkiye 7'ncisi

Kaynak: www.konyadayatirim.org



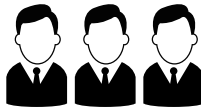
2,2 MİLYON

Konya nüfusu



2 MİLYAR DOLAR

2019 yılı ihracatı



1.895

Kayıtlı ihracatçı sayısı

Konya'nın, asırlara dayanan üretim tecrübesi ve girişimci ruhu, şehir ekonomisine de yansıyor. Türkiye'nin tahıl ambarı olarak anılan Konya, aynı zamanda yaklaşık 45 bin KOBİ'ye ev sahipliği yapıyor. Bu nedenle ülkenin KOBİ başkenti olarak anılıyor.

İHRACATI, %11,7 ARTIŞLA 2 MİLYAR DOLARI AŞTI

Birincil alüminyum madeninin Türkiye'de çıkarıldığı tek il olan Konya, dış ticaret hacmiyle de Anadolu'nun öne çıkan ekonomilerinden biri. Türkiye'nin en fazla ihracat yapan 12'nci şehri konumunda olan Konya, 2019 yılında 2 milyar dolar ihracat yaptı. Bir önceki yıla göre ihracatını yüzde 11,7 artıran Konya, 38 ilin toplam ihracatından daha fazlasını tek başına yapıyor. Son dönemde en fazla ihracat artışı yaşanan şehirlerin de başında geliyor. Kentte bulunan bin 900 civarındaki ihracatçı firma, dünyanın 173 ülkesine ihracat yapıyor. Konya ihracatı, son 20 yılda 20 kattan fazla büyürken, aynı dönemde kayıtlı ihracatçı firma sayısı da beş kat artış göstermiş.

%93,3

İmalat sanayisinin toplam ihracattaki payı

DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN 6. ŞEHİR

Milli imkanlarla üretmeyi önceliğe alan Konya, Türkiye'nin dış ticaret fazlası veren nadir şehirlerinden biri olma özelliğine de sahip. Yıllık dış ticaret fazlası yaklaşık 877 milyon dolar olan Konya, en fazla dış ticaret fazlası veren altıncı il konumunda bulunuyor. Konya ihracatının, ithalatı karşılama oranı da yüzde 196 seviyesinde bulunuyor. Konya ihracatta büyük payı sanayiden elde ediyor. İmalat sanayi ihracatının, toplam ihracat içerisindeki payı yüzde 93,3.

EN BÜYÜK ÜÇÜNCÜ SANAYİ BÖLGESİNE SAHİP

Çok sayıda ulusal ve küresel markaya ev sahipliği yapan Konya, Türkiye'nin yeni yatırım ve üretim merkezlerinden biri olmayı başardı. Konya Sanayi Odası öncülüğünde 70'li yılların sonunda hayata geçirilen yeni organize sanayi bölgeleri,



KONYA'NIN GÜCÜ KOBİ'LERDEN GELİYOR

Türkiye'nin en büyük ilk 1000 sanayi kuruluşu listesinde 20'den fazla Konyalı sanayici olsa da Konya sanayisinin gücü KOBİ'lerden geliyor. Konya genelinde 45 bin civarında küçük ve orta ölçekli firma bulunuyor. Sanayinin küçük ve ortak ölçekli büyüklüğe sahip olması ve bölge insanının girişimci karakteristik özelliği, firmaların değişime hızlı uyum sağlamasını sağlıyor.

TARIMDAKİ TECRÜBESİNİ SANAYİYE AKTARDI

Konya, tarımdaki tecrübesini ve üretim gücünü tarım makinelerinin imalatına aktararak, 1960'lı yıllarda sanayileşme anlamında önemli adımlar atmış. İmalatta usta-çırak ilişkisinin devam etmesi, Konya'nın beyin gücünün eğitim sonrası Konya'da çalışmayı seçmesi ve bölge insanının girişimci ruhu, Konya'yı bugün Türkiye'nin en önemli sanayi şehirlerinden biri yaptı. 80'in üzerinde sektörde üretim yapılan Konya'da, tarım dışında, otomotiv endüstrisi, makine imalat sanayi, gıda sanayi, savunma sanayi, döküm ve ayakkabı sektörleri öne çıkıyor.

bölgede sanayileşmeyi hızlandırdı.

23 milyon metrekare büyüklükteki Konya Organize Sanayi Bölgesi, Türkiye'nin en büyük üçüncü organize sanayi bölgesi konumuna ulaştı. Şu anda 2, 3, 4 ve 5. kısım genişleme alanlarında sanayi üretiminin yapıldığı bölgede 613 fabrika üretim yapıyor ve 42 bine yakın istihdam sağlanıyor. Konya OSB'nin, 6'ncı genişleme bölgesiyle ilgili yer seçim çalışmaları yapılıyor.

Konya sanayisinin istihdama sağladığı katkı sayesinde Konya'da işsizlik oranı yüzde 4,9 ile Türkiye ortalamasının çok altında bulunuyor.

YABANCI YATIRIMCILARIN ÇEKİM MERKEZİ OLDU

Dinamik bir şehir olan Konya'da gelecek dönemde işsizlik oranlarının daha da düşmesi bekleniyor. Çünkü Konya, yerli yatırımların dışında, yabancı yatırımların da çekim merkezi haline geldi. 2018 yılı itibarıyla Konya'da 50 ülkeden 340 yabancı sermayeli firmanın bulunduğu belirtilirken, sadece 2018 yılında 58 yabancı firmanın şehirde yatırım yaptığı kaydedildi. Konya sanayisinde faaliyet gösteren aktif firma sayısı 20 yılda 10 kat arttı.

Dünyanın en büyük savunma sanayi şirketleri sıralamasında 52. sırada



bulunan milli savunma sanayi şirketi ASELSAN'ın Konya'da yatırım kararı alması, iş dünyasında büyük heyecan yarattı. ASELSAN, Konyalı sanayiciler ile birlikte kuracağı ASELSAN Konya Silah Sistemleri A.Ş.'nin inşaat sürecini bir yılda tamamlayıp, Aralık 2020'de üretime başlamayı planlıyor.

Birçok sektörde önemli pazar payına sahip Konyalı sanayicilerin, katma değerli imalat sanayisine geçiş hedefinde savunma sanayisinin kilit rol üstleneceğine inanılıyor.

Güçlü olduğu sektörlerde markalaşmayı önceliğine alan Konya sanayisinde Ar-Ge merkezi olan firma sayısı 23'e, tasarım merkezi sayısı da altıya yükseldi.



ÇEBİÇ, FIRIN KEBABI, TİRİT VE ETLİ EKMEK...

Konya denince akla ilk etli ekmek gelse de çok farklı lezzetleri barından bir mutfak. Bunların başında da Çebîç geliyor. Tandırda pişen kuzu, bulgur pilavı üzerine konarak servis ediliyor. Yöreye özgü bir diğer etli lezzet ise fırın kebabı. Kuzu etinden yapıldığı gibi koyun eti ile de yapılabilir. Tirit, yine Konya'da yenmesi gereken yemeklerden biri. Su böreği ve Mevlana böreği yine bölgenin lezzetli tatlarından. Ayrıca arabaşı çorbası, sacrası ise bölgenin tatlı lezzetlerinden...



Konya'da 2018 yılında 58 yabancı firmanın şehirde yatırım yaptığı kaydedildi. Konya sanayisinde faaliyet gösteren aktif firma sayısı 20 yılda 10 kat arttı.

YELPAZESİ ZENGİN SANAYİ

Tarım makineleriyle sanayiye geçiş yapan Konya'nın önemli bir özelliği; sanayisinin oldukça geniş bir sektörel alanda üretim yapması. Makine sanayisinden kimyaya, tekstilden otomotiv yedek parçaya, elektrik-elektronikten gıdaya, ambalajdan kağıt sanayisine kadar oldukça değişik üretim alanlarında üretim gerçekleştiriliyor.

Konya, metal işleme alanında Türkiye pazarının yüzde 45'ine sahip. Türkiye'nin tarım makineleri ve aletleri ihracatının yüzde 45'ini Konya gerçekleştiriyor. Birçok marka modelin yüzde 70'den fazla parça ve ekipmanı Konya'da üretilirken, Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu araç üstü parça ekipmanlarının yüzde 70'ini üretebiliyor. Deri ayakkabı konusunda uzmanlaşan Konya, yılda yaklaşık 15 milyon çift ayakkabı üretimi ile Türkiye pazarının yüzde 15'ini oluşturuyor.



Yılın Kadın Girişimcisi Sezen Sungur Saral

Geçtiğimiz yıl Ernst&Young (EY) tarafından dünya çapında organize edilen Entrepreneur of the Year yarışmasının Türkiye ayağında “Yılın Kadın Girişimcisi” seçilen Sezen Sungur Saral, Reeder markasıyla sektörde fark yaratıyor.

Eşyle birlikte Reeder markasının yaratıcısı olan Sezen Sungur Saral, Türkiye’ye ilk e-kitap okuyucusunu getiren isimlerden biri. İlk olarak bu tip ürünleri yurt dışından getirip satan Saral, bugün Samsun’daki fabrikasıyla bu topraklardan global bir teknoloji markası daha yaratma yolunda emin adımlarla yürüyor. Entrepreneur of the Year yarışmasında “Yılın Kadın Girişimcisi” seçilen Saral, isminin açıklandığı zamanki duygularını, “Yaşadığım tüm zorlukları unutup işimi kurduğum ilk günkü enerjimi geri kazandım” diyerek anlatıyor. Saral’a Reeder markasından hayatındaki dönüm noktalarına kadar merak ettiğimiz pek çok şeyi sorduk. İşte yanıtları...

Öncelikle sizi biraz tanıyabilir miyiz?

36 yaşındayım; İzmirliyim, evliyim ve yedi yaşında bir kız çocuğum var. Bornova Anadolu Lisesi ve Boğaziçi Üniversitesi mezunuyum. Profesyonel hayatta satış temsilciliğinden Genel Müdür Yardımcılığı’na yükseldiğim bir kariyerim oldu. Reeder’ı kendisi de Boğaziçi Üniversitesi mezunu olan eşim Uygur Saral’la 10 yıl önce kurduk.

Reeder’ın kuruluş öyküsünü anlatabilir misiniz?

