

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İHRACAT 2020 RAPORU

YENİ VİZYON, YENİ YOL HARİTASI





“İhracat mallarımıza dış ülkelerde alıcı bulmak ve satışlarımızı çoğaltmak için her önlemi arayıp tespit etmek, önem verdiğimiz bir noktadır.”

1 Kasım 1932, TBMM 4. Dönem II. Yasama Yılı Açılış Konuşması

*“Arkadaşlar,
ithalattan ziyade ihracattır ki,
memleketi zengin yapacak”*

20 Mart 1923, Konya Söylevi

K. Atatürk

İÇİNDEKİLER



BÖLÜM 1: TÜRKİYE VE DÜNYA EKONOMİSİNİN 2019 PERFORMANSI VE 2020 BEKLENTİLERİ.....	13
1.1. Türkiye ve Dünya Ekonomisinde 2019 Performansı.....	14
1.2. Küresel Ticaret ve Türkiye İhracatı 2019 Gelişmeleri.....	15
1.3. TİM'de "İlk"ler Yılı: 2019.....	17
1.3.1. TİM'de Yenilikler ve "İlk"ler Yılı.....	17
1.3.2. TİM Bünyesinde İhracatın Katma Değerini Artırmaya Yönelik Yürütülen Çalışmalar.....	19
1.3.2.1. İnovasyon Odaklı Çalışmalar.....	19
1.3.2.2. Tasarım ve Marka Odaklı Çalışmalar.....	21
1.3.2.3. Girişimcilik Odaklı Çalışmalar.....	23
1.3.3. TİM Bünyesinde İhracat Hacmini Geliştirmeye Yönelik Yürütülen Çalışmalar.....	25
1.3.3.1. Araştırma ve Paylaşım Faaliyetleri.....	25
1.3.3.2. İhracat Sorunlarının Takibi.....	25
1.3.3.3. Kamu Kurumlarında Yürütülen Çalışmalara Katkı.....	29
1.3.3.4. Dijital Dönüşüm Projeleri.....	30
1.3.4. TİM Bünyesinde İhracat Farkındalığını Artırmaya ve Pazarı Geliştirmeye Yönelik Çalışmalar.....	30
1.4. Ekonomide 2020 Öngörüsü: Fırsatlar ve Riskler.....	31
BÖLÜM 2: 2020'NİN ODAK NOKTASI: YENİ NESİL TİCARET DİPLOMASİSİ.....	37
2.1. 2020'de Türkiye İhracat Performansına Yönelik Beklenti ve Hedefler.....	38
2.2. Türkiye'nin İhracat Pazarlarına Yönelik Genel Değerlendirme.....	38
2.2.1. Hedef Pazarlar ve Yeni Nesil Ticaret Heyetleri (Kümelenme Modeli).....	38
2.2.2. 61 Fahri İhracat Elçisi.....	39
2.2.3. 2020 Ülke Raporları.....	39
2.2.4. TSE ile Uluslararası Standardizasyon ve Sertifikasyona Yönelik Dijital Platform Projesi.....	39
2.2.5. Küresel Ticarete Mesafeler ve Türkiye Lojistik Merkezleri.....	39
2.2.6. E-İhracat Çalışmaları.....	43
BÖLÜM 3: KÜRESEL TİCARETTE 2030 BEKLENTİLERİ.....	45
3.1. Dünyada Küresel Nüfus Projeksiyonu ve Orta Sınıfın Yükselişi.....	46
3.2. Kapsayıcı Dijitalleşme, Paylaşım Ekonomisi ve Tüketim Eğilimlerindeki Değişim.....	48
3.3. Türkiye Jeopolitiğinde Ticaretin Evrimi.....	54
3.3.1. Küresel İthalat.....	54
3.3.2. Türkiye'den Yapılan İthalat.....	58
3.4. Uluslararası Piyasalarda Türk İhracatçılarının Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerin Analizi.....	60
3.4.1. Türk İhraç Ürünlerinin Rekabet Analizi.....	61
3.4.2. Rekabet Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Hedef Pazar Ülkeler.....	62
3.5. Küresel Beklentiler ve Rekabet Analizi Doğrultusunda Türkiye İhracatında Ölçek Ekonomisi.....	70
3.6. Türkiye'nin Rekabet Ettiği Belli Başlı Ülkelerle Hedef Pazar Ülke ve Ürün Yoğunlaşması Karşılaştırması.....	73
3.6.1. Hedef Pazar Ülkelerde Yoğunlaşma.....	74
3.6.2. Tespit Edilmiş Ülkelerde İhracatta Sektör Yoğunlaşması.....	75
3.6.3. Tespit Edilmiş Ülkelerde İhracatta Ürün Yoğunlaşması.....	76
3.7. En fazla İthalat Yapan İlk 10 Ülkenin Sektörlere Göre 2023 ve 2030 Yılları Küresel Talep Projeksiyonu.....	78
BÖLÜM 4: "5G" EKSENİNDE TİM'İN 2020 AJANDASI.....	91
Türkiye İnovasyon Haftası 2020.....	92
Türkiye Tasarım Haftası 2020.....	92
Dijital Dönüşüm Çalışmaları.....	92
"ALO TİM" Çağrı Merkezi Uygulaması.....	92
Mobil Uygulama.....	93
TİM Web Sitesi ve Ortak Online İşlemler Platformu.....	93
Dijital İhracat İş Zekası Projesi.....	93
TİM ve İhracatçı Birlikleri Kurumsal Dijital Dönüşüm Projesi.....	93
SİBER-TİM ve KVKK.....	93
İhracatta Blokzincir Teknolojisi.....	93
TİM Kadın Konseyi.....	93
Yeni Nesil TİM Ofisleri.....	94
İlk Yurt Dışı Temsilciliği: TİM KKTC Ofisi.....	94
Yurtdışı Kurum ve STK'larla İşbirlikleri.....	94
TİM'in Türkiye'de Yatırım Ortamının İyileştirilmesine Yönelik Proje ve Çalışmalara Katkısı.....	94
TİM-KOSGEB Geniş Kapsamlı İşbirliği Süreci ve Uluslararasılaşma Hamlesi.....	94

KISALTMALAR

AB	AVRUPA BİRLİĞİ
ABD	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
ASEAN	GÜNEYDOĞU ASYA ULUSLAR TOPLULUĞU
BEC	GENİŞ EKONOMİK SINIFLANDIRMA
BTA	BÖLGESEL TİCARET ANLAŞMALARI
B2B	İŞLETMELER ARASI
CDS	KREDİ TEMERRÜT SİGORTASI
COSME	İŞLETMELERİN VE KOBİLERİN REKABET EDİLEBİLİRLİĞİ PROGRAMI
ECB	AVRUPA MERKEZ BANKASI
EFTA	AVRUPA SERBEST TİCARET BİRLİĞİ
ARGE	ARAŞTIRMA GELİŞTİRME
BGH	BASİTLEŞTİRİLMİŞ GÜMRÜK HATTI
BM	BİRLEŞMİŞ MİLLETLER
DEİK	DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU
DTÖ	DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ
ESDH	EKONOMİ VE STRATEJİ DANIŞMANLIK HİZMETLERİ
ETF	AVRUPA EĞİTİM VAKFI
ETGB	ELEKTRONİK TİCARET GÜMRÜK BEYANNAMESİ
FED	ABD MERKEZ BANKASI
GATT	GÜMRÜK TARİFELERİ VE TİCARET GENEL ANLAŞMASI
GSYH	GAYRİSAFİ YURT İÇİ HÂSILA
GTIP	GÜMRÜK TARİFE İSTATİSTİK POZİSYONU
GTS	GENEL TİCARET SİSTEMİ
HAK	HELAL AKREDİTASYON KURUMU
HEK	HÜKÜMETLER ARASI EKONOMİK KOMİSYON
HHI	HERFİNDAHL-HİRSCHMAN ENDEKSİ
HİB	HİZMET İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
ICC	ULUSLARARASI TİCARET ODASI
IMF	ULUSLARARASI PARA FONU
INCOTERMS	DIŞ TİCARETTE KULLANILAN TESLİM ŞEKİLLERİ
ITC	ULUSLARARASI TİCARET MERKEZİ
İFM	İSTANBUL FİNANS MERKEZİ
İİB	İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ
İMMİB	İSTANBUL MADEN VE METALLER İHRACATÇI BİRLİKLERİ
İTKİB	İSTANBUL HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
İTÜ	İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
KDV	KATMA DEĞER VERGİSİ
KGF	KREDİ GARANTİ FONU
KKTC	KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ

KOBİ	KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER
KOSGEB	KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİ GELİŞTİRME VE DESTEKLEME İDARESİ BAŞKANLIĞI
KİS	KURUMSAL İNOVASYON SİSTEMİ
KTSO	KIBRIS TÜRK SANAYİ ODASI
KVKK	KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU
MB	MERKEZ BANKASI
MEB	MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI
NAFTA	KUZEY ATLANTİK TİCARET SÖZLEŞMESİ
MÜSİAD	MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ
NASA	AMERİKAN ULUSAL HAVACILIK VE UZAY ARAŞTIRMALARI MERKEZİ
OECD	EKONOMİK İŞ BİRLİĞİ VE KALKINMA ÖRGÜTÜ
PR	KÜRESEL HALKLA İLİŞKİLER
RBF	ROTTERDAM KARIŞIM & DOLUM TESİSİ
RCA	AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK
S&P	STANDARD AND POOR'S
STK	SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI
SPS	DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ SAĞLIK VE BİTKİ SAĞLIĞI
TEB	TÜRK EKONOMİ BANKASI
THY	TÜRK HAVA YOLLARI
TİM	TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ
TSE	TÜRK STANDARTLARI ENSTİTÜSÜ
TSPB	TÜRKİYE SERMAYE PİYASALARI BİRLİĞİ
TTG	TÜRKİYE TANITIM GRUBU
TTM	TÜRKİYE TİCARET MERKEZİ
TOBB	TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ
TÜİK	TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU
TÜBİTAK	TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK ARAŞTIRMA KURUMU
TÜFE	TÜKETİCİ FİYATLARI ENDEKSİ
TÜRKSAT	TÜRK UYDUSU
TÜSİAD	TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ
UNCTAD	BİRLEŞMİŞ MİLLETLER TİCARET VE KALKINMA KONFERANSI
UNDESA	BİRLEŞMİŞ MİLLETLER EKONOMİK VE SOSYAL İŞLER DAİRESİ
UND	ULUSLARARASI NAKLİYECİLER DERNEĞİ
WIPO	DÜNYA FİKRİ MÜLKİYET ÖRGÜTÜ
YASED	ULUSLARARASI YATIRIMCILAR DERNEĞİ
YEP	YENİ EKONOMİ PROGRAMI
YOİKK	YATIRIM ORTAMINI İYİLEŞTİRME KOORDİNASYON KURULU
3D	ÜÇ BOYUTLU

TABLO DİZİNİ

Tablo 1. Dünya Ekonomisinde Büyüme ve 2019 Büyüme Tahminleri (Yıllık Değişim %)	14
Tablo 2. Türkiye Ekonomisinde Temel Göstergeler 2017-2019	15
Tablo 3. Ulusal ve Uluslararası Kuruluşların Türkiye İçin GSYH Büyüme Oranı Tahminleri (%)	15
Tablo 4. Dünya Mal Ticareti Göstergeleri ve Öngörülleri	15
Tablo 5. Türkiye İhracat Göstergeleri ve Ticaret Büyümesi	15
Tablo 6. 2018-2019 Mal İhracatı (Miktar Bazında)	15
Tablo 7. Dünya Mal İhracatı İçinde Türkiye'nin Payı	16
Tablo 8. Yıllar İtibariyle Mal İhracatçısı Firma Sayısı	16
Tablo 9. 2019'da En Çok İhracat Yapan İlk 5 Sektör (Milyar \$)	16
Tablo 10. 2019'da İhracatını En Çok Artıran İlk 3 Sektör (Milyar \$)	16
Tablo 11. 2019'da En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ülke	16
Tablo 12. 2019'da En Çok İhracat Yapan İlk 5 İl	17
Tablo 13. 2019'da İhracatını En Çok Artıran İlk 3 İl (500 Milyon \$ Üzeri)	17
Tablo 14. Dünya Ekonomisi Büyüme Göstergeleri ve Öngörülleri (%)	32
Tablo 15. Dünya Mal Ticareti Göstergeleri ve Öngörülleri	32
Tablo 16. Dünya Ekonomisi 2020 Yılı Varsayımlarının Türkiye'ye Etkileri	33
Tablo 17. ABD-Çin İlk Faz Uzlaşması	33
Tablo 18. Birleşik Krallık için AB İle İlişkilerde Seçenekler	33
Tablo 19. Küresel Ticarete Ülke Gruplarının Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları	40
Tablo 20. Küresel Ticarete İthalat Yapan Ülkelerin Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları (İthalat Yapan Hedef Pazar Ülkelerin İthalat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Uzaklıkları)	41
Tablo 21. Küresel Ticarete İhracat Yapılan Ülkelerin Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları (İhracat Yapılan Hedef Pazarlarda Rakip Ülkelerin İhracat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Uzaklıkları)	42
Tablo 22. 2030'a Doğru Dünya Nüfus Projeksiyonları	46
Tablo 23. 85 ve 87. Fasil Kodlarında 2009 - 2018 Yılı İthalat Değişimi	46
Tablo 24. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Dünya Gelirinden Aldıkları Pay	47
Tablo 25. Gelişmekte Olan Ülkelerde Kişi Başına Düşen Milli Gelir (\$)	47
Tablo 26. Küresel Talepte Geniş Ekonomik Sınıflandırma Alt Kırılımlarına Göre En Çok Artış Beklenen İlk 15 Ülke	48
Tablo 27. 2018 Yılında Küresel Ticarete Lider Ülkelerin 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	50
Tablo 28. 2018 Yılında Dünyada En Çok İthalatı Yapılan 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (milyar \$)	51
Tablo 29. 2'li GTİP / Fasil Kodları ve Açıklamaları	51
Tablo 30. 2018 Yılında Türkiye'nin En Çok İhracatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (milyar \$)	53
Tablo 31. Türkiye'nin 1. ve 2. Kuşak Komşu Ülkelerinin Verileri	54
Tablo 32. Küresel İthalat	55
Tablo 33. Küresel İthalatta İlk 10 ülke 2009-2018	55
Tablo 34. Küresel İthalatta En Çok İthalat Yapan İlk 15 Ülke ile OECD Ülkelerinin İthalatındaki Değişim (2018 Ocak-Kasım;2019 Ocak-Kasım / Milyar \$)	56
Tablo 35. Dünyada En Çok İthal Edilen Ürünler 2018	56
Tablo 36. Dünyada En Çok İthalatı Yapılan İlk 10 Ürün 2009-2018 (6'lı GTİP kod)	57
Tablo 37. Tablo 36'da Yer Alan Ürünlerin Açıklamaları	57
Tablo 38. Türkiye'den En Çok İthalat Yapan Ülkeler	58
Tablo 39. Türkiye'den En Çok İthalatı Yapılan Ürünler	59
Tablo 40. Türkiye'den En Çok İthalatı Yapılan Ürünlerle İlgili Oranlar	60
Tablo 41. Yıllara Göre Küresel Ticarete Konu olan ürünler İçinde Uluslararası Piyasalarda Rekabet Gücü Yüksek Olan Türk İhraç Ürün Sayıları	61
Tablo 42. Türkiye'den Yapılan İthalatın Paylarına Göre Türk İhraç Ürünlerinin RCA Analizi	62

Tablo 43. Türkiye'den Yapılan İthalatın Ülkenin Toplam İthalatı İçinde En Yüksek Paya Sahip Olunan İlk 10 Ülke	63
Tablo 44. Küresel İthalat Tutarına Göre Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu İlk 10 Ürün	63
Tablo 45. Türkiye'den Yapılan İthalat Tutarına Göre Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu İlk 10 Ürün	64
Tablo 46. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payını Koruması Gereken Ürünler	64
Tablo 47. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının En Yüksek Olduğu İlk 10 Ürün ve Bu Ürünleri İthal Eden Ülke Sayısı	65
Tablo 48. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazarlara Giremediği İlk 10 Ürün ve Bu Ürünleri İthal Eden Ülke Sayıları	66
Tablo 49. RCA Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Hedef Pazar Ülkeler	67
Tablo 50. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payını Koruması Gereken (Pazar Payının %5'ten Büyük Olduğu) İlk 10 Ülke	68
Tablo 51. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Giremediği İlk Ülke (Pazar Payının %0 Olduğu Ülkeler)	68
Tablo 52. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının %0-1 Aralığında Olduğu İlk 10 Ülke	69
Tablo 53. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının %1-5 Aralığında Olduğu İlk 10 Ülke	70
Tablo 54. Çalışan Sayısına Göre Girişimin Yaptığı İhracatın Ana Faaliyete Göre Kırılımı (%)	70
Tablo 55. Girişimin Ana Faaliyet Alanına Göre Yaptığı İhracatın Çalışan Sayısına Göre Kırılımı (%)	71
Tablo 56. Ana Faaliyet Türlerine ve Çalışan Sayısına Göre İhracat Yapan Girişim Sayısı	72
Tablo 57. Ana Faaliyet Türlerine ve Çalışan Sayısına Göre İhracat Yapan Girişim Sayısı Başına Düşen İhracat	73
Tablo 58. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ülke Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ülkenin Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)	75
Tablo 59. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Sektör Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Sektörün Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)	76
Tablo 60. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ürün Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ürünün Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)	77
Tablo 61. 2018 Yılında ABD'nin En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	78
Tablo 62. 2018 Yılında Çin'in En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	79
Tablo 63. 2018 Yılında Almanya'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	80
Tablo 64. 2018 Yılında Japonya'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	81
Tablo 65. 2018 Yılında Birleşik Krallık'ın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	82
Tablo 66. 2018 Yılında Fransa'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	83
Tablo 67. 2018 Yılında Hong Kong'un En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	84
Tablo 68. 2018 Yılında Güney Kore'nin En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	85
Tablo 69. 2018 Yılında Hollanda'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	86
Tablo 70. 2018 Yılında Hindistan'ın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)	87
Tablo 71. En fazla İthalat Yapan İlk 10 Ülkenin 2023 ve 2030'da Sektörlere Göre Küresel Projeksiyonları	89



İSMAİL GÜLLE
TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ BAŞKANI

2020'Lİ YILLAR İHRACATIN EKONOMİMİZE OLAN POZİTİF KATKISINI DAHA GÜÇLÜ HİSSEDECEĞİMİZ YATIRIM VE ÜRETİM ODAKLI YILLAR OLACAK

Değerli İhracat Ailesi,

2019 yılı küresel piyasalarda ticaret savaşları, Brexit ve artan korumacılığın çok yoğun yaşandığı bir yıl olarak kayıtlara geçti. Korumacı politikaların 2010 yılında küresel ticarete olan faturası sadece 126 milyar dolar iken, bu rakamın 2019 yılında 1,9 trilyon dolara kadar tırmanması; büyüme tahminlerinin DTÖ tarafından yüzde 1,2 seviyesine kadar çekilmesine sebep oldu.

Bu zorlu süreçte, Türk ticaret diplomasisinin temsilcileri olan ihracatçıların proaktif stratejileri ve hükümetimizin ihracatı odak noktasına alan dengelenme politikası ile ihracat ailesi olarak 2019 yılında ulaştığımız 180,5 milyar dolarlık ihracat rakamı, Cumhuriyet tarihi rekorumuzu bir üst çığa taşımamızı sağladı. Küresel piyasalardaki zorlu konjonktürden negatif olarak etkilenen dünyanın önde gelen ihracatçı ülkelerinin dış satım rakamları belirgin düşüşler yaşarken; Türkiye'nin İhracat Ailesi, yakaladığı ivme ile dünyada ihracatını en fazla arttıran ülkeler arasında ülkemizi 7. sıraya, değer olarak artışta ise 5. sıraya taşımanın gururunu bizlere yaşattı. Gurur duyduğumuz bir başka konu ise, ülke genelinde firmalarımızın ihracata artan ilgisi oldu.

2019 yılına "ihracatı tabana yayma" misyonu ile başlamıştık. Ülkemizin tüm bölgelerini kapsayan "TİM Anadolu Meclisleri"imizde; ihracatın temellerini, pazara giriş, inovasyon ve girişimcilik stratejilerini anlattık. Kamu, özel sektör, üniversite ve sivil toplumu bir araya getirdik. 2019 yılında ilk defa ihracata adım atan 17.544 firmamızın yapmış olduğu 4,3 milyar dolar ihracat ise, bu süreçten elde ettiğimiz en önemli kazanım oldu.

2020 yılına; küresel ticaret savaşları ve korumacılık gündemini hafifleten ABD-Çin uzlaşma sürecinin başlaması ve anlaşmalı Brexit ihtimalinin güçlendiği bir atmosfer ile merhaba diyoruz. Dolayısı ile 2019 yılında tırmanan küresel korumacılık gündeminin, kademeli olarak bir yumuşama sürecine gireceğini ve küresel piyasalarda bir toparlanma yaşanacağını da söyleyebilmek mümkün oluyor. Bu anlamda Türkiye olarak en güçlü avantajımız, 2019'un zorlu koşullarına hazırlanmış ihracatçıların bu projeksiyonlarla 2020'li yılları karşılaması olacak.

TİM olarak ilkini geçtiğimiz yılın Ocak ayında yayınladığımız "İhracat 2019" raporu başta olmak üzere; rapor ve bilgilendirme notları şeklinde yapmış olduğumuz çalışmalar, ihracatçıların korumacılık sürecinde küresel gelişmeleri hazırlıklı karşılaması anlamında önemli bir kaynak ve stratejik bir yol gösterici oldu. Bir önceki yıl ihracatçıların göstermiş oldukları başarı da, "İhracat 2020 Raporu"nun hazırlık sürecindeki en büyük motivasyon kaynağımız oldu.

Şahıs firmalarımızın ihracata gösterdiği ilgi ve genel olarak e-ihracata yönelimdeki artış, TİM olarak bizleri de ihracatta mesafe ortalamamızı arttırmaya yöneltti. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ve paydaş kurum ve kuruluşlarımızın da ortaklığı ile 2020 yılında Afrika, Uzakdoğu ve Amerika kıtası gibi pazarlardaki derinliğimizi arttırmaya yönelik yeni nesil lojistik merkezlerinin yapılandırılması konusuna öncelik verilerek, e-ihracat alt yapısının geliştirilmesine yoğunlaşacağız. Bu kapsamda kuracağımız ticaret diplomasisi koridoru; ihracatçı birliklerimizin de yoğun katılımıyla, hem "İhracat Ana Planı"nda işaret edilen 17 hedef pazarda, hem de yayınlamış olduğumuz raporlarda vurgulanan hedef ülkelerde daha aktif rol almamızda önemli bir sorumluluk üstlenecek.

Bu sene yayınladığımız rapor, Türkiye İhracatçıları Meclisi olarak 2020 yılında planlamış olduğumuz, yeni pazara giriş stratejileri ve yeni nesil ticaret heyetleri, inovasyon, Ar-Ge, markalaşma, girişimcilik ve tasarım odaklı faaliyetler ve hedefleri kapsarken; geçtiğimiz yıl raporumuzun üçüncü kısmında değinilen, ihracatımızda "rekabet avantajı sahibi olduğumuz ürünler" analizini daha da derinleştirerek, küresel ticarete lider ülkelerin 2023 ve 2030 projeksiyonları ile 2030 yılına doğru dünyada ithalat" üzerinde detaylı bir çalışmaya imza attık. Bu kapsamda, 2019 yılında olduğu gibi; "İhracat 2020 Raporu"; Türkiye İhracatçıları Meclisi ve çatısı altındaki 90 bini aşan ihracatçımızın el kitabı niteliğinde, ihracatçılara yükselen trendler ve riskler ile ilgili vizyon katacak bir içerikle hazırlandı.

2020'li yıllar, ihracatın ekonomimize olan pozitif katkısını daha güçlü hissedeceğimiz, yatırım ve üretim odaklı yıllar olacak. TİM olarak uygulamış olduğumuz stratejinin ana hattını oluşturan "Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye" hedefimize adım adım ilerlemeye, ülkemizin bölgesel ve küresel algısını, mal ve hizmet ihracat kapasitesini ve katma değerini geliştirmeye devam edeceğiz.

2020 yılında tüm ihracatçılarımıza ihraç ürünlerinde "Made in Türkiye" etiketi kullanılmaları için çağrıda bulunuyoruz. Dünyanın önde gelen tüccarları, Türklerin ana vatanı 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. Sayın Cumhurbaşkanımız bu temel, yalın gerçeğe işaret etmiştir. Türkiye'nin ticaret diplomasisinin saha neferleri olan bizler de, TİM olarak, Sayın Cumhurbaşkanımızın sözlerini talimat kabul ettik ve yeni bir logo için hızla çalışmalara başladık. Türkiye'nin vatansever ihracatçıları, ihracatın çatı kuruluşunun bu yeni vizyona verdiği desteğe olumlu bir karşılık verilerse ziyadesiyle mutlu oluruz. Bu Devlet ve bu Millet, büyük Türkiye'nin ismiyle yükselmeyi hak ediyor.



BÖLÜM 1:

TÜRKİYE VE DÜNYA
EKONOMİSİNİN 2019 PERFORMANSI VE
2020 BEKLENTİLERİ

TÜRKİYE VE DÜNYA EKONOMİSİNİN 2019 PERFORMANSI VE 2020 BEKLENTİLERİ

Uluslararası kuruluşların 2018 sonunda paylaştıkları raporlar, 2019 için küresel büyüme ve küresel ticaret adına daha iyimser beklentilere işaret etmekteydi. Ancak, ABD'nin tetiklediği küresel ticaret savaşları ve bölgesel jeopolitik gerginlikler aynı uluslararası kuruluşların 2019 yılı boyunca iyimser beklentilerini aşağı yönde revize etmeye zorladı. Türkiye, bu zorlu küresel ekonomik politik tabloya rağmen, 2019'da pozitif büyümeye geri dönüş, ihracatın büyümeye net katkısı ile kur ve fiyat istikrarına yönelik önemli politika ve stratejilere odaklandığı bir yılı geride bıraktı. Bu temel yaklaşımdan hareketle, Türkiye İhracatçıları Meclisi de 2019 yılını "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilik Yılı" olarak ilan ederken, küresel konjonktürdeki zorluklara ve küresel ticaretteki yavaşlamaya rağmen bir yandan ihracatın katma değerinin ve hacminin artırılmasına, bir yandan da "İhracata İlk Adım Seferberliği" ile ülke sathında çok daha fazla KOBİ'nin ihracat ailesine kazandırılmasına yönelik çalışmalara hız kesmeden devam etmiştir. Bu doğrultuda, raporun ilk bölümünde 2019'da dünya ve Türkiye ekonomisinde yaşananları ve Türkiye'nin ihracatındaki önemli gelişmeleri detaylandırılmaktadır.

1.1. Türkiye ve Dünya Ekonomisinde 2019 Performansı

2019 yılında dünya ekonomisinde ortaya çıkan koşullar, iki ana etki ile değerlendirildiğinde; yatırımlar, büyüme ve ticaret tarafında 2019, son yılların en sert ticari korumacılığının yaşandığı yıl olmuştur. Korumacı politikaların 2010 yılında küresel ticarete olan etkisi 126 milyar dolar iken, bu rakamın 2018 yılı itibariyle 1,5 trilyon dolara, 2019'da ise 1,9 trilyon dolara ulaştığı görülmektedir. Bu rakam, küresel ticaretin yüzde 10'u anlamına gelmektedir. Buna bağlı olarak dünya mal ticareti, yatırımlar ve büyüme tarafında olumsuz koşullar ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede 2019 yılında dünya ekonomisinin yüzde 2,9 büyümesi öngörülmektedir. Gelişmiş ülkelerde büyüme beklentisi yüzde 1,7, gelişmekte olan ülkelerde ise ortalama yüzde 3,7 olarak tahmin edilmektedir. 2017 yılında oldukça hızlı büyüyen 2018'de giderek yavaşlayan AB'de ise büyümenin 2019 genelinde yüzde 1,5 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

Brexit gelişmelerinin yakından takip edildiği 2019 yılında, Brexit belirsizliğinin olumsuz etkilerinin yaşandığı Avrupa ekonomisinde istenen toparlanmanın yakalanamamasının da etkisiyle küresel ekonomiye dair yavaşlama kaygıları yaşanmıştır.

Tablo 1. Dünya Ekonomisinde Büyüme ve 2019 Büyüme Tahminleri (Yıllık Değişim %)

	2017	2018	2019 T
DÜNYA	3,2	3,0	2,9
GELİŞMİŞ ÜLKELER	2,4	2,2	1,7
ABD	2,4	2,9	2,3
EURO BÖLGESİ	2,5	1,9	1,2
JAPONYA	1,9	0,8	1,0
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER	4,5	4,4	3,7
DOĞU AVRUPA	3	3,2	2,3
GÜNEY ASYA	6,9	6,7	5,9
GÜNEYDOĞU ASYA	5,3	5,2	4,6
ORTA DOĞU VE ORTA ASYA	2,3	1,9	0,8
SAHRA ALTI AFRİKASI	2,7	2,6	3,3
LATİN AMERİKA VE KARAYİPLER	1,9	1,7	0,1

Kaynak: IMF, Ocak 2020, T: Tahmin

Para politikaları ve finansal koşullar tarafında yaşanan gelişmeler çerçevesinde, ABD Merkez Bankası (FED) ve Avrupa Merkez Bankası (ECB) gibi önde gelen merkez bankalarının ekonomiyi desteklemek amacıyla para politikalarında yeniden parasal genişlemeye geçmesi, ekonomiye ilişkin risklerin azalmasını sağlamıştır. Bu durum, Türkiye için de oldukça olumlu koşullar oluşturmuştur. Dünyanın genelinde faizlerin düşüşü ve likiditenin artması ile Türk Lirası'nın üzerindeki baskının azalması, 2019 yılında Türkiye'nin yürütmüş olduğu başarılı ekonomik dengeleme politikaları neticesinde Kredi Temerrüt Sigortası (CDS) primlerinde düşüşleri beraberinde getirerek yatırımlarda pozitif bir etki yaratmıştır. Bütün bu olumlu gelişmeler Türkiye'nin mal ve hizmet dış ticaretine de yansımış, TCMB verilerine göre 2018 Ocak-Kasım döneminde 25,6 milyar dolar açık veren cari işlemler hesabı, 2019 Ocak-Kasım döneminde 4,2 milyar dolar fazla vermiştir.

2018 yılını yüzde 2,6 büyümeyle tamamlayan Türkiye ekonomisi, 2019'un ilk çeyreğinde yüzde 2,3; ikinci çeyreğinde yüzde 1,6 daralmıştır. Üçüncü çeyrekte beklentileri aşarak yüzde 0,9 büyüyen Türkiye ekonomisinin, Yeni Ekonomi Programı (YEP) hedefleri doğrultusunda 2019'u, yüzde 0,5'lik Gayrisafi Yurt içi Hâsıla artışıyla tamamlaması beklenmektedir.

Küresel ekonomi politikte yaşanan önemli gelişmeler ve iç dinamikler çerçevesinde, ekonomi yönetimi tarafından yıl genelinde alınan tedbirler ve reformlarla 2019 yılı Türkiye ekonomisi için daralma etkisinden tekrar büyüme dönemine geçildiği, ihracatta rekorların kırıldığı ve rekor cari fazlaların yaşandığı bir yıl olmuştur. Bu anlamda, Türkiye'nin büyümesine 2018 yılında 3,6 puan katkı sağlayan ihracatın 2019 yılında büyümeye katkısı 4,7 puan ile rekor düzeye ulaşmıştır. 2019 yılında dünya ticaretinde yüzde 5'e yakın daralma dikkate alındığında, Türkiye'nin ihracat artışı ayrı bir önem taşımaktadır. Asya pasifik ve AB'de hemen hemen tüm ülkelerin ihracatlarında önemli gerilemeler yaşanmıştır. Türkiye ise bulunduğu coğrafya sebebiyle taşıdığı risklere rağmen çok önemli bir performans göstermiştir. Net ihracatın büyümeye sağladığı katkı da bunu doğrular niteliktedir. 2019 yılı boyunca, hem petrol fiyatlarının sakin seyretmesi hem ihracatın olumlu performansı, hem de turizmin hızla yükselişe geçişiyle birlikte Türkiye cari fazla veren bir konuma ulaşmış ve 2019 yılının ilk 11 ayında 4,2 milyar dolar fazla vermiştir.

2018 yılında son 9 yılın en düşük seviyesinde gerçekleşen cari açığın milli gelire oranının 2019'da yüzde 0,1 düzeyinde gerçekleşmesi beklenmektedir.

Tablo 2. Türkiye Ekonomisinde Temel Göstergeler 2017-2019

GÖSTERGE	2017	2018	2019 T
GSYH BÜYÜME (%)	7,4	2,6	0,5*
TOPLAM TÜKETİM BÜYÜME (%)	5,9	1,2	0,9*
YATIRIMLAR BÜYÜME (%)	7,8	-0,6	-10,0*
NET İHRACATIN BÜYÜMEYE KATKISI (%)	0,1	3,6	4,7
İŞSİZLİK (%)	10,9	11,0	12,9*
İHRACAT (MİLYAR \$)	164,6	176,9	180,5
İTHALAT (MİLYAR \$)	238,8	231,2	210,4
DIŞ TİCARET DENGESİ (MİLYAR \$)	-74,2	-54,3	-29,2
CARİ AÇIK (MİLYAR \$)	-47,4	-27,0	1,0*
CARİ AÇIK / GSYH (%)	-5,6	-3,4	0,1*
TÜFE YILSONU DEĞİŞİM (%)	11,92	20,30	11,84
BÜTÇE AÇIĞI / GSYH (%)	1,8	2,0	2,9*

Kaynak: TÜİK, *YEP, Ticaret Bakanlığı, T: Tahmin

Not: İhracatın büyüme katkısı, ithalat, dış ticaret dengesi ve ihracat 2019 verileri Ticaret Bakanlığının Genel Ticaret Sistemi (GTS) verileridir. TÜFE yılsonu verileri ise TÜİK'in resmi verileridir.

Tablo 3'te ulusal ve uluslararası kuruluşların 2019-2021 döneminde Türkiye ekonomisi için GSYH büyüme tahminleri görülmektedir. Bu tahminlere göre 2019 yılında gerek bölgesel ve küresel riskler gerekse 2018 yılında maruz kalınan kur ataklarının etkisiyle düşük seyreden büyüme oranının 2020 ve 2021 yıllarında yüzde 3 ile yüzde 4 düzeylerine yükselmesi beklenmektedir. Her iki yıl için de Yeni Ekonomi Programı'nda büyüme hedefi yüzde 5 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Ulusal ve Uluslararası Kuruluşların Türkiye İçin GSYH Büyüme Oranı Tahminleri (%)

	S&P	Moody's	Fitch	OECD	Dünya Bankası	TCMB Beklentisi Anketi	YEP Hedefleri	IMF
2019	0,5	0,2	0,8	0,3	0		0,5	0,2
2020	3,2	3	3,1	3	3	3,4	5	3
2021	3,2	3	3,6	3,2	4	3,7	5	3

Kaynak: S&P, Moody's, Fitch, OECD, Dünya Bankası, TCMB, YEP, IMF

1.2. Küresel Ticaret ve Türkiye İhracatı 2019 Gelişmeleri

2018 yılında dünya mal ticareti değer bazında 2017 yılına göre yüzde 9,9 büyüyerek 19,3 trilyon dolara ulaşmıştır. Bununla birlikte ABD'nin başlattığı ticaret savaşları dünya mal ticaretinde yavaşlatıcı etkilerini göstermeye başlamış ve yılın son aylarında mal ticaretindeki büyüme ivme kaybetmiştir. Dünya mal ticaretinde korumacı politikaların etkisiyle 2019 yılı genelinde de gerileme süreci devam etmiştir. Tablo 4'te görüleceği üzere, DTÖ verilerine göre 2019 yılında dünya mal ticaretinin 2018 yılına göre değer bazında yüzde 4,8 oranında bir azalma ile 18,3 trilyon dolar olacağı öngörülmektedir. Bu azalmanın temel sebebi, küresel ticarete olan etkisinin 2019 yılında 1,9 trilyon dolara ulaştığı korumacı politikalarla.

Tablo 4. Dünya Mal Ticareti Göstergeleri ve Öngörülleri

	2017	2018	2019 T
MAL TİCARETİ (TRİLYON \$)	17,5	19,3	18,3
MAL TİCARETİ BÜYÜMESİ (DEĞER BAZINDA, %)	7,8	9,9	-4,8
MAL TİCARETİ BÜYÜMESİ (MİKTAR BAZINDA, %)	4,1	2,7	4,0

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, UNCTAD, ESDH T: Tahmin

TİM tarafından ihracatta sürdürülebilirlik ve yenilik yılı olarak ilan edilen 2019 yılında, küresel konjonktürdeki zorluklara ve küresel ticaretteki yavaşlamaya rağmen, yılın 8 ayında yeni rekorlar kırılarak, yılsonunda ihracat 180,5 milyar dolara ulaşmış ve yeni bir Cumhuriyet tarihi rekoruna imza atılmıştır. Bu kapsamda, 2019 yılında ihracat ailemiz genişlemiş ve her ay ortalama 1.500'e yakın yeni ihracatçı eklenerek ihracatçı firma sayısı yüzde 9,3 artış kaydetmiştir. Net İhracatın büyüme katkısı 2019'un ilk 3 çeyreğinde 4,7 puan ile rekor düzeye ulaşmıştır. Küresel ticaretin gerilemeye devam ettiği 2019 yılında, yükselen gümrük duvarlarına ve korumacılığa rağmen, pazar çeşitliliğinin artırılmasına büyük önem verilmiştir.

Bu kapsamda, en büyük ihrac pazarımız olan AB'nin payı, Brexit süreci ile yaşanan olumsuz gelişmelere rağmen yüzde 48,8 olurken; Orta Doğu ülkelerinin ihracatımızdaki payı 4,5 puan artışla yüzde 19,3'e yükselmiştir. Afrika ülkelerinin payı ise 0,4 puan artış ile yüzde 9,2 olmuştur. 1 milyar dolar üzerinde ihracat gerçekleştirilen ülke sayısı 40'a yükselmiştir. Toplam 226 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştirilmiştir. 87 ülkeye yüzde 10'un üzerinde, 28 ülkeye ise yüzde 50'nin üzerinde artış yakalanmıştır.

Tablo 5. Türkiye İhracat Göstergeleri ve Ticaret Büyümesi

	2017	2018	2019
İHRACAT (Milyar \$)	164,6	176,9	180,5
MAL TİCARETİ BÜYÜMESİ (%)	10,2	7,5	2,0

Kaynak: Ticaret Bakanlığı, TİM

2019 yılında ihracatta miktar hedefi aşılmış, dolar cinsinden hacimde de hedeflere oldukça yakın bir performans gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, Tablo 6'da görüldüğü gibi, 2019 yılında miktar bazlı ihracat yüzde 15,3 oranında önemli bir artış kaydederek 146,5 milyon tona ulaşmıştır. Ticaret savaşları ve Brexit ile gerginleşen bir küresel ortam sonucunda, önce paritenin düşüşü; ardından da piyasada tutunabilmek için fiyatların iskonto edilmesi sebebiyle, bazı sektörlerin ortalama ihracat birim fiyatlarında düşüşler gözlenmiştir.

Tablo 6. 2018-2019 Mal İhracatı (Miktar Bazında)

	2018	2019	% DEĞ.
Miktar Bazlı İhracat	127,1 milyon ton	146,5 milyon ton	+%15,3

Kaynak: TİM

Türkiye'nin son üç yılda dünya ticaretinden aldığı paya bakılacak olursa, **Tablo 7**'de görüldüğü gibi, 2017 yılında dünya mal ihracatı içindeki payımız yüzde 0,94 iken, 2018 yılında bu pay yüzde 0,92 olmuştur. 2019 yılında ise bu payın yüzde 0,98 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

BÖLÜM 1

Tablo 7. Dünya Mal İhracatı İçinde Türkiye'nin Payı

	2017	2018	2019
TÜRKİYE İHRACAT (MİLYAR \$)	164,6	176,9	180,5
DÜNYA MAL İHRACATI (MİLYAR \$)	17.550	19.284	18.350*
TÜRKİYE PAY (%)	0,94	0,92	0,98*

*Tahmin

Kaynak: TUIK, DTÖ, ESDH, ITC

2005 yılında 43 bin seviyelerinde olan ihracatçı sayımız ise her yıl gözle görülür bir artış göstererek 2019 yılı itibariyle 90 bini aşmıştır. 2019 yılında Türkiye'nin 6 farklı ilinde 750'yi aşkın KOBİ ve girişimcinin katılımıyla düzenlenen "TİM KOBİ İhracat Seferberliği" eğitim programları ile 6 farklı ilde düzenlenen TİM Anadolu Meclisleri, ihracatın tabana yayılmasına ve ihracatçı sayısının artışına katkı sağlamıştır.

Tablo 8. Yıllar İtibariyle Mal İhracatçısı Firma Sayısı

Yıl	Firma Sayısı
2005	43.456
2006	45.467
2007	50.065
2008	50.666
2009	51.927
2010	54.472
2011	57.350
2012	60.733
2013	64.542
2014	67.886
2015	69.330
2016	72.195
2017	77.727
2018	83.279
2019	90.617

Kaynak: Ticaret Bakanlığı, TİM

2019 yılında Türkiye'nin ihracatını sırtlayan sektörler Tablo 9'da görüldüğü üzere, otomotiv endüstrisi, kimyevi maddeler ve mamulleri, hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri olmuştur. Bu sektörleri çelik, elektrik ve elektronik sektörleri takip etmiştir. Bu üç sektörü çelik ve elektrik-elektronik sektörü takip etmiştir. Bu sektörler arasında, kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe 2018 yılına göre yaklaşık yüzde 19 oranında bir artış kaydedilerek 20 milyar dolar aşılmıştır.

Tablo 9. 2019'da En Çok İhracat Yapan İlk 5 Sektör (Milyar \$)

Sektör	2018	2019	Değişim (%)
Otomotiv Endüstrisi	31,6	30,6	-3,1
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	17,3	20,6	18,6
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	17,6	17,7	0,4
Çelik	15,5	13,9	-10,6
Elektrik Elektronik	11,3	11,2	-0,5

Kaynak: TİM

2019 yılında ihracatını en çok arttıran ilk 3 ise Tablo 10'da görüldüğü üzere, savunma ve havacılık sanayii, fındık ve mamulleri ile kimyevi maddeler ve mamulleri sektörleri olmuştur. Savunma ve havacılık sektörü ihracatını yüzde 35, fındık ve mamulleri sektörü ihracatını yüzde 25 ve kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü ise ihracatını yüzde 19 artırmıştır.

Tablo 10. 2019'da İhracatını En Çok Arttıran İlk 3 Sektör (Milyar \$)

Sektör	2018	2019	Değişim (%)
Savunma ve Havacılık Sanayii	2,0	2,7	34,6
Fındık ve Mamulleri	1,6	2,0	24,5
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	17,3	20,6	18,6

Kaynak: TİM

2019 yılında en çok ihracat yapılan ilk 5 ülke Tablo 11'de görüldüğü üzere, Almanya, , Irak, Birleşik Krallık, İtalya ve ABD olmuştur. En çok ihracat yapılan ilk 5 ülke içerisinde Irak'a ihracat artış gösterirken, Almanya, Birleşik Krallık ve İtalya ve ABD'ye ihracat düşüş kaydetmiştir.

2018 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk 5 ülke 2019 yılında değişmemiş, 2018 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı üçüncü ülke İtalya, dördüncü ülke ise Irak iken, 2019 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında bu iki ülke yer değiştirmiştir. Bu beş ülkeye yapılan toplam ihracat 2018 yılında 57,4 milyar dolar düzeyindeyken, yaklaşık %1 oranında gerileme yaşayarak 56,9 milyar dolara düşmüştür. Türkiye'nin yıllık toplam ihracatı yaklaşık %2 oranında artarken, en çok ihracat yaptığı ülkelere yapılan ihracatın azalışı dikkat çekicidir. Bu azalışta artan jeopolitik riskler, ticaret savaşları ile tarife ve tarife dışı engellerdeki artışın etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Bu kapsamda, Almanya'ya fındık ve mamulleri ihracatı 39 milyon dolar, savunma sanayii ihracatı 31 milyon dolar artarken, otomotiv ihracatı 378 milyon dolar, çelik ihracatı 193 milyon dolar, hazırgiyim ihracatı 122 milyon dolar düşmüştür. Birleşik Krallık'a mücevher ihracatı 494 milyon dolar artarken, otomotiv ihracatı 486 milyon dolar, çelik ihracatı 139 milyon dolar düşmüştür. Irak'a mobilya ihracatı 162 milyon dolar, kimyevi maddeler ihracatı 148 milyon dolar artarken, hububat ihracatı 236 milyon dolar, su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatı 151 milyon dolar düşmüştür. İtalya'ya kimyevi maddeler ihracatı 341 milyon dolar, fındık ihracatı 244 milyon dolar artarken, otomotiv ihracatı 357 milyon dolar, çelik ihracatı 241 milyon dolar düşmüştür. ABD'ye ise, çimento, cam ve seramik ürünleri ihracatı 168 milyon dolar, halı ihracatı 102 milyon dolar artarken, çelik ihracatı 625 milyon dolar, kimyevi maddeler ihracatı 96 milyon dolar düşmüştür.

Birleşik Krallık ile ilişkiler kapsamında, Brexit'e ilişkin olası tüm senaryolara hazırlıklı olmak adına çalışmalara başlanmıştır. 2019 yılı genelinde gerek Birleşik Krallık Büyükelçiliği gerekse de Başkonsolosluğu ile TİM'de önemli toplantılar yapılmış ve Brexit'in farklı senaryoları üzerinde rapor ve bilgi notları hazırlanarak ihracatçılara ürünler ve olası vergi oranları üzerinde paylaşımlar gerçekleştirilmiştir.

Tablo 11. 2019'da En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ülke

Ülke	2018	2019	Değişim
Almanya	17,3 milyar \$	16,6 milyar \$	-%4,2
Birleşik Krallık	11,5 milyar \$	11,3 milyar \$	-%1,7
Irak	9,5 milyar \$	10,3 milyar \$	%7,4
İtalya	10 milyar \$	9,7 milyar \$	-%2,5
ABD	9,1 milyar \$	9 milyar \$	-%1,1

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

2019 yılında en çok ihracat gerçekleştirilen ilk 5 il, Tablo 12’de görüldüğü üzere İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara olmuştur. İlk 5 ilimiz, 118 milyar dolara ulaşan ihracat rakamı ile Türkiye’nin toplam ihracatının yüzde 65’ini üstlenmiştir.