Reeder’ın kuruluş amacı Türkiye’ye e-kitap teknolojisini getirmektir. ABD’de satılan e-kitap okuyucular ülkemizde yoktu ve bunun pazarda büyük bir eksik olduğunu hissederek, yurt dışından bu ürünleri ithal edip satmaya başladık. İlgili o kadar fazla



oldu ki ilk altı ayda öncüsü olduğumuz bu pazarın lideri haline gelerek, 10.000 adet cihaz sattık. Motivasyonumuz insanların bilgiye en kolay yoldan ulaşabileceği mobil cihazları erişilebilir fiyatlara sunmak ve bu yolculukta yeni nesil girişimciler olarak Türkiye'nin teknoloji yolculuğunu birinci elden öğrenerek geliştirmektir.

EY Türkiye Girişimci Kadın Liderler Programı'yla tanışmanız nasıl oldu?

Bu programın 2016 yılında Türkiye'de açılan ilk sınıfının 10 mezunundan biriyim. O dönemde artık e-kitap okuyucu işimiz, tablet bilgisayarlara hatta akıllı telefonlara evrilmişti. Intel ve Turkcell gibi dev firmalarla iş birliği yaparak portföyümüzü, ekibimizi, markamızı büyütmeğe başlamıştık. Liseden bir arkadaşım bana mesaj atarak böyle bir programdan bahsetti, başurdum. Seçim aşamasından başlayarak her adımında bu program bana bir kadın girişimci olarak yalnız olmadığımı hissettirdi ve gündelik telaşlardan sıyrılıp büyük resme bakmamı sağladı.



Hayatınızdaki dönüm noktaları nelerdir?

İş hayatımda dönüm noktalarından çok beni yönlendiren, etkileyen süreçler oldu. Bunların başında profesyonel hayatımda dünyadaki çoğu fuarı ziyaret etme ve birçok sektörde çok sayıda KOBİ ile tanışma imkânı bulmam geliyor. Ardından Turkcell ve Teknosa ile yaptığımız kurumsal iş birlikleri ve EBRD Kobi Destek Programı'nda aldığımız tavsiye ile Çinli tedarikçimizden know-how ve sermaye transferi ile fabrika kurmamız. Ve tabii ki en önemlisi KAGİDER ve Garanti BBVA tarafından Ekonomist Dergisi'nin desteğiyle düzenlenen yarışmada Türkiye'nin Kadın Girişimcisi seçilmem.

"2019'da bu dünyanın en büyük firmalarının bulunduğu sektörde, ürettiğimiz ürünleri beş ülkeye ihraç ettik, 2020'de hedef 20 ülke."



Reeder'ın üretimi için Samsung'u seçmeniz özel bir neden var mı?

Yarattığımız sosyal etkinin büyük olacağı bir yer seçmek istedik. Daha önce benzeri bir teknoloji yatırımı yapılmamış Karadeniz Bölgesi'nde. Samsun iki üniversitesi ve teknoparkı ile iş imkanına ihtiyaç duyan ve kendini geliştirmek isteyen gençlerle dolu bir şehir. Yerel yönetim de aileler de bizi kucaklıyor.

Reeder'ı bugünlere taşıyan en önemli unsurlar nelerdir?

Reeder'ın en önemli özelliklerinden biri ilklerin markası olması. İlk e-kitap okuyucu, ilk 3G Android tablet, ilk 6 GB ram telefon gibi, en yeni teknolojileri pazara en hızlı ve en ulaşılabilir fiyatlarda sunuyoruz. Müşterimizle birçok modern kanaldan iletişim kuruyoruz. Sürekli kendimizi geliştiriyor, eğitim ve kadın istihdamı konusundaki sosyal sorumluluk projelerimizle sürdürülebilir kalkınmaya hizmet ediyoruz.

KADIN GİRİŞİMCİLERE TAVSİYELERİ

Dirençli olmaları gerekecek, psikolojik olarak sağlam durmaları ve gerçekleşen olayları iyi ya da kötü olarak değil, adapte olunması gereken durumlar olarak görmeleri gerekiyor. Ve asla mücadeleden vazgeçmemeleri...

Reeder için gelecek hedefleriniz neler?

Reeder'ın bu topraklardan çıkan global bir teknoloji markası olması vizyonuyla yola çıktık. 2019'da bu dünyanın en büyük firmalarının bulunduğu sektörde, ürettiğimiz ürünleri beş ülkeye ihraç ettik, 2020'de hedef 20 ülke.



Sosyal sorumluluk projelerine önem verdiğinizi biliyoruz?

Bu konuyu biraz açar mısınız?

Bu dönem KAGİDER Yönetim Kurulu'na seçilmekten büyük bir gurur duyuyorum. Zira orada kadının sosyo-ekonomik olarak toplumda güçlenmesini sağlayacak birçok somut projeye imza atıyor ve çıktılarını gözlemleme imkânı buluyoruz.

2019'da Ernst&Young (EY) tarafından organize edilen Entrepreneur of the Year yarışmasının Türkiye ayağında "Yılın Kadın Girişimcisi" seçilince neler hissettiniz?

Bu yarışmada diğer adaylar kadar jüri de oldukça güçlüydü. Hüsnü Özyeğin, Emine Sabancı Kamışlı, Erol Bilecik, Zeki Konukoğlu gibi isimlerin önünde oldukça heyecanlandım. İsmim açıklanınca, yaşadığım tüm zorlukları unutup işimi kurduğum ilk günkü enerjimi geri kazandım diyebilirim.

Kadın girişimci olarak ne gibi zorluklarla karşılaştınız?

Kadından beklenti toplumda her zaman eviyle ve çocuğuyla ilgilenmesi yönünde. Maalesef üniversite mezunları arasında bile, hem kadın hem de erkeğin çalıştığı evlerde eşit bir sorumluluk paylaşımı yok! Bu kültürel etkeni kırmak gerçekten zor.

Düşük sülfürlü yakıt regülasyonu kararıyla zamlar ihracatçıya yansımaya başladı

Dünya denizciliğinin gündeminde olan deniz yakıtlarındaki 0,5 kükürt oran uygulaması, 1 Ocak 2020 itibarıyla başladı. Regülasyonun getirdiği maliyet artışının konteyner navlunlarına yansımaya başlayacağı maddi boyutu, ancak konu insan hayatı için de büyük önem taşıyor.

Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO), 2015 yılında gemi yakıtlarında yüzde 3,5 olan kükürt üst sınırının, yüzde 0,5'e indirilmesine yönelik bir karar alarak, yeni regülasyonun 2020 itibarıyla yürürlüğe girmesini kararlaştırmıştı. Dünya deniz taşımacılığında 55 bin civarında gemiyi ilgilendiren karar sonrası, düşük sülfürlü yakıt regülasyonu, 1 Ocak 2020 itibarıyla yürürlüğe girdi. Böylece, gemi yakıtlarında yüzde 3,5 olan kükürt üst sınırı, yüzde 0,5'e indirilmiş oldu.

ASİT YAĞMURLARI AZALACAK

Gemi kaynaklı hava kirliliğinin önüne geçilmesini hedefleyen yakıt sülfür oranının düşürülmesi konusu, dünyamız ve ülkemiz için yaşam ve çevre sağlığı açısından büyük önem arz ediyor. Gemi bacalarından atmosfere yayılan sülfür dioksitin (SO_2), havada sülfat iyonlarına dönüşerek, hidrojen atomlarıyla birlikte sülfürik asidi oluşturduğu ve asit yağmuru olarak yeryüzüne geri döndüğü biliniyor. Sülfür bileşeni asitleşme oranı, azota göre daha fazla olduğu için yakıtlardaki yüksek sülfür oranının düşürülmesi canlılara ve doğaya tehdit oluşturan asit yağmurlarının engellenmesine de yardımcı olacak. Alınan bu kararlar gemi bacalarının dışında egzoz çıkışlarının küresel bazda yarattığı yüzde 3,5 kirlilik oranında da düşüş sağlanmış olacak.

NELER DEĞİŞECEK?

Alınan karar kapsamında dünya genelinde yaklaşık 4 bin gemi, egzoz gazı temizleme sistemi (scrubber) ile donatılırken, daha az sayıda gemi LNG yakıtlarına dönüş yaptı veya yeni gemi siparişlerinde LNG makineleri tercih etti. Türk koster filosu dahil dünya üzerindeki denizcilik işletmelerinin büyük çoğunluğu ise tercihini, Marine Gas Oil (MGO) ya da Very Low Sulphur Fuel-Oil (VLSFO) kullanarak düşük sülfürden yana kullandı. Bu seçimi yapan

gemilerde, eski yakıtların en geç Mart 2020'ye kadar tüketilmesi veya tahliye edilmiş olması gerekiyor. Yeni regülasyonun getirdiği cezai yaptırımlar, 1 Mart 2020'den sonra uygulanacak.

YILLIK 4 MİLYON DOLARLIK MALİYET

Her üç sistemin ortak özelliği ise gemi işletmelerine ekstra maliyet getirmesi oldu. Gemilerin şu anda kullandığı sülfürlü yakıt ile VLSFO arasındaki fark, ton başına 200 dolar civarında değişim gösteriyor. Düşük sülfürlü yakıtın, büyük filoya sahip armatörlere, yıllık 4 milyon dolarlık ekstra maliyet getireceği belirtiliyor. Yılda yaklaşık 11 milyar ton yük, 55 bin civarında aktif çalışan gemilerle dünya denizleri arasında taşınıyor. Gemiler, bu hareketi sonucunda yıllık 350 milyon ton bunker (gemi yakıtı) tüketiyor. Eylül 2019 yılına kadar tüketilen bunker ürünlerinin yüzde 80'ini fueloil, yüzde 20'sini de gasoil oluşturuyordu. 2019 yılının sonuna doğru ibre tersine dönmeye başladı. VLSFO talebinin yüzde 70'lere ulaşacağı tahmin ediliyor.

İLAVE MALİYETLER İHRACATÇIYA YANSIYOR

Yeni regülasyonun getireceği ilave maliyetin, navlunlara ne düzeyde yansıtacağı merak edilen soruların başında geliyordu. Konteyner armatörleri, Kasım 2019'dan itibaren müşterilerine yaptıkları duyurularda 1 Aralık'tan itibaren konteyner navlunlarına zam yaparak yeni tarifelerini açıklamaya başlamışlardı.

Balast ile yeni bir maliyet eklenecek

GEMİ işletmelerine ek maliyet getirecek diğer bir IMO regülasyonu ise Balast Suyu Sözleşmesi'nin getirdiği zorunluluklar olacak. Geçtiğimiz yıllarda yürürlüğe giren ve bazı gemilere verilen ayrıcalıkların süresi de bu yıl itibarıyla dolmaya başlıyor. Mevcut gemilerin balast arıtma sistemleri ile donatılması gerekiyor. Her bir gemi için sistemin getireceği maliyet, geminin büyüklüğüne göre 250 bin dolar ile 1 milyon dolar arasında değişiyor. Küresel ticaretin düştüğü ve navlun endekslerinin değer kaybettiği bir dönemde yeni kurallar, armatörleri oldukça zorlayacağı benziyor.