Tablo 12. 2019’da En Çok İhracat Yapan İlk 5 İl

İl	2018	2019	Değişim
İstanbul	72,1 milyar \$	70,1 milyar \$	-2,8%
Kocaeli	14,1 milyar \$	15,2 milyar \$	+7,3%
Bursa	13,3 milyar \$	15 milyar \$	+11,3%
İzmir	9,8 milyar \$	9,8 milyar \$	+0,1%
Ankara	7,7 milyar \$	8,3 milyar \$	+7,6%

Kaynak: TİM

2019 yılında ihracatını en çok arttıran il Tablo 13’te gösterilmektedir. 2019’da 500 milyon dolar üzeri ihracat yapan ve ihracatını en çok arttıran ilk üç il ise Trabzon, Muğla ve Bursa olmuştur. Ayrıca 2019 yılında Trabzon’un 1 milyar dolar barajını aşarak 1 milyar dolar üzeri ihracat yapan iller arasına girmesi dikkat çekicidir.

Tablo 13. 2019’da İhracatını En Çok Arttıran İlk 3 İl (500 Milyon \$ Üzeri)

İl	2018	2019	Değişim
Trabzon	1 milyar \$	1,2 milyar \$	+18,0%
Muğla	482 milyon \$	554,1 milyon \$	+13,0%
Bursa	13,3 milyar \$	15 milyar \$	+11,3%

Kaynak: TİM

1.3. TİM’de “İlk”ler Yılı: 2019

Türkiye İhracatçılar Meclisi 2019 yılında (1) ihracatta katma değeri artırmak, (2) ihracat hacmini yükseltmek, (3) ihracat farkındalığını artırmak ve pazarı geliştirmek üzere 3 ana başlık altında çalışmalarını sürdürmüştür. Bu kapsamda, TİM, “İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi” çatısı altında ihracatta katma değer artırılmasına yönelik önemli projeler yürütülmüştür. İhracat hacmini geliştirmeye yönelik 2019 yılı içerisinde muhtelif araştırma raporları hazırlanmış, paylaşım faaliyetleri yürütülmüş ve ihracatçıların sorunları çözüme kavuşturulmuştur. İhracat farkındalığını artırma ve pazarı geliştirmeye yönelik de, “Algı ve Ticaret Diplomasisi” çalışmaları gerçekleştirilmiştir. TİM bünyesinde 2019’da sürdürülen köklü çalışmaların yanında pek çok “ilk’e de imza atılmıştır.

1.3.1. TİM’de Yenilikler ve “İlk”ler Yılı

1. TİM ihracat ekosistemini yaygınlaştırmak hedefiyle bir ilke imza atarak, İnovasyon, girişimcilik ve küresel ticaret alanlarındaki tecrübelerini aktarmak ve birlikte eğitim çalışmaları yürütmek üzere, Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde TİM Temsilcilik kurulmasına yönelik İşbirliği Protokolü imzalanmıştır. TİM, imzaladığı iş birliği anlaşması çerçevesinde KTSO bünyesinde Lefkoşa’da faaliyete geçen TİM KKTC Ofisi, Dış Ticaret Mevzuat altyapısından pazara giriş stratejisine, finansmana erişim modellerinden, inovasyon, Ar-Ge, dijital dönüşüm, e-İhracat ve girişimcilik alanındaki çalışmalar gibi birçok konuda Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin ve İhracatçı Birlikleri’nin 83 yıllık ihracat tecrübesini Kuzey Kıbrıs’a taşımaya hedeflemektedir. Bu kapsamda düzenlenen imza törenine Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Ekonomi ve Enerji

Bakanı Hasan Taçoy, Kıbrıs Türk Sanayi Odası Başkanı Candan Avunduk, TİM Başkanı İsmail Güllü, İhracatçı Birlik Başkanları ve Kuzey Kıbrıs Türk iş dünyasından çok sayıda sanayici ile ihracatçı katılmıştır.

2. Cumhurbaşkanlığı Programında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın ana sorumlu kurum olarak belirlendiği 1.1 nolu “İlgili mevzuat Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerini kolaylaştıracak ve araştırma ortamını iyileştirecek şekilde düzenlenecektir” stratejik hedefinde performans göstergesi olarak Küresel Yenilik Endeksinde ülkemizin sıralamasının yükseltilmesi yer almaktadır. Ancak, her yıl yayınlanan söz konusu endekste yer alan yaklaşık 80 göstergenin kapsamı ve içeriği oldukça geniş olup birçok kurumun görev alanına girmektedir. Endekste ülkemizin sıralamasının yükseltilmesi adına bütüncül bir yaklaşım, üst düzey koordinasyon ve ilgili tüm kurum ve kuruluşlarla işbirliği halinde belirlenecek bir yol haritasının, ilk kez Meclisimiz tarafından hazırlanmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda 2019 yılının son çeyreğinde, Küresel İnovasyon Endeksinin analiz çalışması ile Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) ile temaslara devam edilmiştir.
3. Türkiye’nin ilk inovasyon geliştirme programı İnoVALİG bünyesinde yarışan firmalara, yıllar itibariyle çeşitlilik ve yaygınlık gösterebilme imkânı sağlanması ve yenilikçi KOBİ’lerin ihracata kazandırılması amacıyla, 2019 yılında bir ilke imza atılarak yarı finalist firmalar “KOBİ” ve “büyük” ölçeğinde ayrı değerlendirmeye tabi tutularak kendi ölçeklerinde yarışma imkânı sunulmuştur.
4. KOBİ’lerin ihracata özendirilmesi, sürdürülebilir ihracat artışı sağlanması, ihracat destekleri ve finansmana erişimin artırılması ile stratejik pazar analizi ve dijital dönüşüme ilişkin farkındalığın artırılması amacıyla 2019 yılında ilk kez aralarında Erzurum, İzmir, Mersin, Gaziantep, Ankara ve Bursa’nın yer aldığı 6 farklı ilde, 750’yi aşkın KOBİ ve girişimciye “TİM KOBİ İhracat Seferberliği” eğitimi verilmiştir.
5. TİM ve KOSGEB arasında Yurt Dışı Pazar Destek Programı’na ilişkin iş birliği protokolü imzalandı. Protokol kapsamında ilk kez yurt dışına çıkacak KOBİ’lere veya yurt dışı pazar payını arttırmak isteyen işletmelere 300 bin TL destek verilecek. Protokolü imzalanan destek programının amacı, KOBİ’lerin bu ihracattaki payını, yüzde 60’lara çıkarmak olup, Yurt Dışı Pazar Destek Programı kapsamında işletmelerin 6 farklı harcama kalemindeki giderleri karşılanacak. Personel, Yazılım ve Donanım, Tanıtım, Yurt Dışı Fuar ve Seyahat, Test Analiz ve Belgelendirme, Hizmet Alımı başlıklarındaki giderlere destek verilecek.
6. Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği (TSPB) işbirliği ile kur riski taşıyan ihracatçı şirketlerin çalışanlarının ve yatırımcıların bilgilendirilmesi ve farkındalık oluşturulması amacıyla 7 ilde 700’ü aşkın katılımcıya “İhracat Yapan Şirketler İçin Kur Riski Yönetimi” panelleri düzenlenmiştir. Panellerin öncesinde ve eş zamanlı olarak ihracat yapan şirketlerin üst düzey yöneticileri ile TSPB üyesi firmalar arasında 1 saat süreli 55 adet B2B görüşmeleri yapılmıştır.
7. Türkiye’nin dört bir yanındaki tüm paydaşları ile buluşmak ve açık iletişim platformu niteliğinde istişare yapmak üzere 6 farklı ilde (Erzurum, Gaziantep, İzmir, Mersin, Denizli, Ordu) TİM Anadolu Meclisleri gerçekleştirilmiş, 360 derecelik bakış açısı ile ‘Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye’ hedefi doğrultusunda ihracatçıların talepleri dinlenmiş ve bölgesel sorunlar masaya yatırılmıştır.

BÖLÜM 1

8. Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay, Hazine ve Maliye Bakanı Dr. Berat Albayrak, Sanayi, Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımlarıyla Delegeler Çalıştayları düzenlenmiştir.
9. İhracatta kadın inisiyatifinin artırılması amacıyla TİM Kadın Konseyi oluşturulmuştur. Konsey bünyesinde Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi, Uluslararası İlişkiler Komitesi, Kurumsal İletişim Komitesi, Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Komitesi, Eğitim ve Mentorluk Komitesi, Dijital İletişim Komitesi, Mali ve Finansal İşler Komitesi, İstihdam ve İnsan Kaynakları Komitesi, Toplumsal Farkındalık ve İklim Çalışmaları Komitesi alanlarında faaliyet göstermekte olan 9 farklı Komite oluşturulmuştur.
10. TİM'in İnovasyon ve Girişimcilik Odaklı Çalışmaları İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi çatısı altında toplanmıştır. İhracatta katma değer artırılması hedefiyle TİM tarafından yürütülen projeler olan İnoSuit - İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı, İnoVALİG ve TİM-TEB Girişim Evleri projeleri bu çatı altında yürütülmektedir.
11. Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri kapsamında 26 Kasım 2019'da Finlandiya Helsinki'de düzenlenen törende, ülkemizden ulusal şampiyon olarak seçilen TİM-TEB Girişim Evleri, 29 ülkeden 290 proje arasından özel ödül olarak, ülkemizi uluslararası arenada başarıyla temsil etmiştir.
12. TİM çatısı altında "Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi" kurulmuştur. Yeni ihracat rekorlarına imza atabilmek ve teknolojik eğilimlerin kurum bazında takip edilmesi adına Nisan 2019'da oluşturulan "Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi", Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından stratejik ortak ilan edilmiştir.
13. TİM ve İhracatçı Birliklerinin dijital dönüşümü kapsamında dünyanın her yerinden TİM'e ulaşmanın kolaylaştırılması için "TİM Mobil Uygulaması" kullanıma sunulmuştur. Mobil uygulama üzerinden İhracat Pusulası, İhracat destekleri, TİM araştırma raporları ve tüm dünyada düzenlenen fuarlar gibi birçok modüle erişim mevcuttur.
14. İhracatçıların istedikleri yer ve zamanda TİM'e ulaşarak sorunlarına pratik ve hızlı çözümler bulabilmesi hedefiyle aktif destek hattı olan "ALO TİM Çağrı Merkezi" uygulamasına başlanmıştır.
15. YOİKK bünyesinde oluşturulan Ar-Ge, Altyapı ve Standardizasyon çalışma grubu kapsamında TSE işbirliğiyle standartlar, izinler, lisanslara ilişkin platform kurulmasına yönelik çalışmalara başlanmıştır. İlgili çalışma kapsamında, TSE ile iş birliği içinde 2020 yılında, ihracatçıların tüm sertifikasyon bilgilerine kolayca ulaşabilecekleri bir dijital platformun hayata geçirilmesi hedeflenmektedir.
16. Hedef pazar ülke odaklı, derinlemesine analizler içeren araştırma raporları hazırlanmıştır. Bu raporlar; RCA 1000 Raporu, Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı Raporu ve Hedef Pazar Ülke Analiz Raporlarıdır (ABD, Arjantin, Çekya-Polonya, Kırgızistan, Güney Kore, İspanya, İtalya, Ürdün ve İsviçre). Söz konusu raporlarda ihracatçıların uluslararası pazarlarda karşılaşılabilecekleri tarife ve tarife dışı engeller de analiz edilmeye başlanmıştır.
17. İhracatçılara oldukça avantajlı şartlarda finansman imkânı ve ticari destekler sunmak amacıyla Türk Ekonomi Bankası (TEB) ile iş birliği protokolü imzalanmıştır. Protokol kapsamında sadece ihracatçı firmalara, uygun koşullarda kredi fırsatlarının yanı sıra pek çok alanda ücretsiz danışmanlık hizmetleri de

- verilecektir. Yapılan protokol ile bir yıla kadar vadeli ihracat döviz kredilerinde özel faiz avantajları sunulacaktır. Yapılan protokol ile bir yıla kadar vadeli ihracat döviz kredilerinde özel faiz avantajları sunulmakta ve ihracatçı firmalar döviz alım satım işlemleri için uygun fiyatlar elde etmektedir.
18. Cumhuriyet tarihinde ilk kez açıklanan İhracat Ana Planı, Ticaret Bakanlığı tarafından TİM ve İhracatçı Birlikleri katkıları ile hazırlanmıştır. İhracat Ana Planı, işletmiş olduğu 5 hedef sektör ve 17 hedef pazar ile ihracatçılara yol gösterici niteliğindedir.
19. Serbest bölgelerden yapılan ihracatın kayıt altına alınması adına 2019 yılı itibarıyla "Genel Ticaret Sistemi" ile ihracat rakamları hesaplanmaya başlanmıştır.
20. Yolcu beraberinde ve lojistik firmalarınca taşınan malları kapsayan, kamuoyunda bavul ticareti olarak bilinen ticaret rakamının azaltılması ve yerini kayıtlı mikro ihracata bırakması amacıyla mevzuat çalışmaları hayata geçirilerek, Atatürk Havalimanı'nda geçici depolama yeri kurulmuştur.
21. "Birliklerimiz Birlikteliğimizdir" sloganıyla, Gaziantep, Şanlıurfa ve Kilis'e 35 yardım tırı ile #DestekTimi Programı gerçekleştirilmiştir. TİM, Barış Pınarı Harekâtı'na sınırı olan bölgelerde yaşayan vatandaşlarımıza insani yardım sağlamak amacıyla başlatılan kampanya kapsamında hazırlanan malzemeler ihtiyaç sahibi ailelere ulaştırılmıştır. İçerisinde temel ihtiyaç maddelerinin yer aldığı 35 tır insani yardım malzemesi, Kızılay koordinasyonunda Kilis'in Göktaş, Ceritler, Karacaören köyleri ve Şanlıurfa'nın Akçakale İlçesi'nde yaşayan ihtiyaç sahibi 250 aileye dağıtılmıştır.
22. TeknoFest, Uluslararası İşbirliği Platformu 10. Boğaziçi Zirvesi, Uluslararası Ahilik Fuarı, Verimlilik ve Teknoloji Fuarı, Türkiye 2023 Zirvesi, Türkiye Kooperatifler Fuarı'na TİM standı ile katılım sağlanarak inovasyon odaklı çalışmalarımız sergilenmiştir.



23. 11 Mayıs 2019 ve 29 Haziran 2019 tarihlerinde İstanbul'da İhracat Ana Planı Ortak Akıl Toplantıları gerçekleştirilmiştir.
24. "İnovasyon Haftası" etkinliğine yeni bir konsept kazandırmak üzere 16 Şubat 2019 tarihinde sektör temsilcileri, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları temsilcileri, basın mensupları ve diğer ilgililerden oluşan katılımcılarla İstanbul'da "İnovasyon Haftası Gelecek Tasarımı Ortak Akıl Konferansı" düzenlenmiştir.
25. 30 Mart 2019 tarihinde Türkiye'nin önde gelen e-ihracat

şirketlerinin üst düzey yöneticileri, yatırımcılar, girişimciler ve profesyoneller tecrübe paylaşımlarında bulunmak üzere İstanbul'da "E-İhracat Ortak Akıl Çalıştayı"nda bir araya gelmiştir.

26. TİM ve İhracatçı Birliklerinin Yedek Akçelerinde bulunan, 256 milyon 250 bin Türk Lirası ihracatçıların finansmana erişim imkânlarına katkı sağlamak amacıyla Eximbank'ın kullanımına sunulmuştur.
27. İhracatçıların küresel pazarlarda mobilitesini ve ihracat hacmini artırmaya katkı sağlamak adına "Yeşil Pasaport" alım şartındaki ihracat limiti 1 milyon dolardan 500 bin dolara indirilmiş ve pasaport süresi 2 yıldan 4 yıla uzatılmıştır. Bu sayede Yeşil Pasaport alabilecek ihracatçı sayısı da 22 bin 325'e yükselmiştir.
28. İhracatta sürdürülebilirlik ana teması üzerinden yola çıkılarak TİM Kadın Konseyi bünyesinde T.C. Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Sayın Emine Erdoğan Hanımefendi'nin himayelerindeki "Sıfır Atık" projesi Çevre ve Şehircilik Bakanlığı koordinasyonunda hayata geçirilmiş ve uygulamalarla desteklenmiştir.

1.3.2. TİM Bünyesinde İhracatın Katma Değerini Artırmaya Yönelik Yürütülen Çalışmalar

TİM, yüksek katma değerli ihracat artışı ile küresel ticarete ülkemizin payını yükseltebilmek adına, "İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi" çatısı altındaki proje ve çalışmalarını güçlendirerek ve yeni atılımlar ekleyerek sürdürmüştür. Bu kapsamda Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı olma unvanına sahip olan ve 6 yıldır devam eden İnovaLİG, KOBİ ölçeğinde firmalara ayrı yarışma imkanı sunarak yaygınlık ve çeşitliliğini artırmıştır. İnovasyona Kurulan Köprü niteliğindeki İnovasyon Odaklı

Mentorluk programı İnoSuit, havuzunda yer alan Türkiye'nin 130 farklı üniversitesinden 841 mentor ile rekor düzeye ulaşmıştır. Türkiye'nin ilk ve en kapsamlı uluslararası etkinliği değil. Türkiye'nin en kapsamlı ve yaygın inovasyon etkinliği olan ve TİM'in 2012 yılından bugüne düzenlediği Türkiye İnovasyon Haftası ise sene genelinde ulusal ve uluslararası ekosistem paydaşları ile yürütülen görüşmeler ve yapılan çalışmalar ile oldukça önemli bir düzeye ulaşmıştır. Bunun yanında Türkiye'nin en genç ve inovatif ailesi olan İnovaTİM, 2019 yılında uluslararası proje takımlarını güçlendirmiş ve Dünya klasmanında iki önemli ödül kazanmıştır.

1.3.2.1. İnovasyon Odaklı Çalışmalar

Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovaLİG, inovasyon odaklı mentorluk programı İnoSuit ve Türkiye'nin en genç ve en inovatif ailesi İnovaTİM ile akademiden sanayiye, kamu sektöründen özel sektöre her alandan paydaş inovasyon ekosistemine dâhil edilmektedir.

Türkiye İnovasyon Haftası

Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımlarıyla 3-4 Mayıs 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen Türkiye İnovasyon Haftası'nda, inovasyona gönül veren 40 bine yakın kişi çok sayıda zirve ve etkinlik çatısı altında bir araya getirilmiştir. Hayatın her alanında inovasyonun ele alındığı 45'i aşkın panel ve konferans ile alanında lider dünyaca ünlü 100'ü aşkın yerli ve yabancı konuşmacının derin bilgi ve tecrübeleri katılımcılarla paylaşılmıştır.

Onlarca üniversite, teknokent, firma ve girişimcinin uluslararası



BÖLÜM 1

başarılarla sahip inovatif projelerini stantlarında sunma şansı bulduğu inovasyon haftasında ve çeşitli eş zamanlı etkinlikler ve workshoplar ile akademisyen-sanayici-girişimcinin bir araya geldiği etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Türkiye İnovasyon Haftası 2019 kapsamında Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovalİG Ödül Töreni, Darüşşafaka İnovatif Gençliğe Katkı Ödül Töreni, İnovaTİM İnovatif Gençliğe Katkı Ödül Töreni, Samsung Geleceğin Mucitleri Bilim Yarışması Ödül Töreni ile İnoSuit İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı Sertifika Töreni gerçekleştirilmiştir.

2019 yılında ayrıca, yenilikçi teknolojilerin yer aldığı deneyim alanları, TİM-TEB Girişim Ev'i'nin uluslararası başarılarla imza atan projeleri, yurt içinden ve yurt dışından merak uyandıran 6 sergi ve enstalasyon, inovatif fikirler ve araçlarla sektörlerin geleceğini değiştiren icatlar ile Türkiye İnovasyon Haftası'na yeni bir boyut kazandırılmıştır.

İnovalİG – Türkiye'nin İlk İnovasyon Geliştirme Programı

Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı olan ve IMP³rove Academy iş birliği ile 2014 yılından bu yana düzenlenen İnovalİG kapsamında şirketlerin organizasyonlarına inovasyon kültürünün yerleştirilmesi, şirketlerde inovasyon yetkinliklerinin kazanılması için yapılan çalışmaların ödüllendirilmesi ve inovasyona dayalı ihracat artışının desteklenmesi amacıyla çalışmalar yeni açılımlarla birlikte 2019 yılında hız kazanmıştır.

2019 yılında 6.sı düzenlenen İnovalİG kapsamında www.inovalig.com web sitesi üzerinden 50 farklı sektör ve 61 farklı şehirden 1.236 firma başvurusu alınmıştır. Firmalar, IMP³rove metodolojisine dayanan İnovasyon Değerlendirme anketini tamamlamış ve 100 sayfalık kıyas analizi raporunu almaya hak kazanmıştır. Firmalar, kendilerine özel hazırlanan bu raporda yer alan "İnovasyon Stratejisi", "Organizasyon ve Kültür", "İnovasyon Yaşam Döngüsü Yönetimi", "Olanak Sağlayan Faktörler" ve "İnovasyon Sonuçları" olmak üzere 5 farklı kategoride yarışmıştır.

2019 yılında ilk olarak İnovalİG'de yarışan firmaların ölçeklerinin dikkate alınmamasının önemli bir motivasyon kaybına sebep olması ve yıllar itibarıyla bir çeşitlenme ve yaygınlığını gösterebilme imkanı sağlanması amacıyla, yarı finalde yarışan

firmalar, Büyük ve KOBİ ölçeğinde ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Raporlarını ileten 291 firma arasından, kıyas analizi rapor değerlendirmesine göre en yüksek skoru alan firmalar sıralanarak her kategoride ilk 10 firma olmak üzere seçim yapılmıştır. Proje ekibi tarafından yarı finalist 23 firmaya ziyaret gerçekleştirilmiş ve 79 firma ile telekonferans yapılmıştır. Firma ziyaretleri ve telekonferans yöntemiyle yapılan görüşmeler sonrasında Büyük ve KOBİ ölçeğinde 5 kategoride ilk 5 firma olmak üzere toplam 50 finalist firma belirlenmiştir.



Büyük jüri değerlendirmesi ve anket skoru sonucunda belirlenen İnovalİG şampiyonlara, Türkiye İnovasyon Haftası kapsamında düzenlenen İnovalİG Ödül Töreni'nde ödülleri verilmektedir.

İnoSuit – İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı

Üniversite-sanayi işbirliğine dayanmakta olan "İnoSuit - İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı" kapsamında, firmalarda inovasyon yönetimi yetkinliğinin sürdürülebilir şekilde artırılması, inovasyon yönetimi altyapısının oluşturulması, güçlendirilmesi, her bir kurumun kendi hedeflerine, yapısına ve ihtiyaçlarına uygun kurumsal inovasyon sistemlerinin tasarlanması ve hayata geçirilmesi amacıyla 2019 yılında yeniliklere ve yeni rekorlara imza atılmıştır. Bu kapsamda İnoSuit akademisyen mentor havuzu, Türkiye'nin 130 farklı üniversitesinden 841 mentor ile rekor düzeye ulaşmıştır. 2016 yılının Kasım ayında başlayan ve toplam başvuru sayısı 369'a ulaşan programa, 2019 yılı içinde başlayan dönemler için 71 firma başvurusu alınmıştır. 2019 itibarıyla programı tamamlayan ve devam eden firma sayısı ise 156'ya ulaşmıştır.

Programa katılım gösteren her bir firma ilgili bölgedeki üniversitede inovasyon yönetimi alanında çalışmakta olan bir mentor ile eşleştirilmekte ve ilgili mentor tarafından firmada, 11 ay süresince Kurumsal İnovasyon Sistemi (KİS) kapsamında belirlenmiş yol haritası doğrultusunda mentorluk desteği sağlanmaktadır. 2016 yılının Kasım ayında başlayan ve toplam başvuru sayısı 369'a ulaşan programa 2019 yılı içinde başlayan dönemler için 71 firma başvurmuştur.

İnovaTİM

TİM tarafından 2015 yılında kurulan ve Türkiye'nin 72 ilinden 150 üniversitede 2920 üniversite öğrencisinin bilgi çağı ekonomisi, yapay zeka, inovasyon ve girişimcilik gibi konu başlıklarında özel olarak yetiştirilmesi amacıyla hayata geçirilen Türkiye'nin en genç ve inovatif ailesi olan İnovaTİM, 2019 yılında uluslararası



İnovaTİM

proje takımlarını güçlendirmiş ve ülkemizi uluslararası arenada gururla temsil etmiştir.

Üniversitelerde İnovaTİM öğrencilerinin kurduğu proje takımları uluslararası yarışmalara katılmaktadır. Bu kapsamda İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde kurulan APIS Ar-Ge takımı ile NASA'nın da organizatörleri arasında yer aldığı model uydur yarışması CANSAT'da genel klasman dünya birinciliği, Erzurum Atatürk Üniversitesi bünyesinde kurulan AtaUni Racing takımı ile Birleşik Krallık'ta gerçekleşen dünyanın en prestijli öğrenci mühendislik yarışması olan Formula Student yarışmasında Class 2 dünya üçüncülüğü elde edilmiştir. İnovaTİM'li öğrenciler, bilimsel çalışmalar yapmaya ve birçok farklı alanda gerçekleştirdikleri projeleri geliştirmeye devam etmektedir.

İnovaTİM'li öğrenciler tarafından gerçekleştirilen İnovasyon odaklı önemli projeler;

1. BabyThings: Bebeklerinin yaşamsal verilerine ihtiyaç duyan 0-4 yaş arası hasta ve sağlıklı bebek sahibi bireyleri için; bebeğin el bileğine takılabilen, kalp ritmi ve kandaki oksijen miktarı verilerinin anlık olarak uzaktan takibinin yapılabileceği giyilebilir bilektiktir.
2. Food Computer: Sıvı ortamda bitki yetiştirme projesi, topraksız ortamlarda bitkinin yetişmesi için gerekli ortamı sağlayan bir platformdur.
3. Otonom Su Altı Aracı - İTÜ ROV: İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde, çeşitli fakültelerden bir araya gelmiş öğrencilerin 3 yıllık su altı tecrübesinin ardından İTÜ AUV Takımı kurulmuştur. AUV "Otonom Su Altı Aracı" savunma sanayii, petrol endüstrisi ve bilimsel su altı araştırmalar gibi alanlarda kullanılmaktadır. Bu araçlar istenilen bölgede otonom hareket etme ve programlandıkları görevleri yerine getirme kabiliyetine sahiptir.
4. Dental SLA 3D Printer: Diş hekimlerinin, dijital diş hekimliğinin bir gereği olan 3D yazıcılara entegrasyonunu sağlayan daha ulaşılabilir bir cihazdır. Reçine bazlı 3D yazıcılar ile hekimler, cerrahi implant kılavuzu, ortodontik model, şeffaf plak, geçici kron ve köprü materyalleri üretilebilmekte, tedavi süreci ciddi olarak kısaltmakta ve hata oranları azalmaktadır.
5. FRC Aracı: Amerika'daki FIRST Vakfı'nın düzenlediği FRC Yarışması'na katılan, kargo yükleme, kapak takma ve yarım metre dik yüksekliğe tırmanabilme görevlerini yapabilen görev robotudur.
6. İstenilen Güçte Elektrik Üreten Elektrik Üreteci: Bu çalışma ile, daha çevreci, daha ekonomik, daha uzun ömürlü, geri dönüşümü mümkün elektrik enerjisi üreten bir pil ortaya çıkarılmıştır. Tıpkı bir kalem pil ve akü gibi özellik göstermektedir. LED lamba, duvar saati, hesap makinesi vb. elektrikli aletleri çalıştırmakta ve akü, kondansatör, eski tip tuşlu ve android cep telefonlarını şarj etmektedir.
7. YTY-80 Laboratuvar Boyama Cihazı: Vücut sıvılarının incelemelerini daha kolay yapabilmek ve daha net hücre görüntüleri elde etmek amacıyla boyama işlemine tabi tutulmaktadır. Cihaz tüm sıvı analizlerinde kullanılabilir. Hematoloji laboratuvarında kullanılan kan boyama işlemi için geliştirilen ve hâlihazırda Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde kullanılan cihaz ile numune boyama hızı oldukça artmakta ve mikroskop altında incelemeler daha kolay olabilmektedir.

Türkiye'de inovasyonu odak noktasına alarak üreten ve geliştiren bir kültür yaratma hedefi doğrultusunda "Liselerde Yapay Zekâ ve İnovasyon Eğitimleri"ne eğitime ilişkin çalışmalara 2019 yılında yeni açılımlar eklenerek devam edilmiştir. İnovaTİM üniversite öğrencileri ile 2018 - 2019 eğitim-öğretim döneminde "Liselerde Yapay Zekâ ve İnovasyon Eğitimi" projesinin ilki 32 il 207 lise ve 9824 lise öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. İnovasyon ve robotik konu başlıklarında eğitici eğitimi alan İnovaTİM üniversite öğrencileri tarafından 10 haftalık müfredat ile lise öğrencilerine inovasyon ve robotik konuları anlatılmış, üniversite hayatı ve bölümleri hakkında bilgiler verilmiştir. Eğitimlerin akabinde ise, 2020 yılı itibari ile verilecek robotik eğitimlerinde görüntü işleme başlığının içeriğinde kullanılmak üzere; renklere göre ileri-geri hareket etme, nesnelere ayırt ederek tanımlama ve engelle karşılaştığında durarak yön değiştirme görevlerini gerçekleştiren bir robot geliştirilmiştir.

1.3.2.2. Tasarım ve Marka Odaklı Çalışmalar

Türk tasarımını markalaştırıp, düşünsel ve kültürel bir neslin oluşması hedefiyle dört yıldan bu yana düzenlenen Türkiye Tasarım Haftası 2019 yılında, Dünyadaki örnekleri ile yarışır nitelikte etkinliklere imza atarak ulusal ve uluslararası ölçekte ekosistemin önemli paydaşlarını bir araya getirmiştir. Devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı olan Turquality ve Marka Destek programından faydalanan firma sayısı ise 2019 yılında artmış, Turquality Otomasyon Sistemi, Ticaret Bakanlığı Destek Yönetim Sistemi projesi altında yeniden tasarlanmıştır. Türkiye Tasarım Haftası, Turquality ve Marka Destek Programı başta olmak üzere TİM bünyesindeki özgün programlar ile ülke sahinde tasarım, marka odağında iddialı çalışmalara imza atılmıştır.





Türkiye Tasarım Haftası

Her yıl Kasım ayında düzenlenen ve dördüncüsü 14-17 Kasım 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olan Türkiye'nin en önemli tasarım organizasyonlarından Türkiye Tasarım Haftası'nın (Design Week Turkey) temel amacı; Türk tasarımını markalaştırıp, düşünsel ve kültürel bir neslin oluşmasına katkı sağlayarak tasarımın sanayi ve ihracatla buluşmasını sağlamak ve yaratılan katma değer ile Türk ekonomisine yeni bir ivme kazandırmaktır.

Türkiye Tasarım Haftası, endüstriyel tasarım, moda, görsel iletişim tasarımı ve mimari gibi birçok alanda dünyaca ünlü isimlerin panel ve konferanslarıyla gerçekleştirilmektedir. Tasarımcıların, yerli ve yabancı tasarım ofislerinin, sanatçıların, üniversitelerin,



tasarım okul ve platformlarının sergileri de etkinliğe özel olarak hazırlanmış enstalasyonlar olarak yer almaktadır.

İhracatçı Birliklerinin farklı konu başlıklarında gerçekleştirdikleri tasarım yarışmalarının finalistlerinin ürün ve projeleri sergilendiği gibi etkinlik kapsamında dünyanın saygın tasarım yarışmalarında ödül kazanan tasarım merkezleri ve tasarım ofislerinin ulusal/uluslararası projeleri de katılımcıların dikkatine sunulmaktadır. Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri Ödül Töreni de Türkiye Tasarım Haftası ile eş zamanlı düzenlenerek finale kalan tüm ürünler özel bir alanda sergilenmektedir.

14-17 Kasım 2019 tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezinde gerçekleşen Türkiye Tasarım Haftası; tasarımcılar, sanayiciler, ihracatçılar ve öğrencilerin yoğun ilgisi ile düzenlenmiştir. 34 panel ve konferans, 100'den fazla konuşmacı, 53 sergi, enstalasyon ve atölye çalışmasında 150'nin üzerinde tasarımcıyı buluşturan etkinlik kapsamında 4 günde 61.382 ziyaretçi ağırlanmıştır.

TURQUALITY® ve Marka Destek Programı

Devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı TURQUALITY®, Türkiye'nin rekabet avantajını elinde bulundurduğu ve markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarına sahip firmaların, uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla global bir oyuncu olabilmeleri ve bu markalar aracılığıyla olumlu Türk malı imajı sağlanması amacıyla oluşturulmuştur.

2019 yılı sonu itibarıyla 2006/4 sayılı tebliğ kapsamında 168 firmanın 179 markası Turquality Destek Programı'ndan, 109 firmanın 110 markası Marka Destek Programı'ndan faydalanmak üzere programda yer alırken; 2015/9 sayılı karar kapsamında ise 20 firmanın 21 markası Turquality Destek Programı'nda, 16 firmanın 16 markası Marka Destek Programı'ndan faydalanmak üzere yer almıştır.

Koç, Sabancı, Bilkent ve İstanbul Üniversiteleri ile yürütülen Turquality Yönetici Geliştirme Programı'nın 16. dönemi Mayıs 2019'de tamamlanmış ve bunun sonucunda toplamda 1383 yönetici bu eğitimin sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Turquality Otomasyon Sistemi, Ticaret Bakanlığı Destek Yönetim Sistemi projesi altında yeniden tasarlanmıştır.

1.3.2.3. Girişimcilik Odaklı Çalışmalar

Türkiye'nin en kapsamlı ve yaygın girişimcilik programı TİM- TEB Girişim Evleri, 2019 yılında 221 girişimciye kuluçka, hızlandırma ve büyüme programları ile destek vermiştir. Girişimciler 2019 yılında 50 milyon doları aşkın ihracat rakamına ulaşmıştır. 2019 yılında TİM tarihinde ve ülke ölçeğinde bir ilke imza atılmış ve bugüne kadar 935'i aşkın teknoloji odaklı girişimciye destek veren TİM-TEB Girişim Evleri "Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödülleri" kapsamında özel ödüle layık görülmüştür. TİM Kadın Konseyi bünyesinde T.C. Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Sayın Emine Erdoğan Hanımefendi'nin himayelerindeki "Sıfır Atık" projesi Çevre ve Şehircilik Bakanlığı koordinasyonunda hayata geçirilmiş ve uygulamalarla desteklenmiştir. Kadın Konseyi bünyesindeki Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi ise Küresel Girişimcilik Kongresi, Avrupa Eğitim Vakfı gibi uluslararası ölçekteki çalışmalarda yakın iş birliğine girmiştir.

TİM-TEB Girişim Evleri

2019 yılında, İstanbul, İzmir, Denizli, Gaziantep, Edirne, Bursa, Konya, Mersin, Trabzon ve Erzurum olmak üzere 10 farklı ilde faaliyet gösteren TİM TEB Girişim Evleri kurulan teknoloji şirketlerinin sürdürülebilirliğini ve hızla büyümesini sağlamaya yönelik inkübasyon, (kuluçka) hızlandırma ve büyüme aşamalarındaki özgün programları ile ekosisteme yön

vermektedir. Bugüne kadar 935 teknoloji odaklı girişimciye destek verilmiş, 5.000'e yakın öğrenci programlara katılmıştır. TİM-TEB Girişim Evleri ekosistemdeki büyük kapasitesi ve tüm taraflarla olan güçlü ilişkileri sonucunda hem kamu hem de özel yatırım gruplarıyla girişimcileri en geniş biçimde buluşturmaktadır. Bu çalışmalar sonucunda kuruluşundan bu yana girişimcilerimiz kamu fonlarından 131 Milyon TL, özel yatırım kuruluşlarından 209 Milyon TL olmak üzere toplam 340 Milyon TL seviyesinde yatırım almayı başarmıştır. Ayrıca 2019 yılında toplam 50 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir. TİM-TEB Girişim Evi programlarında yer almış girişimler bugüne kadar 7.200'ün üzerinde kişiyi istihdam etmiştir.

TİM-TEB Girişim Evleri olarak, 2019 yılında ülkemiz adına girişimcilik alanında uluslararası bir başarı elde edilmiştir. Avrupa Komisyonu tarafından, 25-27 Kasım tarihlerinde Finlandiya- Helsinki'de düzenlenen "SME Assembly 2019" etkinlikleri kapsamındaki "Avrupa Girişimciliği Teşvik Ödül Töreninde" ülkemizden ulusal şampiyon olarak seçilen TİM-TEB Girişim Evleri, 29 farklı ülkenin, 290 ulusal irtibat noktasından alınan projeler arasından özel ödül olarak, ülkemizi uluslararası arenada başarıyla temsil etmiştir. AB ülkelerinin politika yapıcı ve kanaat önderleri başta olmak üzere girişimcilik ekosisteminin önemli paydaşlarının yer aldığı bu anlamlı ödül töreninde, ülkemiz adına ilk defa alınan bu özel ödül ile, ülkemizin bayrağı gururla dalgalandırılmıştır.

2018 yılında başlatılan Startup Kurumsal İşbirliği programları kapsamında 2019 yılında 14 etkinlik gerçekleştirilmiştir. Bu etkinliklere 61 kurumsal firma ile 92 girişimci katılmıştır. Ayrıca, Teknoday, Demoday etkinlikleri ile girişimcilerimiz birçok yatırımcı ve kurumsal firma ile buluşturulmuş, TİM Yönetim Kurulu üyeleri ile girişimcilerimizin katılımıyla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, girişimcilerimiz 30 Ocak 2019'da TİM Yönetim Kurulu üyelerine, kadın girişimcilerimiz ise 25 Ekim 2019'da ise TİM Kadın Konseyi üyelerimize sunum yaparak olası işbirliği imkânları değerlendirilmiştir.

TİM-TEB Girişim Evleri girişimcilik ekosisteminde ihracata dönük çabaların da lideri konumundadır. Girişimcilerin ve teknoloji firmalarının ihracata yönelmeleri ve ihracat rakamlarını artırmaları için Global Up programı ve Uygulamalı Dış Ticaret



BÖLÜM 1

Eğitim programı geliştirilmiştir. 9 ilde uygulanan bu programlara 2019 yılında toplam 79 girişim katılmıştır. TİM-TEB Girişim Evleri'nden mezun girişimlerden 2019 sonu itibarı ile 130 firma ihracat yapmış durumdadır. TİM-TEB Girişim Evleri girişimci hedef kitlesi yanında İhracatçı Birlikleri'nde yer alan katma değerli teknolojik ürün ihracatı yapan firmalara yönelik eğitimler de uygulamaktadır. Bugüne kadar 57 adet eğitime 2.089 ihracatçı firma katılmıştır. Ülkemizde girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde devlet desteklerinin büyük önemi bulunmaktadır. TİM-TEB Girişim Evleri yaygın yapısıyla Anadolu'nun birçok noktasından girişimcilik ile ilgili destekler için başvuru toplamaktadır. Bugüne kadar 78 ilden 3.466 başvuru alınmıştır.

2015 yılından bu yana Uygulayıcı Kuruluş olarak yer aldığımız TÜBİTAK BİGG Programı kapsamında ise, bugüne kadar 16 farklı ilden toplam 80 girişimcinin yaklaşık 13 Milyon TL fon sağlamasına katkıda bulunulmuştur. 2019 yılı 1.Çağrı döneminde ise, TÜBİTAK'a gönderilen 20 girişimci adayından 3'ü Denizli, 2'si İstanbul, 2'i Konya, 1'i Trabzon ve 1'i Ankara olmak üzere toplamda 9 TİM-TEB Girişim Evi girişimcisi 200.000 TL üst limitli geri ödemesiz sermaye desteği kazanmıştır. Yıllar bazında BİGG desteklerinden girişimcileri yararlandırma verilerine göre ise; TİM-TEB Girişim Evi, 2015 yılında 17 uygulayıcı kuruluş arasından 4., 2017 yılında 20 kuruluş arasından 2., 2018 yılı 1. döneminde 30 kuruluş arasından 3., 2018 yılı 2. döneminde 30 kuruluş arasından 4. sırada ve 2019 yılı 1. döneminde 30 uygulayıcı kuruluş arasında 4. sırada yer almıştır.



TİM Kadın Konseyi

TİM Kadın Konseyi bünyesinde 9 farklı çalışma alanında faaliyet göstermek üzere TİM Kadın Konseyi Komiteleri oluşturulmuştur. Bu komiteler; Girişimcilik ve İnovasyon Komitesi, Uluslararası İlişkiler Komitesi, Kurumsal İletişim Komitesi, Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Komitesi, Eğitim ve Mentorluk Komitesi, Dijital İletişim Komitesi, Mali ve Finansal İşler Komitesi, İstihdam ve İnsan Kaynakları Komitesi, Toplumsal Farkındalık ve İklim Çalışmaları Komitesi'dir. Komite başkan yardımcıları yıl içerisinde belirli aralıklarla toplantı gerçekleştirerek yapılacak olan faaliyetlere ilişkin görüş alışverişinde bulunmaktadır.

2019 yılında Sıfır Atık Projesi kapsamında Dış Ticaret Kompleksi bünyesinde geri dönüşüm üniteleri konumlandırılmış ve yaklaşık 700 personele "Sıfır Atık Bilinçlendirme ve Farkındalık Eğitimleri" verilmiştir. 2020 yılı içerisinde Sıfır Atık Belgesi başvuru için gerekli çalışmalar yapılmaya devam edilecektir.

TİM Kadın Konseyi, 2019 yılında ticari ilişkileri geliştirmek ve kadın girişimcilere yeni ihracat fırsatları yaratmak için Hollanda'ya bir ticaret heyeti gerçekleştirmiş, Amsterdam ve Rotterdam kentlerinde temaslarda bulunmuştur. Otomotiv, makine, demir,

çelik, mobilya gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren Hollandalı 156 firmanın temsilcileriyle ikili iş görüşmesi gerçekleştirilen heyette ayrıca Deventer Başkonsolosu Tuna Yücel Modrak ve Rotterdam Ticaret Ataşesi Tarık Gençosmanoğlu katılımlarıyla Avrupa'nın en önemli limanı olan Rotterdam Limanı'na inceleme gezisi düzenlenmiştir. Türk-Hollanda ortak yatırımı özelliğini taşıyan Rotterdam'da dünyanın 7 ayrı ülkesindeki ofisleriyle satış faaliyetleri sürdüren Arkem Kimya'nın RBF tesislerine inceleme ziyareti gerçekleştirilmiştir. Arkem Kimya Avrupa Bölgesi Genel Müdürü Hakan Açı, Arkem Kimya Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tezel Kökdemir ve Tesis Genel Müdürü Dave Van Kampen tarafından 52 bin metrekare kapalı alana sahip Hollanda'nın en yeni ve en gelişmiş Kimya Sektörü dolun ve lojistik merkezi özelliğinde olan yeni yatırıma ilişkin TİM Kadın Konseyi üyelerine bilgilendirme sunumu gerçekleştirilmiştir.

European Training Foundation (ETF-Avrupa Eğitim Vakfı) Türkiye ve Sırbistan Direktörü Lita Kita ve TİM-TEB Girişim Evleri girişimcilerinin katılımları ile Demoday düzenlenmiştir. Ticaret Bakanlığı Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Daire Başkanı Özge Akkız'ın da katılım sağladığı TİM-TEB Girişim Evi kadın girişimcilerinin projelerini sunduğu toplantıda, girişimcilere verilen destekler ve yapılabilecek iş birlikleri üzerinde durulmuştur.

TİM Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından, TİM Kadın Konseyinin koordinasyonunda yürütülmekte olan “İhracatta Sürdürülebilirlik ve Sıfır Atık Projesi” kapsamında geniş kapsamlı bir “Sürdürülebilirlik Raporu” hazırlanmıştır. Rapor; sektörler ve firmalarda farkındalık yaratılması, farkındalığın artırılması ve sürdürülebilirlik koşullarına uyum sağlanması için gerekli eylemlerin ortaya konulması, sektörler ve firmaların sürdürülebilirlik alanındaki uyum sürecinde kamudan ihtiyaçların belirlenmesi ve destek mekanizmaları için öneriler sunulması, 2020 yılından itibaren uygulanabilecek ürünlerde sürdürülebilirliğin bir etiket ile belgelendirilmesi için gerekli ekosisteme ilişkin öneriler yer almaktadır. Bu kapsamda, ihracatta sürdürülebilirlik çalışmalarının yol haritalarının belirlenebilmesi için İhracatçı Birlikleri tarafından gerçekleştirilen/gerçekleşmesi planlanan Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Faaliyetleri’ne yönelik bir envanter çalışması yapılmıştır.

1.3.3. TİM Bünyesinde İhracat Hacmini Geliştirmeye Yönelik Yürütülen Çalışmalar

TİM bünyesinde ihracatın hacmini geliştirmeye yönelik yürütülen geniş kapsamlı ve çeşitli araştırma ve paylaşım faaliyetlerinin yanı sıra ihracat sorunlarının takibine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, her ayın ilk haftasında kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla düzenlenen ihracat rakam açıklaması basın toplantıları ve yıl içerisinde yayınlanan muhtelif rapor ve ülke analiz çalışmalarından ihracatçı sorunlarının çözümüne yönelik yürütülen kapsamlı çalışmalara dek çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmiştir.

1.3.3.1. Araştırma ve Paylaşım Faaliyetleri

Araştırma ve Paylaşım Faaliyetleri kapsamında; Aylık İhracat Rakam Açıklamaları, en çok ihracat gerçekleştiren ilk 1000 firmayı belirlemeye yönelik İlk 1000 İhracatçı Firma Araştırması gerçekleştirilirken, ihracatçıları hedef ülkeler konusunda bilgilendirmek için Hedef Ülke Raporları hazırlanmış, Türkiye İhracat Stratejisi 2023 ve Eylem Planı gerçekleştirmeleri konusunda koordinasyon sağlanmış ve İhracat ve ekonomi ile ilgili tüm gelişmeleri her ay yakından analiz eden “TİM Report” ve “The Turkish Perspective” dergileri aylık olarak kamuoyu ile paylaşılmaya devam edilmiştir.

Aylık İhracat Rakam Açıklamaları

TİM tarafından her ayın ilk haftasında kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla düzenlenen ihracat rakam açıklaması basın toplantıları, 2019 yılında aralarında Ankara, Mersin, Denizli, Antalya, Sivas ve İstanbul’un yer aldığı farklı illerde gerçekleştirilmiştir.

Ticaret Bakanlığı başta olmak üzere ilgili Bakanlıklar ve Bakanlık temsilcileri, basın mensupları, Eximbank, il protokolü, üst düzey bürokratlar, ihracatçı birlikleri, iş insanları ve firma temsilcileri “İhracat Rakam Açıklaması Basın Toplantıları”na katılım sağlamış, bu sayede illerin ihracatına ilişkin kamuoyunda farkındalık oluşturulmuş ve firmalar ödüllendirilerek ihracata teşvik edilmiştir.