Emisyonlar ortadan kalkacak

DÜNYA ticaretinin yüzde 85-90'ının taşındığı denizyolu taşımacılığının, küresel emisyonlardaki payı sadece yüzde 3-4 seviyesinde. IMO Deniz Çevresini Koruma Komitesi'nin, gemilerden kaynaklanan sera gazı emisyonlarının, 2050 yılında yüzde 50, karbon yoğunluğunun ise 2030'a kadar yüzde 40 ve 2050'ye kadar yüzde 70 azaltılmasını hedefliyor. Uzun vadede ise emisyonlar tamamen ortadan kaldırılacak.

15 geminin yaydığı sülfür dioksit bütün araçların yaydığından fazla!

ÇOK büyük tonajlı 15 geminin ortaya çıkardığı sülfür dioksit ve nitrojen oksit gaz miktarı, neredeyse dünyadaki bütün araçların yaydığı emisyonlardan daha fazla. 1 milyon aracın yaydığı partikülü, sadece bir kruvaziyer geminin günlük yaydığı partiküle eşit.



TASARIM VE İHRACAT DESTEKLERİ

Ticaret Bakanlığı'nın yayınladığı bu raporda tasarım ve ihracat desteklerine ilişkin her türlü detayı bulabilirsiniz. Siz de bu raporla gücünüzü ve potansiyelinizi artırabilirsiniz.

TASARIM departmanı kurmak isteyenlere 1,4 milyon dolara kadar proje desteği verildiğini biliyor muydunuz? Gemi ve yat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin Türkiye'de yerleşik şirketlerden alacakları tasarım hizmetine ilişkin giderleri yıllık en fazla 200.000 dolara kadar yüzde 50 oranında ve 5 yıl

süresince destekleniyor. Yurt dışında pazar araştırması yapan şirketlerin ulaşım ve konaklama masraflarının yüzde 70'i karşılanıyor. Bu ve bunun gibi örneklerin sayısını artırmak mümkün. Merak ettiğiniz soruların cevabını Ticaret Bakanlığı'nın sizin için hazırladığı "Tasarım ve İhracat Destekleri" bölümünde bulabilirsiniz.



TASARIM DESTEĞİ

- Tasarım yarışmalarında dereceye giren tasarımcıların dünyanın en önde gelen tasarım okullarındaki eğitim masraflarının tamamı karşılanıyor.
- Tasarım departmanı kurmak isteyenlere 1,4 milyon dolara kadar proje desteği veriliyor.



TASARIMCI ŞİRKETLER VE TASARIM OFİSLERİNİN DESTEKLENMESİ

- Tasarımcı Şirketleri ve Tasarım Ofislerinin; yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirecekleri tanıtım harcamaları, tasarımcı şirketler için en fazla 300.000 ABD Doları, tasarım ofisleri için en fazla 150.000 ABD Doları'na kadar %50 oranında ve yıllık limitlerle destekleniyor.
- Yurt dışında açacakları ve destek kapsamında değerlendirilen birimler için (şirket, ofis, mağaza, depo, şube, showroom, reyon, gondol gibi);
- Kurulum/dekorasyon ve konsept mimari çalışması giderleri tasarımcı şirketler için en fazla 100.000 ABD Doları, tasarım ofisleri için en fazla 50.000 ABD Doları,
- Brüt kira harcamaları ve bu birimlerin kiralanmasına ilişkin danışmanlık giderleri ile vergi/resim/harç giderleri, tasarımcı şirketler için en fazla 200.000 ABD Doları, tasarım ofisleri için en fazla 100.000 ABD Doları'na kadar, %50 oranında ve yıllık limitlerle destekleniyor.



DESTEK BİLGİ ÖZET TABLOSU

GERÇEKLEŞTİRİLEN FAALİYET	YILLIK DESTEK ÜST LİMİTLERİ	
	Tasarımcı Şirketi	Tasarım Ofisi
Tanıtım	300.000 \$	300.000 \$
Yurt Dışı Birimlerin Kurulum/Dekorasyon ve Konsept Mimari Çalışması	100.000 \$	50.000 \$
Brüt Kira Harcamaları ve Kiralamaya İlişkin Danışmanlık ile Vergi/Resim/Harç	200.000 \$	100.000 \$
Patent, Faydalı Model, Endüstriyel Tasarım Tescili ile Markaların Yurtdışında Tescili ve Korunması	50.000 \$	
İstihdam	150.000 \$	200.000 \$
İş Yönetimi Danışmanlıkları	200.000 \$	100.000 \$



İŞ BİRLİĞİ KURULUŞLARININ DESTEKLENMESİ

- İş birliği kuruluşlarının; yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirecekleri görsel ve yazılı tanıtım giderleri ile bu faaliyetlerin tanıtımı, marka-promosyon ajansı, stratejik danışmanlık gibi tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları, %50 oranında ve yıllık en fazla 300.000 ABD Doları tutarında destekleniyor.
- Düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren yıllık en fazla 60 (altmış) adet tasarımcının, yurt dışındaki eğitim giderlerinin tamamı ile aylık 1.500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla oluşacak yaşam giderlerine ilişkin harcamalar en fazla 2 (iki) yıl süresince destekleniyor.



GEMİ VE YAT SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN ŞİRKETLERİN DESTEKLENMESİ

- Gemi ve yat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin; Türkiye'de yerleşik şirketlerden alacakları tasarım hizmetine ilişkin giderleri yıllık en fazla 200.000 ABD Dolarına kadar %50 oranında ve 5 yıl süresince destekleniyor.



TASARIM VE ÜRÜN GELİŞTİRME PROJELERİNİN DESTEKLENMESİ

Tasarım ve Ürün Geliştirme Projeleri Kapsamında;

- İstihdam edilen tasarımcı, modelist ve mühendislerin brüt maaşlarının toplam en fazla 1.000.000 ABD Doları,
- Alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderlerinin toplam en fazla 250.000 ABD Doları,
- Seyahat ve web sitesi üyeliğine ilişkin giderlerinin toplam en fazla 150.000 ABD Doları proje bazlı limitlerle %50 oranında destekleniyor.



DESTEK BİLGİ ÖZET TABLOSU

GERÇEKLEŞTİRİLEN FAALİYET	PROJE BAZINDA DESTEK ÜST LİMITLERİ
Tasarımcı, Modelist ve Mühendislerin İstihdam Giderleri	1.000.000 \$
Alet, Teçhizat, Malzeme ve Yazılım Giderleri	250.000 \$
Seyahat ve Web Sitesi Üyeliğine İlişkin Giderler	150.000 \$



TASARIM VE ÜRÜN GELİŞTİRME PROJELERİNİN DESTEKLENMESİ

- KOBİ düzeyinden küresel marka olma iddiasında olanlara kadar her seviyedeki ihracatçı terzi usulü hazırlanmış destek modelleri ile destekleniyor.
- Değişen ihracata, değişen ihracat portföyüne göre ihracat destek programları geliştirilerek, dönüştürülüyor.



ŞİRKETLERİ İHRACAT İÇİN BİR ARAYA GETİREN KÜME DESTEĞİ

- UR-GE Desteği ile kümelenme projelerine 3 milyon dolara kadar destek veriliyor.
- Şirketlerin UR-GE projeleri kapsamındaki ihracat, pazar/ürün analizi eğitimleri ve danışmanlık hizmetleri ile kurumsal kapasiteleri güçlendiriliyor.
- Şirketlerin, UR-GE projelerindeki nokta atışı, hazır paket yurt dışı ticaret heyeti ve alım heyeti programları ile yeni pazarları keşfetmesi sağlanıyor.



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI



YURT DIŞI PAZARLARA GİRİŞTE ZORUNLU BELGELER/TESTLER İÇİN DESTEK

- İhracat gerçekleştirilecek ülkede ihtiyaç duyulan sertifika, test analiz giderlerine yıllık 250.000 dolara kadar destek veriliyor.



YURT DIŞI PAZAR ARAŞTIRMASI YAPMAK İSTEYENLERE DESTEK

- Yeni pazarlara adım atarken de şirketlere destek veriliyor. Yurt dışında pazar araştırması yapan şirketlerin ulaşım ve konaklama masraflarının %70'i karşılanıyor.
- Ürünlerine pazar araştırması için sektör, ülke, pazar raporu satın alan veya özel rapor hazırlatan şirketlerin masraflarının %60'ı 200.000 dolara kadar destekleniyor.



SEKTÖREL TİCARET HEYETLERİ VE ALIM HEYETLERİNE DESTEK

- İş adamları yurt dışındaki alıcılarla bir araya getiriliyor. Sektörel ticaret heyetleri 100.000 dolar, alım heyetleri 75.000 dolara kadar destekleniyor.



KÜRESEL TEDARİK ZİNCİRLERİNE KATILMAK İSTEYEN İHRACATÇIMIZA DESTEK

- Küresel ölçekteki şirketlere tedarikçi olmak isteyen ihracatçıya 1 milyon dolara kadar proje desteği veriliyor.





FUAR KATILIMLARINA DESTEK

- Yurt dışı fuara katılan şirketlere fuar başına 360.000 TL'ye kadar destek veriliyor.
- Yurt dışı fuar katılımlarında minimum belge ve maksimum hızla geri ödeme.
- Yurt içi fuarlara katılan şirketlere yer kirası ve stand masraflarının yarısı 38.000 TL'ye kadar destekleniyor.



YURT DIŞINDA MARKALAŞMAYA DESTEK

- Markasını uluslararası pazarlara taşımak, küresel ölçekte marka olmak isteyen şirketlere TURQUALITY şemsiyesi altında çok kapsamlı ve üst limitsiz destekler veriliyor.
- Global marka olma iddiasındaki şirketlerin stratejik iş planları, dünyanın önde gelen danışmanlık firmalarının gözetiminde hazırlanıyor ve uygulamaya konuyor.



YURT DIŞINDA OFİS, MAĞAZA AÇMAK İSTEYEN İHRACATÇIMIZA DESTEK

- Yurt dışında ofis, depo, mağaza, showroom kiralayana yıllık 120.000 dolara kadar kira desteği, 250.000 dolara kadar reklam, tanıtım ve pazarlama desteği, 50.000 dolara kadar marka tescil desteği veriliyor.