İlk 1000 İhracatçı Firma Araştırması

Türkiye’nin 2019 yılında en çok ihracat gerçekleştiren firmalarını içeren “Türkiye’nin İlk 1000 İhracatçısı” araştırması, Şubat – Mayıs ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçları ile Türkiye geneli sıralamasında ilk 10 firma ile sektörlerinde dereceye giren firmalara ödülleri 16

Haziran 2019 tarihinde gerçekleştirilen TİM Genel Kurulu’nda Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan tarafından takdim edilmiştir. Türkiye’nin İlk 1000 İhracatçısı araştırma sonuçları TİM web sitesinde paylaşılmıştır.

Hedef Ülke Raporları

2019 yılında, “İhracat 2019 Raporu” ile ihracatçıyı bilgilendirme çalışmalarına ağırlık verilmeye başlanmış, raporlara hedef ülkeler özelinde devam edilmiştir. Yıl boyunca, ABD, Arjantin, Güney Kore, İtalya, Çekya-Polonya, Ürdün, İspanya, İsviçre ve Kırgızistan’a dair 9 ülke raporu kamuoyunun bilgisine sunulmuştur. 2020 yılında da, her ay iki ülke için söz konusu raporların hazırlanması hedeflenmektedir.

2023 İhracat Stratejisi ve Proje Takibi

Türkiye İhracat Stratejisi 2023 ve Eylem Planı, Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda İhracatçı Birlikleri ile birlikte yıl boyunca takip edilmiştir. Makro eylem planı kapsamında, her 3 ayda bir Ticaret Bakanlığı’na TİM’in sorumlu olduğu eylem maddelerine yönelik gelişmeler ve gelecek dönemde yapılması planlanan faaliyetler raporlanmıştır.

Kurumsal Yayınlar: “TİMReport” ve “The Turkish Perspective” Dergileri

İhracat ve ekonomi ile ilgili tüm gelişmeleri her ay yakından analiz eden “TİMReport” dergisi, 2019 yılında aylık 5 bin adet basılmış, ihracatçı firmalar başta olmak üzere ihracata hizmet veren ekosistemin tüm paydaşları, kamu kuruluşları, siyasi karar mekanizmaları, ekonomik ve ticari örgütlerden oluşan binlerce abone ile paylaşılmıştır.

Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi ve THY’nin Business Class yolcularına özel olarak İngilizce hazırlanan “The Turkish Perspective” Dergisi, 2019 yılında aylık 20 bin adet basılmıştır. Türkiye’deki ihracatçı sektörlerin potansiyellerinin, Türkiye’deki yatırım imkânlarının ve son ekonomik gelişmelerin yer aldığı dergi bu alanlardaki gelişmeleri yurt dışındaki karar vericilerle buluşturmuştur.

1.3.3.2. İhracat Sorunlarının Takibi

İhracat Sorunlarının Takibi kapsamında altyapı, dâhilde işleme rejimi, devlet yardımları, finansman, gümrük işlemleri, istihdam ve işgücü piyasaları, vergi uygulamaları, milli üretim ve yatırım teşvikleri gibi ihracatçının birçok başlıktaki önemli sorunu çözülmüştür. Bu kapsamda, söz konusu sorunların TİM’e kolaylıkla iletilmesi için oluşturulan Sektör Masaları ile ihracatçıların doğrudan TİM’e erişimi sağlanmıştır. Mevzuat değişiklikleri takip edilirken sorunların çözümüne yönelik Delegele Çalıştayları ve Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantıları gerçekleştirilmiştir.

2019 Yılında Hükümete Önerilerimiz ve Kabul Edilen/ Uygulanan Başlıklar

2019 yılında altyapı, dâhilde işleme rejimi, devlet yardımları, finansman, gümrük işlemleri, istihdam ve işgücü piyasaları, vergi uygulamaları, milli üretim ve yatırım teşvikleri gibi alanlarda ihracatçının birçok sorunu çözülmüştür. Bu kapsamda yapılan düzenlemelerden bazıları şunlardır:

- Banka ve sigorta muameleleri vergisi oranı; sanayi sicil belgesini haiz işletmelere ve İhracatçı Birliklerine üye olan

ihracatçılara yapılan kambiyo satışlarında sıfır olarak uygulanması

- Geçici depolama yerinden ihracat genelgesi yayınlanması, Atatürk Havalimanında geçici depolama yeri açılması
- Varış öncesi gümrük işlemleri uygulamalarının hayata geçirilmesi
- Kâğıtsız ihracat döneminin başlaması
- Ham kürk ve deriler ile ihraç edilen araçlardaki ilk dolum akaryakıtında ÖTV'nin sıfırlanması
- Tek pencere sisteminin hayata geçirilmesi
- Vergiye uyumlu mükelleflere vergi indirimi
- Dâhilde işleme izin belgeleri/dâhilde işleme izinlerine ilişkin ek süre tanınması
- Daha önceden sadece kâğıt ortamında düzenlenebilen gümrük idarelerince kabul edilen teminat mektupları geliştirilen sistem sayesinde elektronik ortamda kabul edilebilmesi
- Hususi damgalı pasaport tahsisi için ilgili her takvim yılında ihracat yapma şartının kaldırılarak firmaların son 3 takvim yılındaki ortalama ihracat tutarının baz alınması
- KGF kefaletiyle kullanılan kredilerde, başlangıç tarihinden itibaren işletme kredilerinde 96 ay, yatırım kredilerinde ise 156 ayı aşmamak kaydıyla yeniden yapılandırma getirilmesi
- Kefalet limitlerinin yeniden belirlenmesiyle KOBİ'ler için 12 milyon TL olan üst limitin 25 milyon TL'ye çıkarılması
- C şekeri satış fiyatının belirlenmesinde Londra Borsası fiyatlarının baz alınması uygulamasına son verilmesi ile tedarikçi şirketlere, dünyanın başlıca borsalarında oluşan beyaz şeker fiyatları da dikkate alınarak serbestçe fiyat belirleme yetkisi verilmesi
- Yatırım teşvik belgesine konu finansal kiralama işlemlerinde makine ve teçhizat için aranan asgari tutar yatırımlarda bölge ayrımına gidilmesi ve her bir finansal kiralama şirketi için 1., 2., 3. ve 4. bölgelerde asgari beş yüz bin Türk Lirasına, 5. ve 6. bölgelerde ise asgari üç yüz bin Türk Lirasına yükseltilmesi
- Bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında yapılacak yatırımlarda proje bazında sağlanacak faiz desteği tutarları 3., 4., 5. ve 6. bölgelerde sırasıyla 1 milyon, 1,2 milyon, 1,4 milyon ve 1,8 milyon Türk Lirası olarak değiştirilmesi
- Sigorta primi işveren hissesi desteğine ilişkin yatırım süresi ve sözleşmesi devam eden yatırımlar da dâhil olmak üzere Savunma Sanayii Müsteşarlığı ile imzalanan sözleşmeye istinaden gerçekleştirilecek projelerde istihdam edilen işçiler için ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmına verilen destek yatırıma başlama tarihinden itibaren sözleşme süresi sonuna kadar uygulanması
- Kuyumculuk sektöründe işleri canlandırmak adına işçilik gerektiren ziynet, takı ve mücevherat ürünlerinde kredi kartına 4 taksit imkânı getirecek düzenleme yapılması
- Çelik sektöründe iç piyasayı bozan ithalatın engellenmesi kapsamında maden-metal işkolunda 35 adet dâmpinge karşı kesin önlem yürürlüğe konulması, inşaat demirinin gümrük vergisinin sıfırdan yüzde 10'a çıkarılması
- Hızlı kargo yoluyla en fazla 5 taşıma senedi muhteviyatı eşyanın ithal edilebilmesi yönündeki sınırlamanın tüzel kişiler (şirketler) için kaldırılması
- Hazır giyim, deri ve deri mamullerinde ikinci el makinaların taşınmasına destek verilmesi

- Otomobil üretimine yönelik yatırımlarda gümrük vergisi muafiyeti
- Hamzabeyli gümrük kapısına yönlendirme kararının gözden geçirilmesi
- Yeni makine ve teçhizat teslimlerine ilişkin KDV istisnasının 31 Aralık 2022'ye kadar uzatılması
- İhracat yapan firmanın bir yetkilisine yeşil pasaport verilmesi için öngörülen yıllık 1 milyon dolar ihracat alt kriteri 500 bin dolara indirilmesi
- İhracatçıların hususi damgalı pasaporttan faydalanma süresin 2 yıldan 4 yıla çıkarılması
- Numunelik eşya ve modeller ile inceleme, analiz veya test amaçlı olarak serbest dolaşıma sokulan eşyanın gümrük vergilerinden muaf hale gelmesi
- Yumurta, balık ve mobilyada KDV indirimi
- Döviz üzerinden yapılacağı beyan edilen ihracatın karşılığında farklı bir döviz cinsi veya Türk parası üzerinden yapılacağı beyan edilen dış satımın karşılığında döviz getirilmesine izin verilmesi
- İhracat bedellerinde 180 gün sınırının esnetilmesi
- İhracatçı tarafından getirilen dövizin bankaya bozdurma şartının kaldırılması
- Gürcistan'a satılan çimentonun gümrüklü sahada bekletilmesi sorunun çözülmesi
- Eximbank döviz kredilerinde faiz indirimi yapılması
- Destek yönetim sisteminin hayata geçirilmesi
- Eximbank marka kredisinde vade uzatımı
- KOBİ'lere ve yüksek teknolojlü ürün ihracatçılarına kullanılan TL kredilerindeki faiz indirimi
- Fındığın kalitesi ve verimini arttırmak için çalışmalar yapılması
- Kuzey Irak yönetimi ile Irak merkezi hükümetinin ayrı ayrı vergi uygulamasının sonlandırılması

Mevzuat Değişikliklerinin Takibi

Yıl boyunca ihracat odaklı aşağıdaki öne çıkan mevzuat değişiklikleri takip edilmiştir:

- 14 Mart tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Ekskavatör paletleri ithalatında gözetim uygulamasını içeren "İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ"
- 12 Nisan tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "İthalatta Laminant Parke Ürününe Yönelik Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ"
- 19 Nisan tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "İmperteks Kumaş İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar"
- 7 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Sentetik Filament İplikleri İle Sentetik veya Suni Devamsız Liflerden Dokunmuş Mensucat İthalatında Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ"
- 7 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Çelik İthalatında Korunma Önlemine İlişkin Tebliğ"
- 10 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Deri Sektöründe DFİF Kesintisi Değişikliğine Dair Karar"
- 10 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi Hakkında İthalat Rejimi Kararı"
- 15 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "4458 Sayılı Gümrük Kanununun Uygulanması Hakkında Kararda Yapılan Değişiklikler"
- 15 Mayıs tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan "Banka

ve Sigorta Muameleleri Vergisi Nispetlerinin Tespitinde Değişiklikler”

- 22 Mayıs tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Amerika Birleşik Devletleri Menşeli Bazı Ürünlerin İthalatında Ek Mali Yükümlülük Uygulanmasına Dair Karar”
- 17 Haziran tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi Nispetlerinin Tespiti Hakkındaki Bakanlar Kurulu Kararı’na Ek Karar”
- 12 Temmuz 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Sıfır Atık Yönetmeliği”
- 23 Temmuz 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Gümrük Genel Tebliği (Posta ve Hızlı Kargo Taşımacılığı) (Seri No:4)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No:7)”
- 25 Temmuz 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “4458 Sayılı Gümrük Kanununun Bazı Maddelerinin Uygulanması Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı:1361)” ve “İthalat Rejimi Kararına Ek Karar (Karar Sayısı: 1362)”
- 27 Temmuz 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Gemi Boya Yönetmeliği”
- 6 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Endüstri Bölgeleri Yönetmeliği”
- 7 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 1402)” ve “Yatırımlarda Proje Bazlı Devlet Yardımı Verilmesine İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı: 1403)”
- 9 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Diğer Canlı Bitkiler, Çelikler, Daldırmalar ve Süs Amacına Uygun Kesme Çiçeklerin İthalatının Kayda Alınmasına Yönelik Gözetime Tabi Tutulmasına Dair Tebliğ”
- 20 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Tekstil-Konfeksiyon-Deri Ürünleri İthalatında Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ”
- 22 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Diğerleri” Kategorisindeki Ayçiçeği Tohumu ve Kosova Menşeli Ürünlerde Gümrük Vergisi Düzenlemeleri - İthalat Rejimi Kararına Ek Karar”
- 31 Ağustos 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karara İlişkin Tebliğ (İhracat Bedelleri Hakkında) (Tebliğ No: 2018-32/48)’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ(Tebliğ No:2019-32/55)”
- 3 Eylül 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “LED Ampuller, Plastik Torbalar ve Tekerlekli-Diğer Oyuncak İthalatının Kayda Alınmasına Yönelik Gözetime Tabi Tutulmasına Dair Tebliğ”
- 18 Eylül 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı Uygulama Esasları Tebliğ” ve “Öncelikli Ürün Listesi Tebliği”
- 25 Eylül 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Bazı Tekstil Ürünleri İthalatında Açılan Tarife Kontenjanlarını düzenleyen “İthalatta Kota ve Tarife Kontenjanı İdaresine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2019/6)”
- 18 Ekim 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Bazı özel dokunmuş mensucat, dantela, işlemelerin ithalatında ilave gümrük vergisi hakkında İthalat Rejimi Kararına Ek Karar” (Karar Sayısı: 1665)
- 22 Ekim 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Naylon veya Diğer Poliamidlerden İpliklerin İthalatında Korunma

Önlemi Uygulanmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 1676)” ve “Dış Fırçası İthalatında Korunma Önlemi Uygulanmasına İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar (Karar Sayısı:1675)”

- 24 Ekim 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “2019 Yılında Yapılacak Tarım Desteklemelere İlişkin Karar (Karar Sayısı:1691)
- 7 Kasım 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “7190 Gümrük Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun”
- 9 Kasım 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Bitkisel Üretime Destekleme Ödemesi Yapılmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No 2019/46)”
- 22 Kasım 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Su Ürünleri Yetiştiriciliği Destekleme Tebliği (Tebliğ No: 2019/56)” ve “Su Ürünleri Yetiştiriciliği Kapsamında Hastalıktan Ari Alabalık Kuluçkahanelerinde Damızlık Alabalık Desteğine İlişkin Tebliği (Tebliğ No:2019/57)”
- 28 Kasım 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Dâhilde İşleme Rejimi Tebliği (İhracat:2006/12)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (İhracat: 2019/8)”
- 3 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Ticaret Bakanlığı Destek Yönetim Sistemine İlişkin Uygulama Tebliği (İhracat: 2019/7)
- 12 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Bazı forkliftler, kaldırma, istifleme tertibatlı şaryolar ithalatında ilave gümrük vergisi hakkında İthalat Rejimi Kararına Ek Karar” (Karar Sayısı: 1822)
- 24 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan yeni makine ve teçhizat teslimlerine ilişkin KDV istisnasını düzenleyen “Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”
- 28 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Yatırımlarda Proje Bazlı Devlet Yardımı Verilmesine İlişkin Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (2019/1)”
- 30 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “İthalat Denetim Tebliğleri”

Sektör Sorunlarının Takibi ve Sektör Odaklı Çalışmalar

27 farklı ihracatçı sektörün temsilcisi TİM, ihracatçı birliklerinin bünyesinde oluşturulan sektör kurullarında güncel hususların takibi, sorunları tespiti ve gelecek döneme ilişkin stratejilerin geliştirilmesi konularında çalışmalarına yoğun bir şekilde devam etmiştir. Bu kapsamda ihracatçıların kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerine ilerlemesi noktasında ihracata engel teşkil eden hususların tespit edilerek çözüme ulaştırılması için Bakanlıklar ve ilgili tüm kuruluşlarla ortak çalışmalar sürdürülmüştür. İhracatımızın teknolojik bileşimini ve katma değerini artırmak ve geliştirmek temel hedefiyle, tespit edilen 17 hedef ülke ve 5 hedef sektöre yönelik çalışmalar yürütülmüş, bu kapsamda Kimya, Elektrik-Elektronik, Otomotiv, Makine Sanayi Stratejisi Çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Sektör Masaları

2017 Haziran ayında hayata geçen Sektör Masaları; TİM çatısı altındaki 27 sektörde, ihracatçıların güncel ve mevzuata yönelik problemlerini ilgili bakanlıklara ve kuruluşlara iletip takibini gerçekleştirerek, gelişmelerden ihracatçıları haberdar etmektedir. Bu kapsamda 2019 yılında yazılı ve sözlü olarak iletilen yaklaşık 500 adet soru cevaplanmıştır.



Delegeler Çalıştayı

2019 Şubat ayında Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla, 2019 yılı Eylül ayında ise Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımlarıyla delegeler çalıştayı organize edilmiştir. Sanayi, tarım ve hizmet sektörlerimizde faaliyet gösteren sektörlerimizin sorunlarını doğrudan Sayın Bakanlarımıza ilettikleri çalıştaylarda ihracat artışı için atılması gereken adımlar ele alınmıştır.

INCOTERMS 2020 Bilgilendirme Semineri

Uluslararası Ticaret Odaları'nın (ICC-International Chamber of Commerce) yeniden revize ettiği ve 1 Ocak 2020 tarihinden itibaren yürürlüğe giren INCOTERMS 2020 kapsamındaki değişikliklere yönelik olarak ihracatçıların hazırlıklarını kolaylaştırmak amacıyla TİM ve TEB işbirliğinde INCOTERMS 2020 Bilgilendirme Semineri, 26 Kasım 2019 tarihinde ihracatçı firma temsilcilerinin katılımlarıyla Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilmiştir.

Basitleştirilmiş Gümrük Hattı (BGH)

Türkiye ile Rusya arasında oluşturulan ve Rusya'ya ihraç edilen eşyaya ilişkin bilgilerin iki ülkenin gümrük idareleri arasında elektronik yolla önceden değişimine dayanan sistem olan Basitleştirilmiş Gümrük Hattı (BGH) kapsamında, 2019 yılında 27.953 sevkiyata onay verilmiş, 365 milyon dolar ihracat yapılmıştır. Bugüne kadar ise toplam 93.039 sevkiyata onay verilmiş, 1,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Dolaşım ve Menşe İspat Belgeleri

70 ve 77 Seri Numaralı Gümrük Genel Tebliği ile 20.12.2014 tarihinde yapılan değişikliklerle TİM'e menşe şahadetnameleri ve dolaşım belgelerinin basımı, satışı, onayı yetkisi verilmiştir. Bu kapsamda, 2 Mart 2015 tarihinde söz konusu belgelerin basımına ve dağıtımına başlanmış olup, 2019 yılında 194.000 adet belge satışı yapıp 185.000 adet belge onaylanmıştır.

Bankalar ile İş Birliği Protokolleri

2019 yılı Ocak ayında Türk Ekonomi Bankası (TEB) ve TİM, ihracatçı firmaların finansman ihtiyacını karşılamak için iş birliği protokolü imzalamıştır. Nisan ayında ise, TİM ve ING Bank arasında ülke ekonomisinin en büyük destekçisi olan ihracatçılara katkı sağlanması amacıyla bir protokol anlaşması imzalanarak iş birliği yapılmıştır. Yapılan iş birlikleri kapsamında Türk ihracatçılarına önemli avantajlar sağlayan destek paketleri hayata geçirilmiştir.



1.3.3.3. Kamu Kurumlarında Yürütülen Çalışmalara Katkı

Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu, Ticaretin Kolaylaştırılması Kurulu, Vergi Konseyi, Mesleki Yeterlilik Kurumu, Helal Akreditasyon Kurumu, Türk Patent ve Marka Kurumu, Lojistik Koordinasyon Kurulu'nda temsilciler yer almakta, bu kurullar başta olmak üzere İhracat Ana Planı Çalışma toplantıları, Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi ve Brexit Çalışma Grubu Toplantıları, İmalat Sanayiinin Dijital Dönüşümü toplantısı, Türkiye Mekânsal Strateji Planı toplantılarına katılım sağlanarak 2019 yılında muhtelif konularda TİM'in görüşleri bildirilmiştir.