YURT DIŞINDA ŞİRKET SATIN ALMALARINA DESTEK

- Yurt dışında şirket satın alarak ihracat ve üretim ağını geliştirmek isteyenlere 200.000 dolara kadar danışmanlık desteği veriliyor.
- Yurt dışında ileri teknoloji şirketi satın alımlarında 500.000 dolara kadar danışmanlık, 3 milyon dolara kadar kredi faiz desteği sağlanıyor.



TÜRKİYE TİCARET MERKEZLERİNDE YER ALMAK İSTEYEN İHRACATÇILARIMIZA DESTEK

- Firmalar, Türkiye ticaret merkezleri ile yurt dışında tek vücut ve güç birliği içinde faaliyetlerini ve ihracatlarını gerçekleştiriyor.
- İhracatçılar, Türkiye ticaret merkezlerinde kendileri için hazırlanan ofis, depo, showroomlar ile TTM'deki personel ve diğer hizmetlerden çok düşük bedellerle yararlanabiliyor.

MyTechnic Atölyelerinden Teknik Güvence

MyTechnic bakım ve onarım atölyelerinde, 250'den fazla uçak komponentinin tamir ve genel bakımının uzman kadroları hayata geçirerek müşterilerinin teknik sorun yaşamadan uçuşlarını sürdürmelerine destek olmaktadır.



MYTECHNIC komponent bakım ve onarım atölyelerimizde 250 üzerinde farklı komponent için hizmet vermekteyiz. Birçok farklı alanda uzman atölyelerimiz ile operatörlere destek olarak, sorunsuz uçuşlar gerçekleştirilmesini hedeflemekteyiz. Kabiliyetimizde olan birçok farklı komponentin yanı sıra olmayanlar için de hızlı bir çalışma yaparak yetkinliklerimizi arttırabilmekteyiz. Hedefimizde birçok yeni atölye ve yetkinlik kazanımı bulunmaktadır.

Basınçlı Tüpler, Regülatör ve Maske Atölyesi: Amerikan Ulaştırma Bakanlığı (D.O.T) tarafından, slide, oksijen ve yangın söndürme tüplerinin hidrostatik testlerini yapmaya yetkili atölyemizde, sektörün birçok firmasına uzun zamandır hizmet vermekteyiz. Atölyemizde görevli arkadaşlarımızın, sektör tecrübeleri uzun yıllara dayanıyor ve birçok test, tamir ve bakım faaliyetlerinde tecrübeleri bulunmakta. Atölyede görevli arkadaşlarımız, imalatçılardan aldıkları özel eğitimler ile tecrübelerini arttırmaktadır. Kabiliyetimizdeki komponentler Boeing ve Airbus uçaklarının neredeyse tüm tiplerini kapsamaktadır. Yangın söndürücü tüpler, taşınabilir ve sulu tiplerin

haricinde Halon 1211 ve Halon 1301 tiplerinde de hizmet vermektedir.

Elektrik ve Elektronik Atölyesi: Uçuş kumanda yüzeylerinden uçakta kahve yapma makinesine kadar birçok elektrik ve elektronik komponentin bakımlarının yapıldığı atölyemizde; ana batarya, ışıklandırma sistemleri, güç kaynakları ve benzeri birçok farklı komponent kabiliyeti bulunmaktadır. Ayrıca KANNAD marka ELT'lerde batarya değişimi ve kodlama işlemleri için yetkili bakım merkezidir. Çok tecrübeli teknisyen arkadaşlarımızla hızlı sürede ve kesin çözümler üreterek, sektördeki birçok bakım talebine hızlı çözüm üretmektedir.

Slide, raft ve can yeleşti atölyesi: Acil durum ekipmanları olan slide, raft ve can yeleklerinin bakımlarını yaptığımız atölye olup, aynı anda 5 slide ve/veya raft'a hizmet verebildiğimiz geniş bir alana sahiptir. Birçok farklı uçak tipinin ve farklı imalatçıların slide ve can yelekleri kabiliyetimizde olup, deneyim ve yetkilerimiz ile kısa zamanda teslim edilmektedir.

Fren ve Jant Atölyesi: Farklı uçak tiplerinin jant ve frenlerinin, kontrol ve bakımlarının yapılması için donatılmış atölyemizdeki kısa teslim süresi ile müşterilerimizin uçaklarını yerde tutmamasını garanti etmektedir.

Genişlemekte olan stok sayımız ile tüm uçak tiplerindeki jant ve frenlerin bakımlarını yapmayı hedeflemekteyiz.

Tahribatsız muayene atölyesi: Altı farklı metod da Seviye 3 NDT uzmanları ile gerek uçak gerek komponent üzerinde tahribatsız muayene işlemlerini gerçekleştirilmektedir. Atölyemizdeki uzman mühendislerimiz müşteri taleplerine uygun olarak prosedür hazırlayarak, gerekli test raporlarını çıkarmaktadırlar. Rutin NDT işlemlerinin dışında Level 3 uzmanlarımız ile danışmanlık hizmeti de sunmaktayız.

Hidrolik Atölyesi: Yeni kurulan atölyemiz ile geniş kapsamlı olarak uçak hidrolik komponentlerinin hizmetlerini vermeyi planlamaktayız. Kabiliyetimize ekleyeceğimiz komponentlerden bazıları; yağ pompaları, snubber'lar, fren sistemi komponentleri, flap/slat aktüatörleri, retroaksiyon aktüatörleri, spoiler aktüatörleri, motor tahrik pompaları ve geri itki aktivasyon sistem komponentleridir.

Kaplama Atölyesi: Isıtmalı ve vakum özellikli orijinal makinası (HVA) ile, uçaklardaki tüm kaplama işlemlerini yapabilmekteyiz. Bakım sonrasında çıkan uçaklarda yeni bir görünüm sağlayarak havayolu operatörlerinin memnuniyeti sağlanmaktadır.

Türkiye’de hizmete giren ilk “Hidrolik Hibrit” römorkör

Dünyanın ilk Advanced Variable Drive (AVD) teknolojisine sahip “Hidrolik Hibrit” römorkörü olan Boğaçay XXXVIII, Sanmar Altınova Tersanesi’nde yapılan bir tören ile Türk denizcilik filosuna katılırken, Boğaçay XXXI isimli römorkörün de Meksika’ya ihraç edileceği açıklandı.

DÜNYANIN SAYILI RÖMORKÖR ÜRETİCİLERİNDEN olan Sanmar Tersaneleri, bir ilke daha imza attı. Dünyanın ilk LNG ile çalışan römorkörü ile dünyanın ilk otonom gemisini başarı ile teslim etmiş olan Sanmar, bu sefer de Advanced Variable Drive (AVD) teknolojisini römorköre entegre ederek hibrit bir römorkör inşa etti. Sanmar, “Boğaçay XXXVIII” adını verdiği deniz aracını 11 Ocak Cumartesi günü, Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Cahit Turhan, İMEAK Deniz Ticaret Odası Başkanı Tamer Kıran ve denizcilik sektörünün önde gelen isimlerinin katıldığı bir törenle denize indirdi. Altınova Tersanesi’nde yapılan gemi, Türk denizcilik filusunda hizmet verecek. Törenin açılış

konuşmasını yapan Sanmar A.Ş. Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Gürün, Caterpillar grubu ile “Hidrolik Hibrit” teknolojisini römorkörlerde geliştiren bir tersane olarak, dünya devlerinin bu tip Ar-Ge projelerinde bizimle takım olmalarından dolayı gurur duyduğunu ifade etti. Gürün, yeni hibrit

römorkörün yerini alacağı Boğaçay XXXI isimli römorkörün de Meksika’ya ihraç edileceği haberini verdi. Gürün, sözlerini şöyle sonlandırdı: “Türkiye’de hizmete giren ilk ‘Hidrolik Hibrit’ ile Türk işçisi, mühendisi, gemi inşa sanayi ve denizcileri ne kadar gurur duysa azdır.”



ASELSAN ihracat rekoru kırdı

ASELSAN, 2019 yılında dış satışlarını yüzde 50 artırarak 330 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

ASELSAN Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Haluk Görgün’ün AA muhabirine verdiği bilgiye göre, şirket hasılatında son yıllarda gözlenen güçlü büyüme trendi 2019’da devam etti. Yüzde 40-50’lik öngörüsünü yakalayan şirket, mevcut güçlü bakiye siparişleriyle bu yıl da benzer doğrultuda büyümeyi hedefliyor. İhracat performansını artıran ASELSAN, geçen yıl bir önceki yıla göre yüzde 50 artışla 330 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.

ASELSAN, Türkiye’nin 1,14 dolar, savunma ve havacılık sektörünün 97 dolar olan ihracat kilogram değerine karşılık 1500 dolarlık rakama ulaştı. Yılı hedefine uygun karlılık değerleriyle kapatılan ASELSAN, gelecek yıllarda da aynı karlılık hedefini

sürdürmeyi planlıyor. Temmuz 2019’dan bu yana devam eden güçlü tahsilat performansını geçen ay rekor seviyeye çıkaran ASELSAN’ın makro göstergelerdeki iyileşme eğiliminin gelecek dönemde hızlanarak devam etmesi ve bu ivmenin şirket faaliyetlerine olumlu yansımaları bekleniyor.

HER ANLAMDA BAŞARILI BİR YILDI

Yılın çok başarılı ve hızlı geçtiğini belirten Görgün, şöyle konuştu: “İşimiz elektronik ve teknolojiyle. Mili saniyeler, mikro saniyeler söz konusu. 2019 o kadar hızlı geçti diyebilirim. Bir yıl içine birçok teknolojik başarıyı doldurduk. Her anlamda şirket büyüdü. Yaptığı projeler, ileriye dönük aldığı işler ve siparişler, çalışan sayısı,

iştirakler, uluslararası işleri, ihracatı her anlamda bereketli bir yıl oldu ASELSAN açısından. Hisar, Atmaca, elektromanyetik fırlatma sistemi gibi projelerde yıl içinde başarılı testler gerçekleştirdik. İşin içinde olduğumuz, el attığımız, çalıştığımız projeleri başarıyla teslim ettik, denemeleri başarıyla tamamladık.”



Baymak'ın kombi ihracatı yüzde 41 arttı

Geçtiğimiz yıl, 50'nci yaşını kutlayan Baymak, dolar bazında ihracatını yüzde 41 artırdı. Baymak'ın 2020 büyüme hedefi ise yüzde 30.

BAYMAK, 2019 yılında ihracatını yüzde 41 oranında artırarak önemli bir başarıya imza attı. 2017 yılında 527 milyon olan cirosunu, 2018'de 669 milyona, 2019 yılında 840 milyona çıkaran Baymak'ın son iki yıldaki büyüme oranı yüzde 60'ı buldu. Baymak CEO'su Ender Çolak, önümüzdeki sene büyüme hedeflerinin yüzde 30 olduğunu belirterek, Turquality Marka Destek Programı'nın katkılarıyla küresel arenada ilk 10 marka içerisine girmek istediklerini söyledi. Türk sanayisiyle özdeşleşmiş bir marka olarak, üretmekten asla geri durmadıklarını kaydeden Çolak, "Bu kapsamda, 2018 yılında 201 bin olan kombi üretimimizi, 2019 yılında yüzde 12'lik artışta 225 bin adede çıkardık.

Bunun yanında termosifon ve boyler hatlarımızdaki yenileme çalışmalarına da hızla devam ediyoruz" dedi. Çolak, 2019



Yılında 50'nci yılını kutlayan Baymak'ın başarısını şöyle özetledi: "Bugünün dünyasında artık şirketlerin başarısı müşteriye olan yakınlıkları ve müşteri nezdinde bıraktıkları güven duygusuyla ölçülüyor. Biz de bu kapsamda 'İşimiz sizi anlamak' mottosuyla çalışmalarımıza yön veriyor; satış faaliyetlerimizin temelinde müşteri deneyimini koyuyoruz. 2019'da dolar bazında ihracatta yüzde 41 artış gerçekleştirdik. Yakın gelecekte hedefimiz, ihracat yaptığımız coğrafyayı genişleterek sunduğumuz müşteri deneyimini dünyaya taşımak. 2020 yılında da 2019'daki başarılı performansımızı devam ettirerek yüzde 30 seviyesinde bir büyüme ile toplam satış gelirlerimizi 1 milyar TL'nin üzerine çıkarmayı hedefliyoruz."

Savunmadaki ihracat başarısı şirkete dönüştü

Umman'a Komuta Kontrol Bilgisayar Muhabere ve İstihbarat Sistemi ihraç eden ve buna sistem eğitim ihracatını da ekleyen HAVELSAN, yerel ortakla ülkede şirket kurdu.

YAZILIM alanında geliştirdiği ürünlerle askeri ve sivil alanda çözümler üreten HAVELSAN, Körfez Bölgesi'ndeki hedef pazarlarından ve ihracat başarıları yakaladığı Umman'daki varlığını kalıcı hale getirdi. HAVELSAN, Umman'a ilk olarak Komuta Kontrol Bilgisayar Muhabere ve İstihbarat Sistemi (C4I) ihraç etti.

Stratejik ve operatif seviyede komuta kontrol fonksiyonlarını sağlayan, kara, deniz ve hava kuvvetlerini içine alan müşterek sistem C4I, aynı zamanda personel, istihbarat, harekât, lojistik

ve muhabere gibi fonksiyonel sahaları barındıran birleşik yetenekler sunuyor. C4I, planlama, karar verme, harekât emri, icra ve durumsal farkındalık yetenekleriyle tam bir komuta kontrol döngüsü oluşturuyor.

Bu kapsamda harekât fonksiyonları



güvenilir ve yüksek hazırlıklı bir sistem üstüne kurularak, Umman Silahlı Kuvvetlerine kesintisiz çalışan bir C4I yeteneği kazandı. HAVELSAN, bu ihracata daha sonra eğitim hizmetini de ekledi. Şirket, ihracat başarılarının ardından Umman'daki varlığını kalıcı hale getirme kararı aldı. Bu doğrultuda HAVELSAN, Umman'da, ülkenin önde gelen uluslararası ticaret şirketi Masirah ile ortak şirket kurdu. HAVELSAN'ın yüzde 70, Masirah'ın yüzde 30 hissesine sahip olduğu şirketin adı HAVELSAN Technology Oman LLC olarak tescillendi.

Ege Bölgesi ihracatta hız kesmedi

EİB, 2019 yılındaki 13 milyar 301 milyon dolarlık ihracat rakamıyla 2018 performansını yakaladı. Ege Bölgesi'nin 2019 yılı ihracatı ise serbest bölgelerdeki rakam da eklenince, 22,5 milyar dolar seviyesine ulaştı.



TİM'in verilerine göre 2019 yılında Ege Bölgesi illerinden 20 milyar 89 milyon liralık ihracat yapıldı.

EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ (EİB), aralık ayında ihracatını yüzde 8'lik artışla 1 milyar 117 milyon 91 bin dolara taşıdı. EİB'in 2019 yılı ihracat rakamı ise 13 milyar 301 milyon dolar olarak gerçekleşti. EİB, bu performansı ile 2018 yılındaki 13 milyar 316 milyon dolarlık ihracat rakamını 15 milyon dolar eksiği ile tekrarlamış oldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerinden yapılan derlemeye göre Ege Bölgesi illerinden 2019 yılında 20 milyar 89 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Serbest bölgelerden yapılan ihracatta bu rakama eklendiğinde, Ege Bölgesi'nin ihracatı 22 milyar 567 milyon dolara ulaştı. Ege ihracatçıları

2019 yılında 7 milyar 422 milyon dolarlık sanayi ürünleri ihraç ederken, tarım ürünleri ihracatı 4 milyar 932 milyon dolar oldu. Ege İhracatçı Birlikleri bünyesindeki 12 ihracatçı birliğinden 5 tanesi 2018 yılına göre ihracatlarını artırmayı başarırken, 7 ihracatçı birliği 2018 yılı performansının gerisinde kaldı.

DEMİR-ÇELİK SEKTÖRÜ ZİRVEYE DEMİR ATTI

- Ege Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği, 1 milyar 469 milyon dolarlık ihracat tutarıyla 2018 yılında olduğu gibi, 2019 yılında da zirvenin sahibi oldu.
- İstihdam ve ihracatın lokomotiflerinden Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği 2019 yılında gerçekleştirdiği 1 milyar 313 milyon dolarlık ihracatla zirve takibini sürdürdü.

Ege İhracatçı Birlikleri bünyesindeki 12 ihracatçı birliğinden 5 tanesi 2018 yılına göre ihracatlarını artırmayı başarırken, 7 ihracatçı birliği 2018 yılı performansının gerisinde kaldı.

“YENİ PAZARLARA AÇILMAMIZ GEREKİYOR”

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, dünya genelinde yaşanan durgunluk, her geçen gün artan koruma önlemleri ve Türk ekonomisinde daralmanın yaşandığı 2019 yılında Egeli ihracatçıların ihracatta artış kaydedemeseler de 22,5 milyar dolar döviz Türkiye'ye kazandırmalarından dolayı başarılı olarak görülmeleri gerektiğini dile getirdi. İhracat rakamlarındaki yatay

seyrin Türkiye'nin ve Ege Bölgesi'nin geleneksel ihraç pazarları yanında alternatif pazarlara yönelmesi gereğini ortaya koyduğunun altını çizen Eskinazi, “Ticaret Bakanlığı'mızın 2020 yılı için belirlediği 17 hedef ülkeye yönelik tanıtım çalışmaları yaparak, ihracatımızı 190 milyar dolar hedefine ulaştıracacağız. Bu hedefe Egeli ihracatçıları olarak 25 milyar dolar katkı koymak istiyoruz” diye konuştu.

REKORTMEN HUBUBAT BAKLIYAT SEKTÖRÜ OLDU

● Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 443 milyon 455 bin dolarlık ihracat rakamıyla 2019 yılını geride bırakırken yakaladığı yüzde 10'luk ihracat artış hızı ile ihracatını en fazla arttıran birlik oldu.

● Ege Mobilya Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği 2018 yılında 599 milyon dolar olan ihracat rakamını, 2019 yılında yüzde 9'luk artışla 656 milyon dolara yükseltti.

● Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği ise yüzde 7'lik ihracat artışı yakaladı ve 2018 yılında 831 milyon dolar olan ihracatını 890 milyon dolara taşıdı.

● “Hayatımız Maden” mottosuyla hareket eden Ege Maden İhracatçıları Birliği 2019



yılında ihracatını yüzde 3 geliştirerek 946 milyon dolara ulaştı.

● Türkiye'nin geleneksel ihraç ürünleri çekirdeksiz kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı dünyanın dört bir tarafına ulaştıran Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2019 yılında ihracatını yüzde 3 arttırarak, 893 milyon dolar döviz Türkiye'ye kazandırdı.

SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER 3'ÜNCÜ SIRAYA YÜKSELDİ

2018 yılını dördüncü sırada tamamlayan Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği, 2019 yılında hanesine 956 milyon dolarlık ihracat yazdırdı ve bu yıl üçüncü sıraya yükseldi.



Ege Tütün İhracatçıları Birliği, 2019 yılında 882 milyon dolar ihracat rakamıyla seneyi beşinci sırada kapattı.

Jak Eskinazi: “Ticaret Bakanlığı'mızın 2020 için belirlediği 17 hedef ülkeye yönelik tanıtım çalışmaları yaparak, ihracatımızı 190 milyar dolara ulaştıracacağız. Bu hedefe Egeli ihracatçıları olarak 25 milyar dolar katkı koymak istiyoruz.”

TÜTÜN İHRACATI İKİ BASAMAK GERİLEDİ

● 2018 yılında 983 milyon dolar ihracat gerçekleştirerek, EİB bünyesinde üçüncü sıranın sahibi olan Ege Tütün İhracatçıları Birliği, 2019 yılında 882 milyon dolar ihracat rakamıyla beşinci sırada kendine yer buldu.

● Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği 2019 yılında 225 milyon dolar ihracatı kayda alırken, Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 177 milyon dolar döviz getirisi elde etti. Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği ise 149 milyon dolar ihracatla 2019 yılını geride bıraktı.



Akdeniz'in ihracat hedefi 15,5 milyar dolar

2019'u 13,5 milyar dolar ihracatla kapatan Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) hedefini büyüttü. Bu yıl yüzde 15'lik artış ile 15,5 milyar dolar ihracat hedefleyen AKİB, Afrika, Amerika ve Uzak Doğu pazarlarını radarına aldı.



TİM'in verilerine göre 2019 yılında Ege Bölgesi illerinden 20 milyar 89 milyon liralık ihracat yapıldı.

TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ ihracat merkezlerinden biri olan Akdeniz, yeni pazarlar ve gelişen üretim teknolojileri ile ihracat hedefini de büyüttü. 2019 yılında 13,5 milyar dolarlık ihracat yapan Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), 2020 yılında bu rakamı yüzde 15 artırarak, 15,5 milyar dolarlık ihracat hedefliyor. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Hayri Uğur, "2020 yılında da başarı hikâyelerine yenilerini eklemeyi ve 15,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. En çok ihracat yaptığımız ülke Irak, en çok ihracat gerçekleştiren ilimiz ise Hatay" dedi.