Kamu Kurumları İle Yürütülen Çalışmalar Kapsamında 2019 Yılında Katılım Sağlanan Muhtelif Toplantılar;

- 12 Şubat ve 17 Nisan 2019 tarihlerinde Türkiye - Pakistan Ekonomik Stratejik ve Ekonomik Çerçeve Eylem Planı Toplantıları
- 13 Şubat 2019 tarihinde 14. Lojistik Koordinasyon Kurulu Toplantısı
- 6 Nisan 2019 tarihinde UND Gümrük Çalıştayı
- 30 Nisan 2019 tarihinde 15. Lojistik Koordinasyon Kurulu Toplantısı
- 3 Mayıs 2019 tarihinde Elektronik Ticarete İstatistiki Veriler ve Elektronik Ticaret Bilgi Platformu Çalıştayı
- 15 Mayıs 2019 tarihinde Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay'ın Başkanlığında İhracat Ana Planı Çalışma Toplantısı
- 28 Mayıs 2019 tarihinde Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği Genel Müdür V. Hüsnü Dilemre'nin Başkanlığında 4. Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi ve Brexit Çalışma Grubu Toplantısı
- 11 Haziran 2019 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi Tarafından Düzenlenen İstanbul Finans Merkezi (İFM) Master Eylem Planı Toplantısı
- 18 Haziran 2019 tarihinde İmalat Sanayiinin Dijital Dönüşümü İkinci Arama Konferansı
- 24 Haziran ve 25 Eylül 2019 tarihlerinde İran Kapıları Eylem Planı Toplantısı
- 8 Temmuz 2019 tarihinde 16. Lojistik Koordinasyon Kurulu Toplantısı
- 18 Temmuz 2019 tarihinde KOBİ Politika Endeksi 2019 Tanıtım Toplantısı
- 31 Temmuz - 1 Ağustos 2019 tarihlerinde Nakit Ekonomisi Çalıştayı
- 21 Ağustos 2019 Tarihinde Güney Kore Tarım Ürünleri İhracatı Toplantısı
- 24-25 Ağustos 2019 tarihlerinde İzmir/Çeşme'de Düzenlenen Tarım Çalıştayı
- 29 Ağustos 2019 tarihinde Gümrüklerde Dijitalleşmeye Yönelik Yapılan Uygulamalar ve E-Ticaret Toplantısı
- 11 Eylül 2019 tarihinde 17. Lojistik Koordinasyon Kurulu Toplantısı
- 13 Eylül 2019 tarihinde Dünya Helal Zirvesi (Helal Expo) Hazırlık Toplantısı
- 16 Eylül 2019 tarihinde Brexit Kapsamında Türkiye- Birleşik Krallık İlişkileri Toplantısı
- 23 Eylül 2019 tarihinde Eximbank Kur Faiz Risk Toplantısı
- 26 Eylül ve 12 Aralık 2019 tarihlerinde gerçekleşen Havalimanı Ardiye Ücretleri Toplantısı
- 30 Eylül 2019 tarihinde AB Transit Geçişler Toplantısı
- 13-14 Nisan tarihlerinde Türkiye Mekânsal Strateji Planı'nın Hazırlanması Projesi Çalıştayı, 1 Ekim ve 25 Aralık 2019 tarihlerinde Mekânsal Strateji Planlama Üst Düzey Yönlendirme Toplantıları
- 14 Ekim 2019 tarihinde Uluslararası Standardizasyon Zirvesi
- 14 Ekim 2019 tarihinde AB Başkanlığı'nda Gerçekleştirilecek Olan AB İletişim Stratejisi Danışma, Yönlendirme ve Eşgüdüm Kurulu Toplantısı
- 5 Kasım 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı Davranışsal Kamu Politikaları Konferansı
- 5-7 Kasım 2019 tarihinde Kayıt Dışı Ekonominin Azaltılması Kapsamında Denetim Kapasitesinin Güçlendirilmesi Toplantısı
- 8 Kasım 2019 tarihinde Türkiye-Kazakistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) Teknik Komite Toplantısı
- 11 Kasım 2019 tarihinde Hızlı Kargo Toplantısı
- 18 Kasım 2019 tarihinde Kayıt Dışı Ekonominin Azaltılması Projesi Ulaştırma ve Lojistik Çalıştayı
- 21 Kasım 2019 tarihinde Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN'ın Himayelerinde Külliye'de Gerçekleştirilen 3. Tarım Orman Şurası
- 27 Kasım 2019 tarihinde Ticaret Bakanlığı - MEB İşbirliği Protokolü Değerlendirme Toplantısı
- 29 Kasım 2019 tarihinde gerçekleşen SPS Komite Toplantısı
- 1 Aralık 2019 tarihinde Ticaretin Kolaylaştırılması Teknik Komite Toplantısı
- 3 Aralık 2019 tarihinde COSME Türkiye İşletmelerin ve KOBİ'lerin Rekabet Edebilirliği Programı Açılış Konferansı
- 4 Aralık 2019 tarihinde Türkiye'de Etki Yatırımcılığı Çalışma Grubu Toplantısı
- 9 Aralık 2019 tarihinde Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası Karşılıklı Tanıma Anlaşmaları Toplantısı
- 9 Aralık 2019 tarihinde Akdeniz İçin Birlik Örgütü Ulaştırma Çalışmaları Toplantısı
- 16 Aralık 2019 tarihinde Türkiye-Türkmenistan Hükümetler Arası Ekonomik Komisyon (HEK) Toplantısı
- 18 Aralık 2019 tarihinde Standardizasyon Süreçlerine Sanayicimizin Katılımı Çalıştayı
- 18 Aralık 2019 tarihinde Gürcistan Kapıları Eylem Planı Toplantısı
- 20 Aralık 2019 tarihinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı On Birinci Kalkınma Planı Yol Haritası Toplantısı
- 25 Aralık 2019 tarihinde 18. Lojistik Koordinasyon Kurulu Toplantısı
- 25 Aralık 2019 tarihinde Helal Akreditasyon Kurumu (HAK) Danışma Kurulu Toplantısı
- 27 Aralık 2019 tarihinde E-İhracat Eylem Planı Koordinasyon Toplantısı

Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK) Toplantıları

- 30 Mayıs, 23 Ağustos, 22 Ekim ve 29 Kasım 2019 tarihlerinde YOİKK Ar-Ge, Katma Değerli Üretim ve Sertifikasyon Çalışma Grubu Toplantıları
- 27 Ağustos 2019 tarihinde YOİKK Vergi, Finansman ve Teşvikler Çalışma Grubu Toplantısı
- 9 Eylül 2019 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Külliye'de Gerçekleştirilen YOİKK Yatırım Ortamı Çerçeve Konular Çalışma Toplantısı
- 19 Eylül ve 27 Aralık 2019 tarihlerinde YOİKK Yönlendirme Kurulu Toplantıları

BÖLÜM 1

- 25 Kasım 2019 tarihinde YOİKK Ticaret Çalışma Grubu Toplantısı
- 29 Kasım ve 24 Aralık 2019 tarihlerinde YOİKK Sürdürülebilirlik Düzenleme Görev Gücü Toplantıları
- 27 Mayıs ve 23 Aralık 2019 tarihlerinde YOİKK Altyapı Çalışma Grubu Toplantıları

1.3.3.4. Dijital Dönüşüm Projeleri

TİM 2019 yılında İhracatta sürdürülebilirlik ve yenilikçilik mottosu ile ihracatta dijitalleşme çalışmalarına büyük bir hız verme kararı vermiştir. Bu doğrultuda TİM ve İhracatçı Birliklerinin dijital dönüşümü kapsamında dünyanın her yerinden TİM'e ulaşmanın kolaylaştırılması için TİM mobil uygulaması, ihracatçılara aktif destek verebilmek için Alo TİM Çağrı Merkezi, TİM ve İhracatçı Birliklerinin bilişim altyapısının, bilgi güvenliği standartlarına uygun hale getirilmesi kapsamında Siber-TİM ve KVKK'ya yönelik çalışmalar yürütülmüştür.

Dijitalleşme ve TİM Mobil Uygulaması

TİM ve İhracatçı Birliklerinin dijital dönüşümü kapsamında dünyanın her yerinden TİM'e ulaşmanın kolaylaştırılması için TİM mobil uygulaması kullanıma sunulmuştur. Mobil uygulamamız üzerinden İhracat Pusulası, İhracat destekleri, TİM araştırma raporları ve tüm dünyada düzenlenen fuarlar gibi birçok modüle erişim mevcuttur. Bu modüller ile ihracatçılar ilgili oldukları alanlardaki fuarlar hakkında bildirim alma seçeneği ile de güncel verileri takip edebilmektedir. Ek olarak Mobil TİM ile ihracatçılara, sorunlarını iletmeleri için yardım bileti oluşturma ve talep takibi uygulaması getirilmiştir. Ayrıca, web sitemizde olduğu gibi mobil uygulama üzerinden de TİM yapay zekâ asistanı geliştirilerek 7/24 destek hizmeti kullanıma sunulmuştur. Canlı destek hattı ile ihracatçılar sorularına yönelik cevaplara hızlıca yönlendirilmektedir. İhracatçı birliklerinin üyelik ve beyanname işlemleri için gerekli sorgulamaları yapabilmeleri adına da web ve mobil destek portalları güncellenmiş ve diğer teknolojilerle uyumlu hale getirilmiştir.

"ALO TİM" Çağrı Merkezi Uygulaması

2019 yılında "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" mottosu ile ihracatta dijitalleşme uygulamaları üzerinde çalışan Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından hayata geçirilen "Alo TİM" Çağrı Merkezi ile sağlanan aktif destek hattıyla ihracatçılar, TİM'e istedikleri yer ve zamanda ulaşarak sorunlarına pratik ve hızlı çözümler bulma imkânına kavuşmuşlardır.

Dijital Dönüşüm

Toplamda 13 Genel Sekreterlik, 61 İhracatçı Birlik bünyesindeki 90 bini aşkın ihracatçı firmanın tek çatı kuruluşu TİM bünyesinde, yeni rekorlara imza atabilmek ve teknolojik trendlerin kurum bazında takip edilmesi adına, Nisan 2019 tarihinde "Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi" kurulmuştur. TİM, bürokratik süreçlerin birbirine entegre sürdürülmesi kapsamında Cumhurbaşkanı Yardımcısı Fuat Oktay başkanlığında bürokrasinin azaltılması için nezdinde düzenlenen işişare toplantılarına katılım daveti alan ilk sivil toplum kuruluşu olmuştur. TİM Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi, Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından stratejik ortak ilan edilmiştir.

TİM Proje Dijital Dönüşüm Ofisi, TÜRSAT ve Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisinin ortak çalışması ile ihracatçılar, 2019 yılı itibarıyla birlik üyeliği sorgulama ve doğrulama işlemlerini e-Devlet uygulaması üzerinden de yapabilmektedir.

Siber-TİM ve KVKK

Bilgi güvenliği yönetim sistemine yönelik olarak 2019 yılında yapılan çalışmalarla TİM ve İhracatçı Birliklerinin bilişim altyapısının, bilgi güvenliği standartlarına uygun hale getirilmesi amaçlanarak gerçekleştirilen sinerji projesi kapsamında birlik işlem yöneticileri ile tüm sistemlerin analiz - zafiyet tespit ve sistem açıklarının kapatılması sağlanmıştır. Ayrıca bilgi güvenliğinin ve bütünlüğünün korunması, gizliliğinin sağlanması, erişilebilirliğinin korunması SİBER-TİM dönüşümü ile mümkün hale getirilmiştir. Olası siber saldırılara karşı sistem güvenliğinin sağlanması ve anında müdahale edilmesi için önlemler alınmıştır.

1.3.4. TİM Bünyesinde İhracat Farkındalığını Artırmaya ve Pazarı Geliştirmeye Yönelik Çalışmalar

TİM bünyesinde ihracat farkındalığını artırmaya ve pazarı geliştirmeye yönelik TTG ve TİM bünyesinde Algı ve Ticaret diplomasisi çalışmaları yürütülmüş, pazar geliştirme ve ürün algısı yükseltme çalışmaları, 22 farklı ülkeye 25 ticaret heyeti, 9 ülkeden 11 nitelikli alım heyeti ile yıl genelinde 91 ülkeden 2.500'ye yakın firmanın ülkemizde ağırlandığı alım heyetleri organize edilmiştir. Çin'de Expo 2019 Pekin ve İthalat Fuarı, Rusya'da ise Innoprom Sanayi Fuarı ile Türk ihraç ürünleri ile çıkarma yapılmıştır.

Algı ve Ticaret Diplomasisi Çalışmaları

Türkiye Tanıtım Grubu ve Türkiye Ticaret Merkezleri ile Türkiye'nin tanıtımına ve ihracatçıların yabancı pazarlardaki fiziksel varlığına ilişkin çalışmalar yürütülmüştür.

Türkiye Tanıtım Grubu (TTG)

2019 yılında "Hedef ve Öncelikli Ülkelerdeki İletişim Çalışmaları" kapsamında Çin'de Expo 2019 Pekin ve İthalat Fuarı, Rusya'da ise Innoprom Sanayi Fuarındaki Türkiye pavyonu ve "Turkish Tastes" stantlarının tasarım, ilgili sektörlerle proje desteği ve halkla ilişkiler, açık hava reklam ve dijital iletişim gibi tamamlayıcı iletişim çalışmaları ile sektörlerimizin tanıtımı desteklenmiştir. Küresel halkla ilişkiler (PR) faaliyetleri kapsamında 2019 yılında 10 ülkede; ABD, Almanya, Çin, Fransa, Hindistan, Birleşik Krallık, İtalya, Japonya, Rusya ve Meksika'da 1.551 haber yayınlanmıştır. Dijital İletişim çalışmaları kapsamında ise 120 ekonomi ve haber sitesinde 17 farklı sektör içeriği paylaşılarak 680 Milyondan fazla kişiye erişim sağlanmıştır. Toplamda 23 farklı yabancı sosyal medya fenomeniyle çalışılarak 140 milyondan fazla kişiye erişilmiştir.

Milli katılım fuarlarında Türkiye markası stantlarının yönetimi ve denetlenmesi kapsamında, 2019 yılı boyunca 58 ülkede 282 milli katılım fuarı için 58 Türkiye ve 7 "Turkish Tastes" standı kurulmuş, 20.000'den fazla Türkiye markalı promosyon ürün dağıtılmıştır. Sektörel kurumsal kimlik setleri oluşturulması kapsamında ise; 2019 yılında 30 farklı sektör logosu oluşturulmuş; 31 adet İngilizce ve Çince broşür çalışması, 24 adet İngilizce, Çince ve Rusça

video içerik oluşturulması ve prodüksiyonu yapılmıştır. 2019 yılı TTG sektörel projeleri kapsamında ise, 26 sektörel tanıtım projesi hayata geçirilmiştir. Türk ihracat ürünleri web portalı oluşturulması için çalışmalar başlanmış olup portalın 2020 yılında aktif olması planlanmaktadır.

Türkiye Ticaret Merkezleri - TİM A.Ş.

2019 yılında ABD / New York'ta bulunan Hazırgiyim, Ev Tekstili, Deri, Halı ve iş kontratları sektörleri, B.A.E / Dubai'de bulunan Bilişim Sektörü ve Birleşik Krallık / Londra'da bulunan Seramik, Yapı Malzemeleri ile Bilişim Sektörlerine yönelik Türkiye Ticaret Merkezlerimizde katılımcı firmalarımıza kira, tefrişat ve tanıtım teşvikleri sağlanmıştır.

Bu teşviklerin yanı sıra TTM kapsamında firmalara pazara giriş, pazarda büyüme, network oluşturma ve ilgili ülkenin hukuki ve finansal konuları hakkında yerel uzmanlarla destek verilmiştir. Tüm TTM binalarımızda bulunan ortak alanlarımızda da Türkiye'den gelen tüm ihracatçı birliklerimize ve sektörel kurumlarımıza gerçekleştirmek istedikleri etkinlikler konusunda destek sağlanmıştır.

2019 yılı içinde Atatürk Havalimanı Kargo Terminali içerisinde ilk lojistik merkezimiz faaliyete geçmiştir. Geçici depolama alanı olarak projelendirilen lojistik merkezimiz, özel fatura ile işlemlerini gerçekleştirmekte olan ihracatçı firmalarımıza hizmet sunmaya başlamıştır. Yine 2019 yılı içerisinde B.A.E/Dubai'de Al Quoz Logistic Park'ta 14.115 m²'lik alanda mobilya sektörüne yönelik olarak yeni bir Türkiye Ticaret Merkezi projelendirilmiştir ve inşaat sürecine başlanmıştır. Dubai Mobilya TTM 2020 yılında faaliyete geçecektir.

Pazar Geliştirme ve Ürün Algısını Yükseltme Çalışmaları

Pazar geliştirme ve ürün algısını yükseltmeye yönelik ihracatçıların potansiyel pazarları olan ülkelere yıl boyunca Ticaret Heyetleri ve Özel Nitelikli Alım Heyetleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 2016 yılında faaliyete geçen TİM Ülke Masaları tarafından 2019 yılında birçok yazılı talep yanıtlanmıştır.

Ticaret Heyetleri

2019 yılında Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ve TİM organizasyonu ile pazar payımızın artırılması ve ülkeler arası yeni iş ve yatırım imkânlarının oluşturulması amacıyla ihracatçıların potansiyel pazarları olan Fas, Meksika, Peru, Şili, Kenya, Mısır, Gana, Fildişi Sahili, ABD, Vietnam, Irak, Kolombiya, Özbekistan, Hollanda, Hindistan, Endonezya, Malezya, Bahreyn, Güney Kore, Venezuela, Singapur, Kanada ülkelerini içeren 22 farklı ülkeye 25 Ticaret Heyeti gerçekleştirilmiştir.

TİM ve İhracatçı Birlikleri olarak, 2019 yıl genelinde 114 ticaret heyetimize 1.815 ihracatçı firma katılmıştır. 2019 yılında neredeyse her gün bir fuara katılım sağlanmış ve her 2 günde bir ticaret heyetlerine gidilmiştir.

Ticaret heyetlerinin yanında, Innoprom Fuarı (Rusya), Çin Uluslararası İthalat Fuarı başta olmak üzere özellikle ihracatçıların potansiyel pazarlarına yönelik önemli fuar ve etkinliklere katılım sağlanmıştır. TİM ve İhracatçı Birlikleri olarak 2019 yıl genelinde

117 milli fuar organizasyonu gerçekleştirilmiş ve 65 fuarda da info stand kurulmuştur. 49 ülkedeki fuarlara 2.846 firma götürülmüştür.

TİM Ülke Masaları

TİM Ülke Masaları, 2019 yılında da ihracatçıları hedef pazarlarına ilişkin bilgilendirmek, yeni pazarlarına girişlerini kolaylaştırmak, ülkelerin ticaretindeki teknik engellere ve gümrük dışındaki tarifeler hakkında bilgi vermek, hedef ülkelerinin ekonomisi, ülkemiz ile ikili ticaretine ilişkin pratik bilgi sağlamak ve hedef ülkelerdeki potansiyel müşterileri bulmalarını sağlamak gibi konularda ihracatçı firmalarımıza bilgi sağlayarak ihracatın artırılmasına yardımcı olma görevi üstlenmiştir. 2016 yılında çalışmalarına başlanılan TİM Ülke Masaları 2019 yılında 762 yazılı talebi, kurulduğu günden bu yana ise 2.932 talebi yanıtlanmıştır.

Alım Heyetleri

2019 yılı içerisinde uluslararası ve yerel zincir mağazaların, büyük ithalatçı firmaların, önemli kamu şirketlerinin/kuruluşlarının üst düzey yöneticilerinden müteşekkil kısıtlı katılımlı Özel Nitelikli Alım Heyeti programları düzenlenmiştir. Bu kapsamda, ABD, Litvanya, Fas, İtalya, Meksika, Çin, Rusya, Küba, Güney Kore ülkeleri olmak üzere toplam 9 ülkeden 11 Özel Nitelikli Alım Heyeti gerçekleştirilmiştir. TİM ve İhracatçı Birlikleri olarak, 2019 yıl genelinde 91 ülkeden 2416 firma alım heyetleri kapsamında ağırlanmıştır. 103 alım heyeti organize edilmiştir.

1.4. Ekonomide 2020 Öngörüsü: Fırsatlar ve Riskler

2019 yılında dünya ekonomisinde ortaya çıkan koşullar hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara sebep olmuştur. Son yılların en sert ticaret korumacılığının yaşandığı bir senenin geride bırakılmasına bağlı olarak dünya mal ticareti, yatırımlar ve büyüme tarafında Türkiye için kısmi olumsuz koşullar ortaya çıkarken, para politikaları ve finansal koşullar tarafında ise merkez bankalarının yeniden parasal genişlemeye geçmesiyle beraber, Türkiye için oldukça olumlu koşullar oluşmuştur. Tüm dünyada faizlerin düşüşü ve likiditenin artması ile TL'nin üzerindeki baskının azalması, Türkiye ekonomisi için pozitif bir etki yaratmıştır. Dolayısıyla 2020 yılında da benzer bir sürecin yaşanması, bazı konularda geçen yıla göre daha zorlu koşulların, bazı konularda ise daha kolay koşulların oluşması beklenmektedir.

2020 yılında küresel risklerin kademeli olarak ılımlı bir seyre girmesi beklenmektedir. Ocak ayında ABD-Çin Ticaret müzakerelerinin ilk fazının uygulanmaya başlayacağı ve ikinci faz görüşmelerinin de müteakiben gerçekleşeceğini düşünürsek, ticaret savaşlarının etkisi kademeli olarak azalacaktır. Ticaret savaşları konusunda nispeten tarafların yumuşamaya gidecekleri ve tüm dünyayı tehdit eden bu riskin ABD başkanlık seçimlerinden sonra giderek azalacağı beklenmektedir.

Diğer taraftan Brexit'in beraberinde getirdiği belirsizlik de Birleşik Krallık hükümetinin anlaşmalı ayrılık sürecine girmesiyle yavaş yavaş ortadan kalkacağı düşünülmektedir. Dolayısı ile 2019'a nazaran pozitif bir görünüm ile 2020 yılı karşılanmıştır.

BÖLÜM 1

Tablo 14.

Dünya Ekonomisi Büyüme Göstergeleri ve Öngörülleri (%)

ÜLKELER	2019 GERÇEKLEŞME TAHMİNİ	2020 ÖNGÖRÜ
DÜNYA	2,9	3,3
GELİŞMİŞ ÜLKELER	1,7	1,6
ABD	2,3	2
EURO BÖLGESİ	1,2	1,3
JAPONYA	1,0	0,7
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER	3,7	4,4
DOĞU AVRUPA	2,3	2,4
GÜNEY ASYA	5,9	6,6
GÜNEYDOĞU ASYA	4,6	4,7
ORTA DOĞU VE ORTA ASYA	0,8	2,8
SAHRA ALTI AFRİKASI	3,3	3,5
LATİN AMERİKA VE KARAYİPLER	0,1	1,6

Kaynak: IMF, Ocak 2020

Bu varsayımlar çerçevesinde, IMF verilerine göre 2020 için büyüme tahmini 0,2 puan aşağı çekilerek yüzde 3,3 olarak revize edilmiştir. IMF'nin küresel büyümeye yönelik öngörüsündeki gerilemenin öncelikli nedeni Hindistan ve benzeri yükselen ekonomilerdeki olası yavaşlama beklentisidir. IMF raporunda 2022 için ise yüzde 3,4'lük bir küresel büyüme öngörülmekte ve dünya genelinde büyümenin en kritik noktasının 'yatırım hamlesi' olduğu belirtilmektedir. Bu büyüme oranları 2019'daki yüzde 2,9 rakamının az da olsa üzerinde bir rakamdır. Gelişmiş ülkelerin büyümesinin yüzde 1,6 ile 2019'a oranla daha az büyüyeceği ön görülürken gelişmekte olan ülkelerde büyüme beklentilerinin 2019 yılındaki yüzde 3,7 seviyesinden 2020 yılında yüzde 4,4'e çıkacağı tahmin edilmektedir.

IMF, önde gelen merkez bankalarının göreceli 'genişletici' para politikası tedbirleri sayesinde, yatırımların finansmanına yönelik zorlukların azalacağını öngörmekte ve bu çerçevede, Türkiye'deki iyileşme ve yatırımlardaki olası hareketlenme ile Rusya'daki canlılık ve Avrupa bölgesinin büyüme beklentisi sayesinde, Türkiye'nin büyümesi öngörüsünü 2020 ve 2021 yılları için yüzde 3'e yükseltmiştir.

Tüm dünyanın yakından takip ettiği Amerikan ekonomisinin resesyona gireceği beklentisinin boşa çıktığı görülmektedir. Keza, bütün parametreler dünya ithalatının yüzde 15'ini toplam gelirin de yüzde 24'ünü gerçekleştiren ABD ekonomisinin iyiye gittiğini göstermekte olup bu durumda faiz indirimleri ile alakalı büyük bir beklenti içine girilmemesi gerekmektedir. Nitekim, ABD Merkez Bankası FED yaptığı değerlendirmelerde 2020 büyüme beklentisini yüzde 2 olarak açıklarken, (Dünya Bankası tahmini ile aynı) resesyona olasılığının çok düşük olduğunu belirtmiştir. ABD-Çin anlaşması ile Brexit belirsizliğinin kalkmasının önemli olduğunu vurgulayan FED, faiz seviyelerinin ve yeni bir faiz düşüşü ihtiyacının çok düşük olduğunu altını çizmiştir.

Benzer şekilde, Türkiye'de de Merkez Bankası için, 2020 yılının 2019'dan daha zor geçmesi beklenmektedir. 2020 yılının enflasyon oranlarının ay bazında yakından takip edileceği, alınan her kritik kararın günlerce yorumlanacağı ve sorgulanacağı bir yıl olması beklenmektedir. Herkesin beklentisi politika faizlerinin tek

haneye inmesi olmasına rağmen, TCMB'nin ihtiyatlı bir politika uygulayacağı tahmin edilmektedir. Enflasyon oranlarının ise hükümetin belirlediği hedefin biraz üzerinde gerçekleşeceği öngörülmekle beraber, işlenmemiş gıda fiyatlarındaki hareketlerin yakından takip edilmesi gerektiğine inanılmaktadır.

2019 yılında büyüme sıfıra yakın gerçekleştiği için ihracatın katkısı oldukça net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Ancak büyüme modelinin ayrıntıları, yüzde 3-4 arasında tahmin edilen 2020 yılı ekonomi büyümesindeki ihracat payının küçüleceğini göstermektedir. Daha çok iç talep ve hizmetler çerçevesinde oluşmuş olan büyüme modeli pozitif büyüme dönemlerinde ihracatın payını küçültmektedir. Bunun anlamı ihracatın yavaşlaması değil, büyüme modelinin teknik ayrıntısıdır.