HEDEF 190 MİLYAR DOLAR

Türkiye'nin geleceğinin ihracat artışında olduğunu dile getiren Başkan Uğur, şunları kaydetti: "Türkiye İhracatçıları Meclisi olarak 2020 yılı ihracat hedefini 190 milyar dolar olarak belirledik. Dünya genelindeki büyüme rakamlarının aşağı yönlü revize edilmesine rağmen ihracat ailesi olarak bu rakamların üzerine çıkmak için dünya pazarlarında yoğun bir tempoda çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Hükümetimizin, İhracat Ana Planı, Yeşil Pasaport Uygulamaları, Gümrüklerde Dijitalleşme, Ticaret Müşavirleri Ağı, Eximbank kanalıyla ihracatın finansmanında sağlanan kolaylıklar, Akıllı İhracat Platformu, Serbest Ticaret antlaşmalarının sayısının artırılması hedefi, Tek Pencere Sistemi'nin geliştirilmeye devam etmesi gibi sürdürdüğü birçok çalışma ve desteği sayesinde 2020 yılı ihracat hedeflerinin rahat bir şekilde yakalanacağına inanıyorum. Akdeniz İhracatçı Birlikleri

Uğur: "İhracat Ana Planı doğrultusunda hedef ülkeler ve hedef sektörlerde ihracatımızı artırmaya çalışacağız. Afrika, Amerika ve Uzak Doğu pazarlarındaki gücümüzü artırmaya yönelik çalışmalarımızı hızlandıracacağız."

Hayri Uğur: "Bölgemizde enerji ve petrokimya yatırımları inşaat aşamasına geçmeye başladı. Bu yatırımların üretime geçmesi ile önümüzdeki yıllarda sadece kimya sektöründeki ihracatımızın 10 milyar doların üzerine çıkmasını bekliyoruz."

olarak devletimizden aldığımız bu güçle biz de 2020 yılı ihracat hedefimizi 15,5 milyar dolar olarak belirledik ve bunu gerçekleştirmek için de yoğun bir şekilde çalışacağız."

AFRİKA, AMERİKA VE UZAK DOĞU

Başkan Uğur, sözlerine şöyle devam etti: "Belirlediğimiz ihracat hedefini gerçekleştirmek için bir yandan mevcut pazarlarda daha etkin olma gayreti gösterirken, diğer yandan da Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan tarafından geçtiğimiz yıl açıklanan İhracat Ana Planı doğrultusunda hedef ülkeler ve hedef sektörlerde ihracatımızı artırmaya çalışacağız. Afrika, Amerika ve Uzak Doğu pazarlarındaki gücümüzü artırmaya yönelik çalışmalarımızı hızlandıracaktır. Plandaki beş sektörden ikisi olan Kimya ve Gıda sektörleri bölge olarak bizim en güçlü olduğumuz sektörlerden. Bu bağlamda İhracat Ana Planı'nın Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak bize sunduğu fırsatları en iyi şekilde değerlendireceğiz. Bölgemizdeki enerji ve petrokimya

yatırımları proje aşamasından inşaat aşamasına geçmeye başladı. Bu yatırımların üretime geçmesi ile önümüzdeki yıllarda sadece kimya sektöründeki ihracatımızın 10 milyar doların üzerine çıkmasını bekliyoruz. Dünyanın en bereketli topraklarından biri olan Çukurova'nın gıda ve tarımda dayalı sanayi alanında sunduğu büyük potansiyeli de yeterince değerlendirebilirsek, bu alanlarda da en az kimya sektörü kadar ihracat gerçekleştirebiliriz. AKİB bölgesinde yer alan illerde petrokimya, enerji ve gıdanın yanı sıra tekstil, ayakkabı ve mobilya sektörlerinde planlanan yeni üretim merkezleri de hayata geçiyor. Bu sanayi üslerinin üretime başlamasıyla birlikte bölgemiz her zaman ifade ettiğimiz üzere Marmara Bölgesi'nin alternatifi olarak öne çıkacaktır. Bölgemizde altyapısı güçlü, ulaşım imkânları eksiksiz, modern ve güvenli üretim merkezlerinin hayata geçirilmesi doğal olarak ihracatımıza da olumlu yönde yansıtacak Türkiye geneli ihracattan aldığımız payı da yukarıya taşıyacaktır."

IRAK PAZARI İLK SIRADA

AKİB'in 2019 yılında en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler Irak, İspanya, Mısır, Hollanda ve İtalya oldu. İlk sırayı yüzde 3,2 artış ve 1 milyar 149 milyon dolar ile Irak alırken, onu yüzde 25,7'lik artış ve 988 milyon dolar ile İspanya izledi. Yüzde 1,5 artış ve 894,5 milyon dolar ile Mısır üçüncü sırada yer aldı. Ülkeler bazında en dikkat çeken ihracat artışı yüzde 458,8 artış ve 242,6 milyon dolar ile Nijerya'da kaydedildi. Bu ülkeyi yüzde 87 artış ve 334,6 milyon dolar ile Lübnan, yüzde 66,8 artış ve 216 milyon dolar ile Fas takip etti.

AKİB'TE 2019 YILINDA EN FAZLA İHRACAT YAPAN İLLER

Hatay	2 milyar 841 milyon dolar
Kayseri	2 milyar 50 milyon dolar
Adana	1 milyar 919 milyon dolar
Mersin	1 milyar 797 milyon dolar
Karaman	260 milyon dolar



Antalya Serbest Bölgesi'nde faaliyet gösteren ARES Tersanesi, 2020'de 17 metre ile 35 metre aralığında 8 tekne inşa ederek teslim etmeyi planlıyor.

AKİB'TE 2019'DA EN FAZLA İHRACAT YAPAN BİRLİKLER

Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği	5 milyar 50 milyon dolar
Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği	3 milyar 220 milyon dolar
Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği	1 milyar 257 milyon dolar

“Küresel ölçekte markalar oluşturmamız şart”

LeShow’da konuşan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, bu yılki ihracat hedefinin 190 milyar dolar olduğunu belirtti. TİM Başkanı İsmail Gülle ise “Dış Ticaret Fazlası Veren bir Türkiye” için küresel ölçekte markalar oluşturmamız gerektiğine dikkat çekti.

İSTANBUL KONGRE MERKEZİ’NDE 16-18 Ocak 2020’de düzenlenen 2. LeShow İstanbul Deri & Moda Fuarı, sektördeki ünlü tasarımcıları, üst düzey markaları ve satın almaları bir araya getirdi. Fuarda konuşan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, Türkiye’de böyle fuarların sayısının artırılması gerektiğini söyledi. Turagay, “Baktığımız zaman 130-135 katılımcı firma var. Aralarında 15 tasarımcı var. 85-90 tane Türk firması 35 civarında yabancı firma katılıyor. Bir yandan da uluslararası ölçekte bir fuar olma yolunda hızla ilerleyen bir fuar” açıklamasında bulundu. Türkiye’nin geçen yıl 180,5 milyar dolar ihracat yaptığını, bu yılki ihracat hedefinin 190 milyar dolar olduğunu altını çizen Turagay, dünyadaki en büyük ihracatçı 50 ülkenin ihracatının yüzde 2,6 azaldığını, Türkiye’nin ise ihracatını yüzde 2,04 artırmayı başardığını belirtti.

200’den fazla ticaret heyeti düzenlediklerini kaydeden Turagay, sözlerini şöyle sürdürdü: “Birçok ülkeye gittik. Alım heyetleri düzenledik. Devletimiz her türlü desteği verme konusunda elinden gelen her şeyi yaptı. Bugün TİM ve ihracatçı birlikleri ile o kadar koordineli çalışıyoruz ki hepimiz masanın etrafına oturduğumuz bir tüccar gibi hareket ediyoruz. Türkiye potansiyeli çok yüksek bir ülke. Deri ve deri mamulleri ihracatımız 1,7 milyar dolar



ama özellikle deri ve kürkte Rusya’ya olan ihracattaki azalma bir anda ihracatımızı olumsuz yönde etkiliyor. Demek ki pazarımızı çeşitlendirmemiz lazım. Dinamik iş adamları ve ihracatçılarımızı gördüğümüz zaman böyle güzel uluslararası fuarların Türkiye’de düzenlenmesinden gurur duyuyoruz.”

DERİ SEKTÖRÜ TASARIM, KALİTE VE MARKA DEĞERİYLE ÖNE ÇIKIYOR

Fuarın açılışında konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye için küresel ölçekte markalar oluşturmamız gerekiyor. Fuarın, bu açıdan önemli bir görevi üstlenmekte olduğunu hepimiz görüyoruz. Tasarımın ve markanın öne çıktığı, ürünlerimizin her geçen gün daha çok kitleye ulaştığı LeShow Fuarı, Moskova’da yakalamış olduğu başarıyı

eminim ki İstanbul’da daha da ileriye taşıyacaktır” dedi.

Fuarın önemine dikkat çeken Gülle, konuşmasında şunları söyledi: “LeShow Fuarı’nın Türkiye’deki başarısının iki ana sebebi var. Birincisi etrafınıza baktığınızda net bir şekilde gördüğünüz fuarcılık ve organizasyon tecrübesi. İkincisi ise hem üretim hem de ihracatta; tasarımı, kalitesi ve marka değeriyle öne çıkan Türk deri sektörünün başarısı. 2019 yılında mücevher, savunma, havacılık ve hazır giyim sektörlerimizden sonra, en fazla katma değere sahip olan sektörümüz, kilogram başına 10,3 dolar katma değeri ile deri ve deri mamulleri sektörü oldu. 216 ülke ve bölgeye ihracat yapan deri sektörümüz, Ukrayna’ya olan ihracatını yüzde 58, Sudan’a yüzde 51, Suudi Arabistan’a yüzde 41, Fas’a yüzde 73, Polonya ve İspanya’ya ise yüzde 37 oranında artırarak önemli bir başarı gösterdi. Sektörümüzün en büyük ortağı ve LeShow’a 22 yıldır ev sahipliği yapan Rusya’ya ise ihracatımız 183 milyon dolar olarak gerçekleşti. Net anlaşılabilir bir şey var ki, deri sektörümüz tasarımın kilit unsurlarını gerçekten çok başarılı bir şekilde sentezlemiş durumda.”

“Deri sektörü, Ukrayna’ya ihracatını yüzde 58, Sudan’a yüzde 51, Suudi Arabistan’a yüzde 41, Fas’a yüzde 73, Polonya ve İspanya’ya ise yüzde 37 oranında artırarak önemli bir başarı gösterdi.”

Hakan Akkaya'dan yine sıra dışı bir defile

Hakan Akkaya LeShow İstanbul'daki dev dikdörtgen havuz tasarımlı podyumda gerçekleştirdiği "Glamour" defilesiyle dikkatleri üzerine çekti.



Defile öncesinde basın mensuplarının sorularını yanıtlayan Hakan Akkaya ve Çağla Şikel, subat ayında New York defilesinde birlikte olacaklarını söyledi.



LESHOW İSTANBUL DERİ & MODA FUARI'NIN açılış defilesi dünyaca ünlü modacımız Hakan Akkaya tarafından gerçekleştirildi. "LeShow İstanbul Glamour" koleksiyonunun tanıtım defilesinde baş manken olarak ünlü top model Çağla Şikel, koleksiyonun tanıtım filmi yüzü olan ünlü oyuncu Tuğba Ünsal ve 40 model podyuma çıktı. Defilede iki ayrı tasarımla podyuma çıkan baş manken Çağla Şikel, güzelliğiyle herkesi kendine hayran bıraktı. Hakan Akkaya'nın "LeShow İstanbul Glamour" defilesinin tanıtım filminde oyunculuk performansıyla göz dolduran Tuğba

Ünsal ise defilenin ikinci yarısında kendi seslendirdiği şarkısıyla podyuma çıktı.

YENİ PODYUM ANLAYIŞI BEĞENİ TOPLADI

Yaptığı sıra dışı defilelerle adından sıkça söz ettiren Hakan Akkaya, çizgisini bozmayarak 54 metre uzunluğunda ve 1.6 metre yüksekliğinde dikdörtgen dev podyumuyla bir ilke imza attı. İzleyicileri boş bir havuzun içinde ayakta ağırlayan Akkaya, yeni bir podyum anlayışıyla beğeni topladı. Yıldızlar geçidinin yaşandığı gecede Ayşe San, Aydan Şener, Ayşe Kazancı, Berfin

Uluman, Bengü & Selim Selimoğlu çifti, Cansen Yeni, Derya Uluğ, Emel Yıldırım, Hande Acar, Ivana Sert, Jülide Ateş, Oylum Talu, Sinem Yıldırım ve Neslihan Yargıcı defileyi izleyenler arasında yer aldı. Büyük beden modeller Su Alandağlı ve Melek Kaçan Akkaya, kendi tasarımları olan özel kostümlerle "Kadın bedenlerine özgürlük" mesajı ile podyuma çıktı. Akkaya zafer koşusunu ise büyük beden mankenler Alandağlı ve Kaçan ile yaptı. Defilenin sonunda da büyük beden modellerle birlikte selamlamaya çıkan ünlü modacı, defilenin en anlamlı karesine imza attı.

Türk tekstil firmaları New York'ta gövde gösterisi yaptı

İTHİB tarafından dünyanın önde gelen moda merkezlerinden New York'ta, bu yıl ilk kez düzenlenen "I of the World" fuarında, Türk tekstil firmaları ilk kez görücüye çıktı.

İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇI BİRLİĞİ (İTHİB) tarafından ABD'de bu yıl ilk kez düzenlenen "I of the World" tekstil fuarı, dünyanın önde gelen moda merkezlerinden New York'ta açıldı. InterContinental Barclay New York'ta, İTHİB'in 2020 yılı "sürdürülebilirlik" teması stratejisinde kurgulanan fuarda, Türkiye'den gelen seçkin 32 tekstil firması ABD pazarında görücüye çıktı. Fuarı katılan Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, yaptığı değerlendirmede, ABD'nin tekstil alanında çok önemli ve büyük bir pazar olduğunu vurguladı. ABD'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe toplam ithalatının 100 milyar doların üzerinde olduğuna dikkati çeken Turagay, Türkiye'nin ABD pazarında toplam payının ise sadece 1 milyar dolar olduğunu ve bu rakamın Türkiye'nin gerçek potansiyelini yansıtmadığını anlattı.

Ticaret Bakan Yardımcısı Turagay, şu bilgileri paylaştı: "ABD'nin tekstilde toplam ithalatı 30 milyar dolar civarında. Bizim ABD'ye yaptığımız ihracat miktarı ise 600-650 milyon dolar, yani Türkiye'nin ABD toplam tekstil ithalatından aldığı pay yüzde 2,2 civarında. Tekstile konfeksiyonu da dahil ettiğimiz zaman ABD'nin toplam ithalatı 100 milyarın üzerine çıkıyor. Bugün Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı toplam 29,5 milyar dolar seviyesinde, ancak Türkiye 100 milyar dolarlık ABD pazarına sadece 1 milyarlık mal satmış oluyor. Bu bizim potansiyelimizi kesinlikle



yansıtmıyor, ABD pazarını en iyi şekilde değerlendirmemiz lazım."

"ABD'NİN DE 6'NCI VEYA 7'NCİ BÜYÜK TEDARİKÇİSİ OLABİLİRİZ"

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz de "I of the World" fuarının ABD ile Türkiye arasında hedeflenen 100 milyar dolar dış ticaret hedefine en somut katkılardan birini sağlayacağını söyledi. Öksüz, "Türkiye tekstil sektörü olarak dünyanın 6'ncı ve ABD'nin 10'uncu büyük tedarikçisiyiz. Hedefimiz çok daha yukarılara çıkmak, en azından ABD'nin de 6'ncı veya 7'nci büyük tedarikçisi

olabiliriz" şeklinde konuştu. ABD'de Türk tekstil ihracatçılarının karşılaştığı en büyük sorunun yüksek vergi oranları olduğuna dikkat çeken Ahmet Öksüz, şunları kaydetti: "ABD, tekstilde ortalama yüzde 15 gümrük vergisi uyguluyor. Bu, rekabet gücümüzü düşüren ciddi bir oran. ABD'nin Ürdün ve Mısır gibi ülkelerle serbest ticaret anlaşması var. Bu nedenle benzeri ürünlerde rekabet gücümüz zorlaşıyor. ABD ve Türkiye arasında hedeflenen 100 milyar dolar ticaret hacmi çerçevesinde hedeflerimizi gerçekleştirmek ancak vergilerin kaldırılmasıyla mümkün olur."

Ahmet Öksüz: "ABD çok büyük bir pazar, buraya ihracatı çok daha fazla artırmak zorundayız. O nedenle bu tip organizasyonları daha sık yapmalıyız. Amacımız bu fuarları yaz-kış moda sezonuna bağlı olarak her altı ayda bir devam ettirmek. NY tekstil ticaretinin önemli bir merkezi, burada birkaç sezon devam edip ileride batı yakası gibi ABD'nin değişik bölgelerinde de yapabiliriz"

Denizli genç mucitlerini arıyor..

Denizli ve Türkiye’de inovasyon bilinci oluşturmak, inovasyonu bir kültür haline getirmek amacıyla düzenlenen ve ilki 2015 yılında gerçekleştirilen Genç Mucitler Aranıyor İnovatif Fikirler Yarışması’nın 2020 yılındaki yolculuğu başladı.



“İLERİDE BEN DE İHRACATÇI OLACAĞIM”

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, genç yaşlarda ortaya çıkan inovasyon bilincinin ve ileride ben de ihracatçı olacağım düşüncesinin çok önemsediklerinin altını çizerek sözlerini şöyle sürdürdü: “Genç Mucitler Yarışması ülkemiz ihracatı adına önemli bir proje. Çünkü ihracatı artırmanın yollarından biri de yeni ihracatçılar kazanabilmek. Bu yarışma sayesinde çocuklarımızda ve gençlerimizde inovasyon bilinci oluşuyor, erken yaşlarda ‘İleride ben de ihracatçı olacağım’ fikrinin tohumları ekiliyor. Öte yandan, gençlerimizin farklı fikirlerinin, hem kendi gelecekle hem de ülkemizin geleceği için anlamlı olduğunu düşünüyoruz. Düşünce aşamasında kalmış projelerin bir adım öteye gitmesi ve hayata geçirilebilmesi fikrini çok önemsiyoruz. Geçtiğimiz seneki yarışmamızda 1.200 başvuru almıştık. Bu rakam 1.200 farklı eve konuk olduk, 1.200 ailenin heyecanını paylaştık demek. 2020 yılında başvuruların daha da artmasını bekliyoruz.”

DENİZLİ VALİSİ Hasan Karahan’ın himayelerinde, Denizli İl Milli Eğitim Müdürlüğü ve Denizli İhracatçılar Birliği iş birliğinde 5. Genç Mucitler Aranıyor İnovatif Fikirler Yarışması’nın protokol imza töreni İl Milli Eğitim Müdürü Mahmut Oğuz, Denizli İhracatçılar Birliği Başkanı Hüseyin Memişoğlu ve Genç Mucitler Yarışması Komite Başkanı Bekir Serdar Mutlubaş’ın katılımlarıyla 15 Ocak 2020 tarihinde Denizli Valiliği’nde yapıldı.

DENİB İNOVASYON BİLİNCİ OLUŞTURMAYA ÇALIŞIYOR

Denizli İhracatçılar Birliği 2015 yılından bu yana Genç Mucitler Aranıyor İnovatif Fikirler Yarışması’nı düzenliyor. Rekabet ortamının her geçen gün daha yoğun hale geldiği ticaret ekosisteminde, farklılığı sunabilenler başarıyı yakalıyor. Tam da bu noktada inovasyonun önemi daha çok anlaşılıyor. İnovasyon temel olarak yaratıcı düşünceden başlasa da sadece düşünmek her zaman yetmeyebiliyor. Fikir aşamasından sonra harekete geçebilmek ve yol alabilmek

eskiye kıyasla çok daha fazla önem arz ediyor. Bu fikirden hareketle yola çıkan ve inovasyon bilinci oluşturmak amacıyla bugüne kadar dört farklı Genç Mucitler Aranıyor İnovatif Fikirler Yarışması düzenleyen DENİB, bu yarışmalar kapsamında yaklaşık 5.000 başvuru aldı. 2020 yılındaki yarışma kapsamında 1.500’ün üzerinde başvuru bekleniyor.



Hüseyin Memişoğlu: “İhracatı artırmanın yollarından biri de yeni ihracatçılar kazanabilmek. Bu yarışma sayesinde çocuklarımızda ve gençlerimizde inovasyon bilinci oluşuyor, erken yaşlarda ‘İleride ben de ihracatçı olacağım’ fikrinin tohumları ekiliyor.”

TÜRKİYE'NİN
2019 YILINDAKİ
İHRACATI %2 ARTIŞ İLE
180,5 MİLYAR
DOLAR OLDU.