Dünya mal ticareti incelediğinde ise dünya mal ticaretinin 2020 yılında miktar olarak yüzde 4 oranında büyüyeceği öngörülmürken dünya ticaretinin değer bazında artış oranının yüzde 1,2 artışla 18,6 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir.

Tablo 15. Dünya Mal Ticareti Göstergeleri ve Öngörülleri

	2018	2019 GERÇ. TAHMİNİ	2020 ÖNGÖRÜ
MAL TİCARETİ (MİLYAR \$)	19.284	18.350	18.570
MAL TİCARETİ BÜYÜME YÜZDE DEĞER BAZINDA (%)	9,9	-4,8	1,2
MAL TİCARETİ BÜYÜME MİKTAR BAZINDA (%)	2,7	4,0	4,0

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, UNCTAD

Dünya ticaretinde nispeten bir toparlanma olacağı tahmin edilmektedir. Ancak yükselen fiyat rekabeti sebebiyle değer olarak zorlanmaya devam edeceği öngörülmektedir. AB'den bankacılık sektörü ile ilgili bir kötü haber gelmezse, 2020'nin ilk 6 ayı sakin bir şekilde atlatılabilecektir. Ancak yılın ikinci yarısı hem diplomatik konjonktür hem de uluslararası finansal kuruluşların kırılganlıkları sebebiyle hesapta olmayan bazı ilişkiler yaşanabilecektir.

2020 yılına her ne kadar ticaret savaşları ve Brexit sürecine dair olumlu gelişmeler ile girilmiş olsa da, IMF'nin de öne çıkarttığı gibi 2020 yılında "ticaret savaşları", "küresel iklim değişikliği tehdidi" "yıkıcı teknolojik gelişmeler" ve "bölgesel çatışmalar" gündemimizde olacaktır.

Küresel riskleri en büyük etkisinin her zaman yatırımlara olduğu, birincil etkilerinin de emtia fiyatlarına yansıdığı görülmektedir. Dolayısı ile hammadde maliyetlerinde küresel riskler kaynaklı bir artışa da şahit olmamız olası görülmektedir. Nitekim son dönemde ABD - İran arasında tırmanan gerginliğin etkileri, petrol ve diğer emtia fiyatlarındaki yükselişte tecrübe edilmektedir.

Bununla birlikte İran-ABD gerginliğinin şimdilik sona ermiş olması, petrol fiyatlarının fiyatlar genel seviyesi üzerinde baskı kurmasını engelleyecektir.

Tablo 16. Dünya Ekonomisi 2020 Yılı Varsayımlarının Türkiye'ye Etkileri

VARSAYIM	TÜRKİYE'YE ETKİSİ
ABD-Çin Ticaret Uzlaşması	İhracat Artışı Büyümeye Destek
Korumacılıkta Kademeli Gerileme	İhracat Artışı Büyümeye Destek
Birleşik Krallık AB'den Anlaşmalı Ayrılık	İhracat Artışı Büyümeye Destek
Jeopolitik Gerginlikler + Sıcak Çatışma Yok	İhracat Pazarlarında Sıkıntılar
Genişletici Para Politikaları	Düşük Faiz Ve Enflasyonu Destekler + TL Daha İstikrarlı Olur + Borçlanma Olanakları Rahatlar
Finansal İstikrar	TL Daha İstikrarlı Olur + Borçlanma Olanakları Rahatlar

Kaynak: ESDH

ABD - Çin Ticaret Uzlaşması

2020 yılında ABD - Çin Ticaret uzlaşmasıyla, korumacılıkta kademeli bir gerileme öngörülmektedir. 15 Ocak'ta anlaşmanın ilk fazı imzalanmıştır. Böylece, Çin ABD'den daha fazla ithalat yapacak ve reformlarına hız verecek, Yuan'ın değer kaybına ise izin vermeyecektir. ABD'nin ise, Çin'e uyguladığı ilave vergileri kademeli olarak azaltması beklenmektedir.

Tablo 17. ABD-Çin İlk Faz Uzlaşması

ABD ÇİN İTHALATINA İLAVE VERGİ UYGULAMALARI	İLK FAZ ANLAŞMA SONRASI UYGULAMA
1 Ocak 2018 - 31 Ağustos 2019 arası 260 milyar dolar ithalata yüzde 25 vergi konuldu.	Devam edecektir.
1 Eylül 2019 125 milyar dolar ithalata yüzde 15 vergi konuldu.	Yüzde 7,5'e inecektir.
15 Aralık 2019 175 milyar dolar ithalata yüzde 25 vergi konulması sağlandı.	Ertelendi.

Kaynak: ESDH

Birinci faz anlaşmasına göre, Çin'in 260 milyar dolarlık ithalatına koyulan yüzde 25 verginin aynen devam etmesi öngörüldürken, 1 Eylül 2019 itibariyle 125 milyar dolar ithalata koyulan yüzde 15 verginin yüzde 7,5'a, 15 Aralık 2019 itibariyle 175 milyar dolarlık ithalata koyulan yüzde 25 verginin ise ertelenmesi planlanmaktadır. Birinci fazın uygulanabilirliğine göre ikinci faz görüşmelerinin de başlaması öngörülmektedir.

Birleşik Krallık ve Brexit Süreci

Birleşik Krallık'ın içinde bulunduğu Brexit süreci, Birleşik Krallık ile dış ticaret ilişkisi yoğun olan tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de yakından takip edilmektedir. Çünkü Birleşik Krallık, yıllık 10,7 milyar dolar ihracat hacmimiz ve Türkiye'nin ihracatından yüzde 6,5 pay ile en fazla ihracat yaptığımız ikinci pazar konumunda yer almaktadır.

Birleşik Krallık, 2020 sonuna kadar AB Tek Pazarı içinde kalmaya devam edecektir. Bundan sonraki ilişkilerin nasıl olacağı ise 1 yıl sürmesi beklenen müzakerelerde belirlenecektir. Ancak 1 yıl içinde anlaşmaya varılma olasılığının da oldukça düşük görüldüğü uzmanlar tarafından belirtilmektedir.

Bu süreçte Sterlin ve Euro üzerinde değer kaybı baskısının sürmesi beklenmektedir.

Türkiye ile Birleşik Krallık arasındaki ticaret ilişkilerinin 2020 sonuna kadar mevcut şekilde devam edecek ancak 2020 sonrasında ilişkilerin alacağı boyutu müzakereler belirleyecektir.

Tablo 18. Birleşik Krallık için AB İle İlişkilerde Seçenekler

Model	İçerik
NORVEÇ MODELİ	<ul style="list-style-type: none"> Avrupa Tek Pazarı üyesi olarak AB ile ilişkiler ve ticaret devam eder. Üçüncü ülkeler ile AB'den bağımsız ticaret politikası ve anlaşmalar yapar. AB bütçesine katkıya devam eder.
İSVİÇRE MODELİ	<ul style="list-style-type: none"> AB ile ikili anlaşma yapılması + Üye ülkeler ile ikili anlaşmalar yapması Avrupa Tek Pazarı üyesi değildir. İsviçre modelinde sadece mallar ve kişiler için anlaşmalar var, Birleşik Krallık içeriği genişletilebilir. Üçüncü ülkeler ile AB'den bağımsız ticaret politikası ve anlaşmaları yapar.
AVRUPA SERBEST TİCARET BİRLİĞİ MODELİ	<ul style="list-style-type: none"> EFTA üyeliği ile Bağlanma (gümrük birliği) Birleşik Krallık EFTA üyesi olarak AB ile mal ticaretini yürütebilir Üçüncü ülkeler ile AB'den bağımsız ticaret politikası ve anlaşmalar yapar.
DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ MODELİ	<ul style="list-style-type: none"> DTÖ üyesi bir üçüncü ülke gibi kalarak AB ile anlaşmalar yapabilir. AB'nin yeni nesil anlaşmaları gibi bir anlaşma uygulanabilir. Üçüncü ülkeler ile AB'den bağımsız ticaret politikası ve anlaşmalar yapar.

Bölgesel Ticaret Anlaşmalarında Artış

21. yüzyıl başlarında önemli oranda artan Bölgesel Ticaret Anlaşmaları (BTA) sadece bölge ülkeleri arasında kalmayıp, birbirinden uzak mesafelerde bulunan ülkeler arasında da yaygınlaşmaya başlamıştır. Sayısal artışın yanında, son dönem BTA'lar yeni bazı özellikler taşımaktadır. BTA'lar, geleneksel olarak ticarete engel getiren gümrük tarifeleri ve bazı tarife dışı uygulamaların ötesinde yatırım, kamu alımları, düzenleyici konular, devlet yardımları gibi uygulamalar ve dijital ticaret gibi alanları da kapsamaya başlamıştır.

2019 yılı itibariyle, 164 üye ülkeyi ve dünya ticaretinin yüzde 98'ini kapsayan Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) çok taraflı sistemde küresel anlamda arzu edilen bir liberalleşme sürecini gerçekleştirmediği hâkim görüşü sebebiyle, DTÖ'nün çalışmalarına azalan bir ilgi söz konusu iken, bölgesel ticaret ve yatırım imkânlarına daha fazla odaklanan ikili ve çoklu işbirliklerine önümüzdeki dönemde daha fazla önem verilmesi beklenmektedir. Nitekim, DTÖ Temyiz Organı'nın işleyişi ile ilgili çok ciddi bir sorun söz konusudur. ABD 2 yıldır DTÖ Temyiz Organı'nın yeni üyelerinin seçim sürecini engellemektedir. 7 koltuğun 3'ü dolu olan ve 9 Aralık 2019 tarihi itibari ile 2 yargıcan

da görev süresinin sona ermesiyle Temyiz Organının faaliyetleri durmak zorunda kalmıştır. DTÖ'nün 25 yıllık tarihinde Temyiz Organında görülen 200'den fazla davada anlaşmazlıkların çoğunluğu çözülmüştür. ABD'nin tutumu ile kurumun işleyişinin felce uğradığı bu durum, çok taraflı ticaret mekanizmasının kırılmasını yansıtmaktadır. Ancak, iki taraflı ve kartel anlaşmaları ile bölgesel anlaşmalar da küresel ticaret sistemine hızla dâhil olsa da, GATT ilkeleri temelinde çok taraflılık dünya ticaretinin birçok yönünü karakterize etmeye devam edecektir.

Sürdürülebilir Gelecek Sürdürülebilir Ticaret

Önümüzdeki dönemde "küresel ticaret savaşları" ve "yükselen korumacılık kavramları", Dünya ekonomisinin daha adil, daha kapsayıcı ve daha paylaşımcı bir küresel ortam oluşturabilmesinin önündeki kritik engeller olarak öne çıkmaktadır.

Bu bağlamda 2020 ile 2030 arasında 'sürdürülebilir ticaret' dünya ekonomisinin geleceği açısından önemli bir gündem maddesi olacaktır.

Ülkelerin 'ekstra gümrük vergisi' oranları, malların serbestçe dolaşımına yönelik veya 'ekstra standardizasyon ve sertifikasyon talepleri' gibi 'tarife dışı engeller' ile birbirlerine uyguladıkları 'korumacılık tedbirlerinden etkilenen küresel ticaret hacmi 2010 yılında sadece 126 milyar dolar iken bu rakam 2019 yılında 1,9 trilyon dolara ulaşarak dünya ticaret hacminin yüzde onunu etkiler hale gelmiştir.

Dolayısıyla, başta ABD Başkanı Trump'ın ticaret savaşları ve korumacılık tedbirlerini tırmandırması ve ülkelerin birbirlerine daha fazla 'korumacılık' uygulamaya başlamalarıyla baltalanan küresel ticaret büyümesinin yeniden canlanması da yakından takip edilmesi gereken bir konudur.

Diğer taraftan önümüzdeki dönemde öne çıkacak kritik önemde bir diğer başlık da, 'sürdürülebilir gelecek' konusudur.

Birleşmiş Milletlerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesi adına, insani değerler boyutunda, en etkili, en geniş kapsamlı çalışmaları yürüten ilk üç ülke arasında gelmekte olan Türkiye'nin yürüttüğü 'insani' projeler, tüm insanlığın refahına odaklanmış saha çalışmaları, Türkiye'nin sağlık, altyapı, eğitim gibi 'sürdürülebilir' ve 'kapsayıcı' kalkınmanın vazgeçilmez sacayakları olan alanlarda, coğrafyamızdan başlayarak, dünyanın her noktasında etkili bir şekilde yürütülmektedir. Ayrıca Türkiye'nin savunma, enerji, otomotiv, altyapı, havacılık ve uzay teknolojilerinde yürüttüğü 'yerli-millî' projeler, Türkiye'nin küresel sürdürülebilir ve kapsayıcı kalkınma sürecine insanlık adına önemli katkılar sağlamasına da imkân

sağlamaktadır. Erişilebilir ve temiz enerji alanında, Türkiye'nin yürüttüğü yenilenebilir enerji teknolojilerine dayalı milli enerji hamlesi, yerli-millî sanayi hamleleri doğrultusunda, kendisini örnek alan tüm gelişmekte olan ülkelere cesaret verdiği 'sanayi-inovasyon-altyapı' dönüşümü de, Türkiye'nin küresel sürdürülebilir kalkınma hedeflerine somut ve 'oyun kurucu' hamlelerini temsil etmektedir.

Türkiye'nin önümüzdeki dönemde ağırlık vereceği 'sorumlu üretim ve tüketim' anlayışının ve insana yakışır iş ve büyüme alanındaki çalışmaları, bu alanlarda Türkiye'nin sürdüreceği 2. ve 3. nesil reformları ile birlikte Türkiye'nin 2020'den 2030'da küresel ekonomi-politikteki dönüşüme güçlü etkisinin katlanarak sürmesinin yolunu açacaktır.





BÖLÜM 2:

2020'NİN ODAK NOKTASI:
YENİ NESİL TİCARET DİPLOMASİSİ

2020'NİN ODAK NOKTASI: YENİ NESİL TİCARET DİPLOMASİSİ

2019 yılında yaşanan ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşları, Brexit süreci, izlenen para politikaları ve finansal koşullar dikkate alındığında, 2020 yılı Türkiye ihracat performansı açısından daha pozitif bir beklenti ile karşılanmaktadır. 2020 yılında İhracat Ana Planı'nda işaret edilen 17 pazar öncelikli olmak ile birlikte dünya ticaretinden aldığımız payın artırılması ve bu artışın gerçekleştirilmesinde yeni nesil ticaret heyetleri, alım heyetleri ve kümelenme faaliyetlerinin önemli bir rol alması planlanmaktadır. Bu bağlamda, Yeni Ekonomi Programı'nda Türkiye'nin 2020 yılı ihracat hedefi 190 milyar dolar olarak belirlenmiştir. 2020 yılında ticari diplomasi çalışmalarımız kapsamında görevlendirilen 61 fahri ihracat elçisi öncülüğünde ihracat performansının artırılması amacıyla çalışmalar yürütülecektir. Sertifika ve standartlar konusuna da çözüm sunmaya yönelik çalışmalar ve hedef pazarlara yönelik daha kapsamlı ülke raporları hazırlanmaktadır. TTM'lerin yeniden yapılandırılması ve dünya genelinde Türkiye Lojistik Merkezlerinin açılmasına yönelik stratejiler izlenecektir. Ülkemizi bölgesel bir e-ticaret merkezi haline getirmek amacıyla yürütmekte olduğumuz e-ihracat çalışmalarımız gelişerek devam edecektir. Bu anlamda, 2020 yılı ihracat hedefinin gerçekleştirilmesi amacıyla küresel ekonomi-politik çerçevesinde tüm fırsatlar değerlendirilecek, olası risklere karşı stratejiler hazırlanarak proaktif bir şekilde uygulanacaktır.

2.1. 2020'de Türkiye İhracat Performansına Yönelik Beklenti ve Hedefler

2019 yılında dünya ticaretinde yaşanan daralma dikkate alındığında, Türkiye'nin ihracat artışı ayrı bir önem taşımaktadır. Asya, Pasifik ve AB'de hemen hemen tüm ülkelerin ihracatlarında önemli gerilemelerin yaşandığı bir dönemde, Türkiye bulunduğu coğrafya itibarıyla taşıdığı risklere rağmen iyi bir performans göstermiştir.

Türkiye'nin 2020 yılı ihracat hedefi ise Yeni Ekonomi Programı'nda 190 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Bu hedefe ulaşmak için 2020 yılı önceliklerimiz arasında, ABD başta olmak üzere, Uzakdoğu ve Afrika kıtalarındaki pazar faaliyetlerimizin güçlendirilmesine yönelik adımlar yer almaktadır. Özellikle gelişen e-ihracat trendini hem mevzuat hem de uygulanabilirlik açısından bu pazarlarda kullanabileceğimiz bir ekosistem oluşturmaya yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Ticaret Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, ihracatçılar, e-ticaret ve lojistik sektörlerinden temsilciler ile bir araya gelerek, yeni nesil Türkiye Lojistik Merkezleri planlaması hayata geçirilecektir. Türkiye Lojistik Merkezleri; İhracat Ana Planı'nı işaret etmiş olduğu 17 hedef ülke ve ABD ile 100 milyarlık ticaret hacmi hedefine yönelik olarak, hedef pazarlarımızda birer depo görevi görecektir. Bu sayede pazar hâkimiyeti ve kalıcılık anlamında ihracatçılar için büyük avantaj sağlanarak, mesafe ve ölçek ekonomisi anlamında da önemli bir ihtiyaç karşılanmış olacaktır.



2.2. Türkiye'nin İhracat Pazarlarına Yönelik Genel Değerlendirme 2.2.1. Hedef Pazarlar ve Yeni Nesil Ticaret Heyetleri (Kümelenme Modeli)

TİM ve İhracatçı Birlikleri, ihracatçıların hedef pazarlarda B2B iletişimini geliştirmek, pazar derinleşmesini sağlamak ve pazarda tutunma faaliyetlerini güçlendirmek adına 2019 yılında 114 ticaret heyetini hayata geçirmiştir. 2020 yılında ise, İhracat Ana Planı'nda işaret edilen on yedi hedef pazar öne çıkarılacak, ihracatçıların bu pazarlarda var olan potansiyeli daha da ileri taşımaları için yeni nesil ticaret heyetleri gerçekleştirilecektir. Yeni nesil ticaret

heyetleri, Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin hazırlamış olduğu veri odaklı ülke analiz raporları ve lojistik çalışmalar doğrultusunda şekillendirilerek, firmaların B2B iletişimlerini geliştirmeleri için, sektör - firma eşleşmesi ile düzenlenecektir.

Diğer taraftan, Türkiye ihracatının neredeyse yarısının gerçekleştirildiği Avrupa Birliği'nde potansiyel ürün ve ülkelerin eşleştirilmesi, ilgili ülkelerdeki küresel ölçekteki fuarlara nitelikli katılım sağlanması ve ikili ilişkilerin derinleştirilmesi adına ticaret diplomasında yeni yaklaşımlara ağırlık verilecektir.

Hedef ve öncelikli ülkelerde potansiyeli olan farklı ama birbirlerini tamamlayan sektörler için kümelenme modeli çerçevesinde yeni nesil ticaret heyeti programları düzenlenmesi ve bu kapsamda çevre ülkelerden de ithalatçıların heyet yapılan ülkeye davet edilerek Türk firmalarla ikili iş görüşmeleri gerçekleştirmesi hedeflenmektedir.

Ayrıca, uluslararası ve yerel zincir mağazaların, büyük ithalatçı firmaların, önemli kamu şirketlerinin/kuruluşlarının üst düzey yöneticilerinden müteşekkil kısıtlı katımlı Özel Nitelikli Alım Heyeti programları düzenlenmesi planlanmaktadır.

2020 Yılı Planlanan Ticaret Heyeti Takvimi

AY	ÜLKE
ŞUBAT	KATAR
MART	B.A.E
NİSAN	PAKİSTAN NİJERYA ve ÇEVRE ÜLKELER
MAYIS	TAYLAND ve ÇEVRE ÜLKELER
HAZİRAN	İSPANYA ETİYOPYA
TEMMUZ	KOLOMBİYA ve ÇEVRE ÜLKELER TANZANYA
AĞUSTOS	FİLDİŞİ SAHİLİ
EYLÜL	ABD MEKSİKA
EKİM	POLONYA ŞİLİ ve ÇEVRE ÜLKELER
KASIM	FİLİPİNLER
ARALIK	FAS ÇİN

2.2.2. 61 Fahri İhracat Elçisi

2020 yılında ticari diplomasi çalışmalarımız kapsamında, bir ilke imza atarak, Türkiye'de görev yapan ülkelerin büyükelçileri ile TİM arasındaki iş birliğini güçlendirmek ve ikili ilişkilerimizi daha ileri bir seviyeye taşımak amacıyla 61 İhracatçı Birliğinin Başkanları, Türkiye'nin yoğun bir şekilde ihracat gerçekleştirdiği ve ilgili Başkanların tecrübe sahibi olduğu ülkelerde görevlendirilecektir.

İhracatçı Birlik Başkanları, yeni görevleri kapsamında ilgili ülkelerde Türkiye'nin ihracat performansını, ihracatçıların karşılaştığı sorunları ve olası fırsatları iki ayda bir raporlayarak ihracatçılara yol gösterecek; "Fahri İhracat Elçisi" görevini üstlenerek görevlendirildikleri ülkelerdeki kanaat önderleri ve dış ticaret muhatapları ile koordinasyonu sağlayarak tecrübelerini ihracatçılara aktaracaklardır.

2.2.3. 2020 Ülke Raporları

TradeMap verilerine göre, küresel ticarete konu olan 5.660 ürün içerisinde Türkiye'nin 4.729 ürünü dünya pazarlarına arz ettiği, bu ürünler içerisinde de 1.519 ürünün uluslararası pazarlarda avantajlı olduğu tespit edilmiştir. Bu 1.519 üründe 2019 yılı ihracatı 135 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Toplam 11 ülkede bu ürünlerin pazar potansiyellerine işaret eden raporlar, TİM mobil uygulaması ve internet sitesinde yayınlanmıştır. 2020 yılında da ticaret heyet takvimimiz çerçevesinde, hedef pazarlarımıza

yönelik her ay en az 2 kapsamlı ülke raporu yayınlanmak üzere 2020 faaliyet takvimi oluşturulmuştur.

2.2.4. TSE ile Uluslararası Standardizasyon ve Sertifikasyona Yönelik Dijital Platform Projesi

2020 yılında ihracatçıların sık karşılaştığı sertifika ve standartlar konusuna da çözüm sunmaya yönelik bir çalışma planlanmaktadır. Bu kapsamda, 2019 yılında TSE ile görüşmeleri başlamış olan ihracatçıların tüm pazarlarda gerekli standartlar ve sertifikasyon bilgilerine kolayca ulaşabilecekleri bir dijital platformun hayata geçirilmesi hedeflenmektedir.

2.2.5. Küresel Ticarete Mesafeler ve Türkiye Lojistik Merkezleri

Günümüzde küresel ticarete artık ülkeler arasındaki mesafelerin bir öneminin kalmadığı görülmektedir. Bugün Uzak Doğu ülkeleri batı yarım küresi ülkelerine batı ülkeleri de Avrupa, Afrika ve de Asya ülkelerine sınırları aşarak ticaretlerini yaymışlardır.

Brezilya en fazla ithalatını aralarında 16 bin kilometreden fazla mesafenin bulunduğu Çin'den ve deniz mesafesi olarak yaklaşık 10 bin kilometre uçuş mesafesi olarak da 7.240 kilometrenin olduğu ABD'den (Teksas eyaleti) yaparken, Güney Kore ise aralarında 10 bin kilometreden fazla mesafe olan Zambiya'ya 20 milyar dolardan fazla ihracat gerçekleştirmiştir. Yine Afrika kıtasında yer alan Cezayir ortalama 4.541 kilometreden ithalat yaparken, Gana 7.920, Nijerya ise ortalama 7.880 kilometreden ihtiyaçlarını tedarik etmiştir.