2019 YILINDA
İTHALAT %9 AZALARAK
210,4 MİLYAR DOLAR
OLDU.

DIŞ TİCARET AÇIĞI
%44,9 DÜŞEREK,
54,3 MİLYAR DOLAR İKEN
2019 SONUNDA 29,9
MİLYAR DOLAR OLARAK
GERÇEKLEŞTİ.

İHRACATIN İTHALATI
KARŞILAMA ORANI
9,3 PUAN ARTARAK
%76,5'TEN %85,8'E
YÜKSELDİ.

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE

2019 yılında en fazla
ihracat yapılan ülke 15 milyar
dolar ile Almanya oldu.
Almanya'yı 10,7 milyar dolar
ile Birleşik Krallık, 9,2 milyar
dolar ile İtalya izledi.

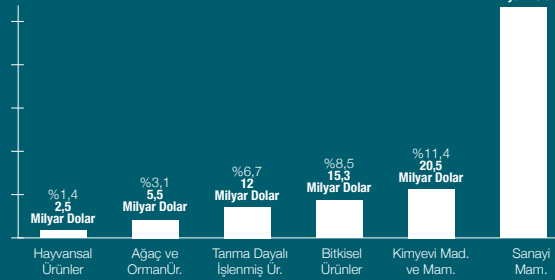


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2019'DA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

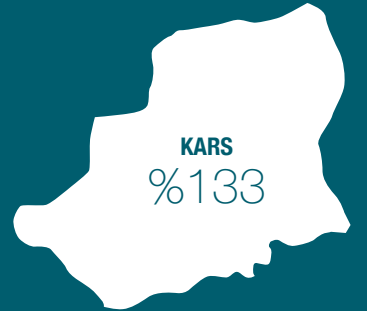
TARIM: %13
SANAYİ: %76,6
MADENCİLİK: %2,4



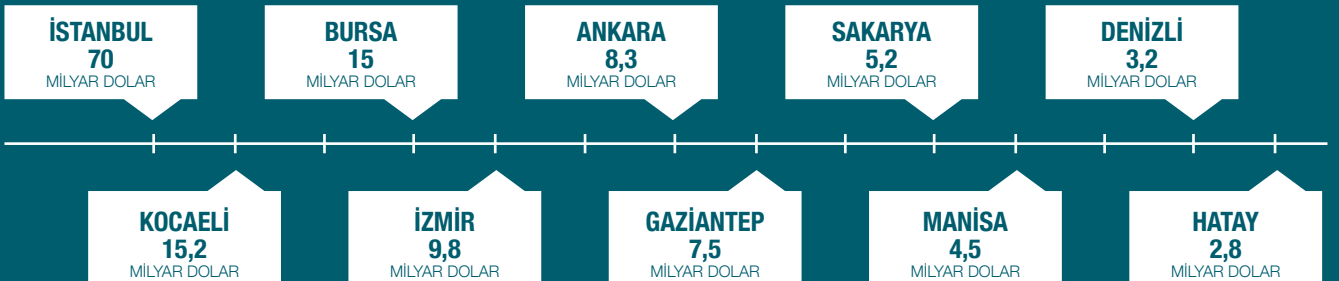
ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2019 YILINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2019'DA İHRACATI EN FAZLA ARTAN İL



İLLERE GÖRE 2019 YILINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



2018-2019 KARŞILAŞTIRMALI İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1.000 \$

SEKTÖRLER	1 - 31 ARALIK				1 OCAK - 31 ARALIK			
	2018	2019	Değişim ('19/'18)	Pay (19) (%)	2018	2019	Değişim ('19/'18)	Pay (19) (%)
I. TARIM	2.079.270	2.271.445	9,2	14,8	22.623.982	23.394.512	3,4	13,0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.407.015	1.536.555	9,2	10,0	15.098.781	15.348.591	1,7	8,5
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	593.535	628.845	5,9	4,1	6.678.505	6.788.341	1,6	3,8
Yaş Meyve ve Sebze	281.780	350.673	24,4	2,3	2.325.741	2.261.329	-2,8	1,3
Meyve Sebze Mamulleri	128.107	127.900	-0,2	0,8	1.564.426	1.549.301	-1,0	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	126.535	123.439	-2,4	0,8	1.386.784	1.418.873	2,3	0,8
Fındık ve Mamulleri	164.637	187.932	14,1	1,2	1.633.000	2.032.479	24,5	1,1
Zeytin ve Zeytinyağı	33.076	26.786	-19,0	0,2	399.477	282.709	-29,2	0,2
Tütün	72.010	80.871	12,3	0,5	1.011.562	909.067	-10,1	0,5
Süs Bitkileri ve Mam.	7.334	10.109	37,8	0,1	99.286	106.491	7,3	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	213.749	209.893	-1,8	1,4	2.510.580	2.514.132	0,1	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	213.749	209.893	-1,8	1,4	2.510.580	2.514.132	0,1	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	458.506	524.998	14,5	3,4	5.014.621	5.531.790	10,3	3,1
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	458.506	524.998	14,5	3,4	5.014.621	5.531.790	10,3	3,1
II. SANAYİ	11.067.330	11.534.864	4,2	75,0	136.205.716	138.253.659	1,5	76,6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	945.541	939.458	-0,6	6,1	12.405.101	12.121.899	-2,3	6,7
Tekstil ve Hammaddeleri	621.501	598.257	-3,7	3,9	8.456.574	7.919.728	-6,3	4,4
Deri ve Deri Mamulleri	133.942	114.587	-14,5	0,7	1.683.534	1.666.926	-1,0	0,9
Halı	190.097	226.614	19,2	1,5	2.264.994	2.535.245	11,9	1,4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.503.668	1.811.303	20,5	11,8	17.348.240	20.570.444	18,6	11,4
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.503.668	1.811.303	20,5	11,8	17.348.240	20.570.444	18,6	11,4
C. SANAYİ MAMULLERİ	8.618.121	8.784.103	1,9	57,1	106.452.375	105.561.315	-0,8	58,5
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.305.927	1.331.673	2,0	8,7	17.628.348	17.700.869	0,4	9,8
Otomotiv Endüstrisi	2.472.116	2.543.731	2,9	16,5	31.564.098	30.594.198	-3,1	17,0
Gemi ve Yat	38.576	111.150	188,1	0,7	990.521	1.042.326	5,2	0,6
Elektrik Elektronik	957.281	977.915	2,2	6,4	11.303.790	11.242.645	-0,5	6,2
Makine ve Aksamları	662.244	742.072	12,1	4,8	7.311.308	7.839.001	7,2	4,3
Demir ve Demir Dışı Metaller	631.280	672.827	6,6	4,4	8.082.301	8.122.816	0,5	4,5
Çelik	1.436.794	1.126.975	-21,6	7,3	15.498.699	13.857.739	-10,6	7,7
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	242.744	280.813	15,7	1,8	2.986.552	3.517.037	17,8	1,9
Mücevher	251.546	298.110	18,5	1,9	4.397.029	4.105.433	-6,6	2,3
Savunma ve Havacılık Sanayii	253.495	288.660	13,9	1,9	2.035.956	2.740.988	34,6	1,5
İklimlendirme Sanayii	352.706	391.064	10,9	2,5	4.532.137	4.679.066	3,2	2,6
Diğer Sanayi Ürünleri	13.408	19.113	42,5	0,1	121.636	119.198	-2,0	0,1
III. MADENCİLİK	373.590	368.587	-1,3	2,4	4.561.304	4.311.584	-5,5	2,4
Madencilik Ürünleri	373.590	368.587	-1,3	2,4	4.561.304	4.311.584	-5,5	2,4
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	290.091	518.439	78,7	3,4	4.529.612	5.619.092	24,1	3,1
T O P L A M (TİM*)	13.520.190	14.174.896	4,8	92,1	163.391.001	165.959.755	1,6	92,0



AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenişehir/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
Gen. Sek.: Mehmet Ali Erkan
Gen. Sek. Yrd: Ümit Sarı
Gen. Sek. Yrd: Canan Aktan Sarı

BAİB Batı Akdeniz İhracatçılar 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

DENİB Denizli İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Ankara Yolu 10. Km. 246. Sokak No: 8 Akkale/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

DAİB Doğu Anadolu İhracatçılar 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

DKİB Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

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

GAİB 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: Aydın Kutlu
Genel Sekreter Yrd: Serdar Hasan Aydoğan

İİB İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi C-Blok Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna-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

İMMİB İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi A-Blok Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Caddesi
Yenibosna-Bahçelievler/ İstanbul
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01
E-Posta: immib@immib.org.tr
Web Adresi: www.immib.org.tr
Genel Sekreter: Armağan Vurdu
Genel Sekreter Yrd: Coşkun Kırloğlu
Genel Sekreter Yrd: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd: Muharrem Kaylı

İTKİB İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi B-Blok Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna-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 V.: Mustafa Bektaş
Genel Sekreter Yard.: Fatih Zengin

KİB 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

OAİB Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ceyhun Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara
Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat)
Faks: 0 312 446 96 05
E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web Adresi: www.oaib.org.tr
Genel Sekreter: Özkan Aydın
Genel Sekreter Yrd: Esra Arpınar
Genel Sekreter Yrd: Fatih Yumuş

UIB 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. V. Birgül Polat

Genel Sekreter:
Prof. Dr. Kerem Alkin

Genel Sekreter Yrd.:
Senem Sanal Sezerer
Ayşe Eser Erginoğlu

Dış Ticaret Kompleksi
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.
B-Blok K: 9 Yenibosna / 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



43 yıldır,
Römörkörüclük ve Kılavuzluk hizmetlerinde
ilklerle başı çekiyor olmaktan
Gururluyuz...



Sanmar Denizcilik A.Ş. Aydıntepe Mh. Güzin Sok. No: 31 34947 İçmeler / Tuzla, İstanbul - TÜRKİYE

T: +90 216 458 59 00 :: info@sanmar.com.tr

sanmar.com.tr

AMBALAJIN SÜPERMARKETİ



48 yıllık bilgi ve deneyimimizle; gıda, kozmetik ve endüstriyel ürün sektörlerinin, metal ve plastik ambalaj ihtiyaçlarını karşılamamızın gururu ve sorumluluğunu taşıyoruz.



www.sarten.com.tr

SARTEN AMBALAJ SAN. TİC. A.Ş.

Ferko Signature Büyükdere Cad. No:175/100 34394 Şişli - İstanbul

Tel:+90 212 275 76 60 Fax: +90 212 272 34 17

sarten@sarten.com.tr - www.sarten.com.tr