Türkiye'nin komşularının dış ticareti incelendiğinde de durumun farklı olmadığı görülmektedir. Türkiye'nin komşu ülkelerinden Yunanistan'ın havadan 8.765 kilometre denizden ise 14 bin kilometreden fazla mesafe olan Güney Kore'den 2018 yılında 1,2 milyar dolarlık, hava uçuşu 7.600 kilometre denizden ise 13 bin kilometreden fazla mesafe olan Çin'den 4,2 milyar dolarlık ithalat yaparken Irak'ın ise havadan 7 bin kilometreden fazla denizden ise 11,8 bin kilometreden fazla mesafe olan Güney Kore'den 2018 yılında 1,9 milyar dolarlık, havadan 5.500 kilometreye yakın denizden ise 10 bin kilometreden fazla mesafe olan Çin'den 7,9 milyar dolarlık ithalat yapması bunun en somut örneklerdir. Bu iki komşudan Yunanistan Türkiye'den 2018 yılında 2,2 milyar dolarlık, Irak ise 8,2 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir.

Tablo 19'da küresel ticarete ülke gruplarının ithalat ve ihracat yaptıkları ülkelerin ağırlıklı ortalama ile hesaplanmış uzaklıkları görülmektedir. Küresel imalatın ve ticaretin batıdan doğuya kaydığı günümüzde Asya en fazla ithalat ve ihracat yapan ülkelere sahip iken ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 4.098 km iken ihracat yaptığı pazarların ortalama uzaklığı ise 4.429 km olmuştur. Hem ithalatta hem de ihracatta Asya kıtasını Avrupa ülkelerinin izlediği görülürken ithalat yapılan ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 2.536 km iken ihracat yaptığı pazarların ortalama uzaklığı ise 2.258 km olmuştur.

AB üyesi ülkelerin ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 2.508 km iken birlik üyeleri ortalama 2.379 km uzaklıktaki pazarlara ihracat yapmışlardır. Amerika kıtasındaki ülkelerin ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 6.538 km, ihracat yaptığı pazarların ortalama uzaklığı ise 6.028 km olmuştur.

BÖLÜM 2

Afrika kıtasındaki ülkelerin ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 5.899 km, ihracat yaptığı pazarların ortalama uzaklığı ise 6.131 km olmuştur. Okyanusya bölgesinde yer alan ülkeler ise ortalama 7.157 km'den ithalat yaparken, ortalama uzaklığı 8.762 km olan ülkelere ise ihracat yapmışlardır.

Orta Doğu ülkelerinin ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama uzaklıkları 4.583 km, ihracat yaptığı pazarların ortalama uzaklığı ise 3.979 km olmuştur. Açıkça görülmektedir ki kıtalar arasındaki mesafeler dış ticarete ortadan kalkmış uzak gibi görünen bölgelerden ürün tedarik edilmiş ve yine uzak bölgelere ihracat gerçekleştirilmiştir.

Kıtalar arasında en uzak bölgeden mal tedariki yapan kıta Okyanusya olurken onu sırası ile Amerika, Afrika, Asya ve Avrupa izlemiştir. Kıtalar arasında en uzak pazarlara ihracat yapma becerisi gösteren kıta yine Okyanusya olurken, onu sırası ile Afrika, Amerika, Asya ve Avrupa izlemektedir. Avrupa'nın son sırada yer almasının en temel nedeni, son dönemde kendi içinde ticarete daha fazla ağırlık verir hale gelmiş olmasıdır. Bu veriler ışığında, ülkelerin küresel rekabette yeni nesil serbest ticaret anlaşmalarına ağırlık vermelerinin yanı sıra birbirlerinden uzak görünen pazarların dahi birbirleriyle aralarındaki ticaret hacmini yoğun bir şekilde geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Bilhassa Afrika kıtasının yükselişinin Türk ihracatçısı tarafından dikkatle takibi büyük önem arz etmektedir.

Tablo 19. Küresel Ticarete Ülke Gruplarının Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları

Ülke Grubu	İthalat (1.000 \$)	İthalat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Mesafesi (km)	İhracat (1.000 \$)	İhracat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Mesafesi (km)
Afrika	576.604.327	5.899	499.191.207	6.131
Asya	7.520.700.599	4.098	7.983.975.476	4.429
Amerika	4.196.291.296	6.538	3.191.130.746	6.028
Avrupa	7.026.973.055	2.536	7.293.258.359	2.258
Okyanusya	298.112.309	7.157	310.338.506	8.762
AB	6.245.770.932	2.508	6.282.754.634	2.379
Orta Doğu	1.053.042.957	4.583	1.294.878.402	3.979
Gelişmiş Ülkeler	10.695.442.474	3.298	9.854.833.429	3.032
Gelişmekte Olan Ülkeler	8.918.956.092	5.449	9.417.402.197	5.678
Dünya	19.665.278.446	5.106	19.284.579.656	4.654

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

Tablo 20'de küresel ticarete en çok ithalat yapan ülkelerin ithalat yaptıkları ülkelerin ağırlıklı ortalama ile hesaplanmış uzaklıkları, km başına düşen ithalat miktarları ve sıralamaları görülmektedir. ABD en fazla ithalat yapan ülke iken ithalat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama ile uzaklıkları hesaplandığında, 7.788 km ile 3. sırada yer almaktadır. Çin ortalama 6.326 km'den yaptığı ithalat ile 5. sırada yer alırken dünyada en çok ithalat yapan 3. ülke olan Almanya ise ortalama 3.230 km'den yaptığı ithalat ile 21. sırada yer almaktadır. Tedarik zincirini en uzak ülkelerden oluşturan ülke ise ortalama 10.719 km'den ithalat yapan Brezilya olurken onu ortalama 10.210 km'den ithalat yapan Avustralya izlemektedir.

Tabloda da açıkça görülmektedir ki, AB üyeleri gümrük birliğini oluşturdukları ülkelerle dış ticarete ağırlık vermiş ve Birliğin ticareti artırıcı etkisinden faydalanmışlardır. AB'nin üretim üssü konumuna gelen Polonya ve Çekya'nın da en çok ithalat yapan ülkeler arasında yer aldığı görülürken ihtiyaçlarını ortalama 2700-2850 km arasında mesafede bulunan ülkelerden tedarik etmişlerdir. Brezilya, Avustralya, ABD, Meksika, Çin, Japonya, Singapur, Hindistan, Endonezya ve BAE'nin ihtiyaçlarını mesafe söz konusu olmadan çok uzak mesafelerden bile tedarik ettikleri görülmektedir.

Tablo 20. Küresel Ticarete İthalat Yapan Ülkelerin Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları (İthalat Yapan Hedef Pazar Ülkelerin İthalat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Uzaklıkları)

Sıra	Ülke	Dünyadan İthalat (1000 \$9)	İthalat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Mesafesi (km)	İthalat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Mesafesine Göre Sıralaması	Kilometre Başına İthalat (1000 \$)	Kilometre Başına İthalat Sıralaması
1	ABD	2.612.379.157	7.788	3	335.436	3
2	Çin	2.134.987.265	6.326	5	337.494	2
3	Almanya	1.287.378.667	3.230	21	398.569	1
4	Japonya	748.361.565	6.250	6	119.738	10
5	Birleşik Krallık	669.640.211	3.558	19	188.207	6
6	Fransa	660.117.344	3.120	24	211.576	4
7	Hong Kong	627.327.031	3.142	23	199.659	5
8	Güney Kore	535.172.391	5.702	11	93.857	14
9	Hollanda	521.452.417	3.442	20	151.497	9
10	Hindistan	507.580.001	5.847	8	86.810	17
11	İtalya	499.339.662	2.812	26	177.575	7
12	Meksika	464.268.470	6.708	4	69.211	19
13	Kanada	459.839.192	4.688	15	98.089	12
14	Belçika	450.388.977	2.705	28	166.502	8
15	İspanya	376.185.086	3.828	18	98.272	11
16	Singapur	370.489.425	6.234	7	59.430	21
17	Tayvan	286.493.830	5.270	12	54.363	24
18	İsviçre	278.665.556	3.182	22	87.576	16
19	Polonya	267.699.887	2.844	25	94.128	13
20	BAE	261.510.757	5.740	10	45.559	26
21	Tayland	250.891.295	5.054	14	49.642	25
22	Rusya	238.151.375	4.104	17	58.029	22
23	Vietnam	236.837.415	4.326	16	54.747	23
24	Avustralya	227.284.144	10.210	2	22.261	29
25	Malezya	217.451.720	5.147	13	42.248	27
26	Endonezya	188.711.172	5.770	9	32.706	28
27	Çekya	184.924.023	2.724	27	67.887	20
28	Avusturya	184.195.201	2.031	30	90.692	15
29	Brezilya	181.230.569	10.719	1	16.907	30
30	İsveç	170.154.447	2.062	29	82.519	18
	Dünya	19.665.278.446	5.106			

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

Tablo 21'de bazı ülkeler için ihracat yapılan ülkelerin ağırlıklı ortalama ile hesaplanmış uzaklıkları, km başına düşen ihracat miktarları ve sıralamaları görülmektedir. Çin en fazla ihracat yapan ülke iken ihracat yaptığı ülkelerin ağırlıklı ortalama ile uzaklıkları hesaplandığında ortalama 6.573 km uzaklığındaki pazarlara ihracat yaptığı görülmektedir. En çok ihracat yapan ikinci ülke olan ABD ise ortalama 6.539 km uzaklığındaki pazarlara ihracat yaparken yaptığı ihracat ile bu iki ülkeyi takip eden Almanya'nın ise ortalama 3.101 km uzaklığındaki pazarlara ihracat yaptığı tespit edilmiştir.

AB üyelerinden Almanya, Hollanda, Fransa, İtalya, Birleşik Krallık, Belçika, İspanya, Polonya, Çekya, Avusturya, İrlanda, İsveç ve Macaristan ortalama 1500-3900 km aralığındaki pazarlara ihracat yapmaktadır. Açıkça görülmektedir ki, AB üyeleri daha önceki bölümde de belirtildiği üzere Birlik içi ticarete ağırlık vermiş ve Birliğin ticareti artırıcı etkisinden faydalanmışlardır. Dünyada en çok ihracat yapan 22. sırada yer alan Polonya ve 28. sırada yer alan Çekya'nın AB'nin üretim üssü konumuna geldiği de görülmektedir. Aynı şekilde NAFTA üyesi Kanada ve Meksika da fazla uzağa ihracat yapmayarak ticaret anlaşmasının üçüncü ortağı olan ABD'yi hedef pazar olarak seçmişlerdir. Kanada yaptığı ihracatın

yüzde 75'ini ABD'ye gerçekleştirirken, Meksika ise ihracatının yaklaşık yüzde 76,5'ini bu ülkeye gerçekleştirmektedir. Buradan da anlaşılmaktadır ki serbest ticaret anlaşmaları ve gümrük birlikleri üye ülkelerin ticaretini artırıcı özelliğe sahiptir.

Tabloda da açıkça görüleceği üzere ABD, Avustralya, Brezilya, Çin, Endonezya, Güney Kore, Hindistan, Japonya, Malezya, Singapur, Tayland ve Vietnam'ın çok uzun mesafelere bile ihracat yaptıkları görülmektedir.

168 milyar dolarlık ihracatı ile 2018 yılında en fazla ihracat yapan 31. ülke olan Türkiye ortalama 2.997 km'lik ihracat mesafesi ile 25. sırada yer almaktadır. Örnek gösterilen ülkelerin hedef pazarlara ulaşmak için uzaklık mesafesini sorun olarak görmedikleri açıkça ortadadır. Bu da ihracatçıların yeni ve uzak hedef pazarlara erişimde, mesafeleri sorun etmemeleri gerektiğini, Türkiye'nin yeni nesil lojistik merkezi projelerine ağırlık vererek, Türk ihracatının son yıllardaki hedef pazar çeşitlenmesinde yakalanan yüksek performansı kalıcı kılabileceği şekilde dünyanın en uzak köşesine bile ihracat yapmak için projeleri hızlandırması gerektiğini göstermektedir.

BÖLÜM 2

Tablo 21. Küresel Ticarete İhracat Yapılan Ülkelerin Ağırlıklı Ortalama Uzaklıkları (İhracat Yapılan Hedef Pazarlarda Rakip Ülkelerin İhracat Yaptığı Ülkelerin Ortalama Uzaklıkları)

Sıra	Ülke Grubu	İhracat (1.000 \$)	İhracat Yapılan Ülkelerin Ortalama Mesafesi (km)	İhracat Yapılan Ülkelerin Ortalama Mesafesine Göre Sıralaması	Kilometre Başına İhracat (1.000 \$)	Kilometre Başına İhracat Sıralaması
1	Çin	2.494.230.195	6.573	4	379.466	2
2	ABD	1.665.992.032	6.539	5	254.778	4
3	Almanya	1.556.744.351	3.101	23	502.014	1
4	Japonya	738.188.768	5.968	8	123.691	15
5	Güney Kore	605.169.190	4.926	11	122.852	16
6	Hollanda	585.622.815	2.245	29	260.856	3
7	Hong Kong	569.105.740	3.588	18	158.614	11
8	Fransa	568.974.863	3.105	22	183.245	6
9	İtalya	543.466.795	3.128	21	173.743	7
10	Birleşik Krallık	487.069.299	3.860	16	126.184	14
11	Belçika	466.653.580	2.064	31	226.092	5
12	Kanada	450.722.776	3.069	24	146.863	12
13	Meksika	450.531.651	2.810	27	160.332	9
14	Rusya	449.347.157	3.485	19	128.937	13
15	Singapur	411.741.747	4.750	12	86.682	19
16	Tayvan	335.815.761	4.165	15	80.628	20
17	İspanya	328.527.654	2.862	26	114.790	17
18	Hindistan	323.056.409	6.379	6	50.644	28
19	BAE	316.922.502	3.256	20	97.335	18
20	İsviçre	310.524.275	4.595	13	67.579	23
21	Suudi Arabistan	294.535.553	4.526	14	65.076	24
22	Polonya	261.815.269	1.515	34	172.815	8
23	Avustralya	253.827.863	8.633	2	29.402	33
24	Tayland	249.777.335	5.485	9	45.538	31
25	Malezya	247.285.745	5.080	10	48.678	29
26	Vietnam	242.969.228	6.784	3	35.815	32
27	Brezilya	239.889.210	10.980	1	21.848	35
28	Çekya	202.521.578	1.273	35	159.090	10
29	Endonezya	180.215.034	6.274	7	28.724	34
30	Avusturya	176.991.971	2.217	30	79.834	21
31	Türkiye	167.923.862	2.997	25	56.031	27
32	İrlanda	167.017.888	3.627	17	46.048	30
33	İsveç	165.926.284	2.675	28	62.029	25
34	Macaristan	123.957.885	1.586	33	78.158	22
35	Norveç	122.971.518	2.041	32	60.251	26
	Dünya	19.284.579.656	4.654			

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

Bu bilgiler ışığında, Ticaret Bakanlığı, İhracatçı Birlikleri ve lojistik sektörü ile bir araya gelerek, bilhassa Türkiye'nin hedef pazarlarına erişimi kolaylaştıracak, pazar hâkimiyeti ve kalıcılık anlamında, ihracatçılara destek olacak Lojistik Merkezlerinin hayata geçirilmesine 2020 yılında hız verilecektir. Bilhassa, e-ihracatın geleceği açısından da bu merkezler önemli bir ticaret üssü görevi üstlenirken, gerek stok kapasitesi gerekse iadelerde yaşanan maliyetlerin de azaltılmasına katkı sağlayacaktır.

2.2.6. E-İhracat Çalışmaları

Türkiye'nin 2020 ihracat hedeflerine ulaşmasında e-ihracatın önemli bir potansiyel arz etmesi sebebiyle, Ticaret Bakanlığı tarafından bu konuda ciddi adımlar atılmıştır. Türkiye'nin uluslararası ticaretteki payını artırmak ve ülkemizi bölgesel bir e-ticaret merkezi haline getirmek amacıyla 2018-2020 E-İhracat Stratejisi ve Eylem Planı hazırlanmıştır. Eylem planı; lojistik kapasitesinin geliştirilmesi, gümrük işlemlerinin sınır ötesi e-ticaret ihtiyaçları çerçevesinde geliştirilmesi, sınır ötesi e-ticarette, ürün güvenliği ve denetiminin etkinleştirilmesi, e-ihracat yapan firmaların uluslararası rekabetçiliğinin geliştirilmesi, Türkiye'de e-ihracat yapan firma sayısının artırılması, mikro girişimcilerin e-ihracatçı olmasının sağlanmasını içeren 7 ana hedef ve 23 eylem maddesinden oluşmaktadır.

İhracatçı firmaların sınır ötesi e-ticaret araçları ile daha etkin kanallar üzerinden buluşabilmesi hem pazar çeşitlendirmesi hem de sürdürülebilir ihracat modelinin yakalanabilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda, Türk mal ve hizmetlerinin uluslararası piyasalarda e-ihracat yoluyla yer alması, e-ticaret ekosistemi oluşturulması ve ülkemiz ile diğer ülkeler arasındaki e-ticaret potansiyelinin ortaya çıkarılması amacıyla 2019 yılında E-İhracat Platformu çalışmaları desteklenmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'deki başarılı şirket kurucuları, yatırımcılar, girişimciler ve profesyoneller tecrübe paylaşımlarında bulunmak üzere 30 Mart 2019 tarihinde İstanbul'da "E-İhracat Ortak Akıl Çalıştayı"nda bir araya gelmiştir. Yapılan çalıştay kapsamında, Türkiye'nin e-ihracattaki mevcut durumu ile ilgili görüşlerin genel çerçevede değerlendirilmesi yapılmış ve elde edilen verilerden yola çıkarak e-ihracat süreçlerinde ortaya çıkan sorunlar analiz edilmiştir. Son olarak mevcut durum ve sorun analizinde belirtilen durumların değiştirilmesine yönelik çözüm önerileri ve proje fikirleri belirtilmiştir. Bu doğrultuda lojistik süreçleri, mevzuat ve hukuki altyapı, destek ve teşvikler, ödeme hizmetleri, eğitim, bilgilendirme ve danışmanlık alanlarını içeren e-ihracat stratejisi için yol haritası belirlenmiştir. Bu kapsamda ülke ve sektör analizine imkân verecek şekilde sınır ötesi e-ticaret istatistiklerinin oluşturulması, Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi (ETGB) tüm taşıma modlarını kapsayacak hale getirilmesi, ihracatçıların uluslararası e-ticaret platformlarını etkin kullanmalarını sağlamaya yönelik destek mekanizmaları geliştirilmesi, e-ihracatçı firma tabanını ülke genelinde genişletmek ve sayısını artırmak için eğitim ve danışmanlık programları organize edilmesi, firmaların e-ihracatçı olmaya özendirilmesi, e-ihracat konusunda farkındalığı ve bilinirliği artırmaya yönelik etkinlikler gerçekleştirilecektir.



BÖLÜM 3:

KÜRESEL TİCARETTE 2030 BEKLENTİLERİ

KÜRESEL TİCARETTE 2030 BEKLENTİLERİ

Giderek artan dünya nüfusu ve gelir ile bu bileşenlere bağlı olarak artan küresel talep, küresel ticaret beklentilerini şekillendiren en önemli iki etmen olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle bu bölümde öncelikle dünya nüfusunun bölgelere ve gelir gruplarına göre dağılımındaki değişim beklentileri, sonrasında ise ülke grupları ve bölgelere göre gelirden beklentiler çerçevesinde 2030 ve ötesinde küresel talep ve bu talebin bölgelere göre dağılımı analiz edilecektir. Bu sayede 2020'ler ve ilerleyen yıllarda küresel ticarete beklentiler oluşturulacaktır.

3.1. Dünyada Küresel Nüfus Projeksiyonu ve Orta Sınıfın Yükselişi

Birleşmiş Milletler verilerine göre dünya nüfusunun 2020 yılında 7,8 milyara, 2030 yılında 8,4 milyara, 2050 yılında ise 9,4 milyara ulaşması beklenmektedir. 2020 yılında 4,6 milyar nüfusa ulaşması beklenen Asya kıtasının, 2030 yılında 5 milyarlık nüfusa

ulaşırken, oransal olarak baktığımızda Avrupa (664 milyon), Asya (525 milyon) Kuzey Amerika (338 milyon) öne çıkmakta idi. Orta sınıf büyümesinin çok nispeten zayıf olduğu Afrika'da bile, orta sınıfta meydana gelen artışın yine de fark edilir düzeyde gerçekleştiği ve birçok ülkede iç tüketimin artmasına önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Son yıllarda neredeyse tüm Afrika ve Asya ülkelerinde buzdolabı, televizyon, cep telefonu, motor ve otomobil ithalat ve satışları artmaya başlamıştır. (Tablo 23)

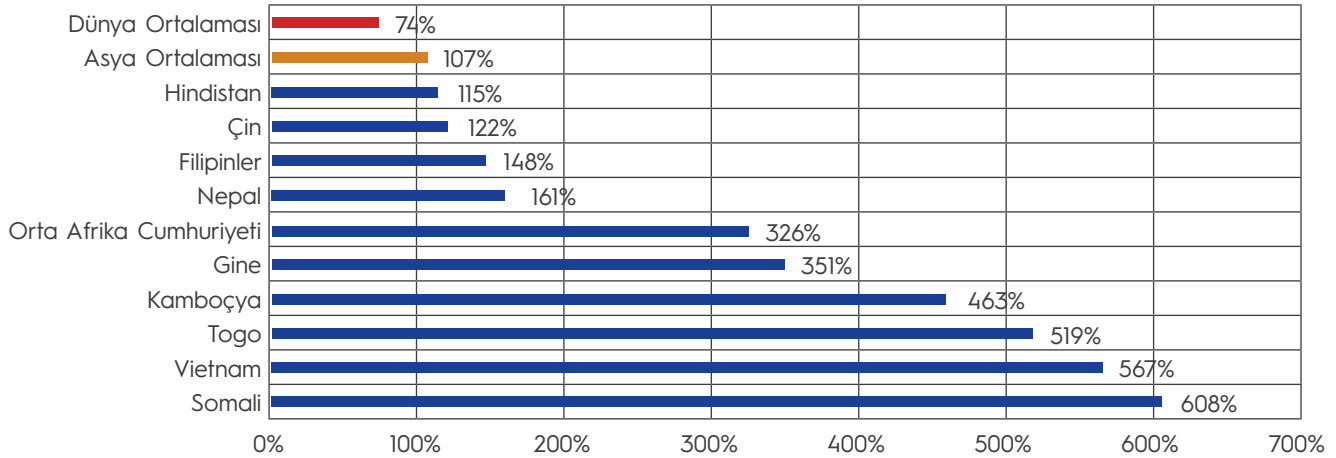
ulaşarak en kalabalık kıta olmaya devam etmesi beklenmektedir. 2020'dan 2030 yılına nüfus artış oranı beklentisi ise yüzde 7,2 düzeyindedir. 2030'da 2020'ye göre nüfusunda en çok artış beklenen kıtalar ise yüzde 25,9'luk oran ile Afrika ve yüzde 12,3'lük oranla Okyanusya kıtalarıdır. Nüfusunda düşüş beklenen tek kıta ise Avrupa'dır. (Tablo 22)

Tablo 22. 2030'a Doğru Dünya Nüfus Projeksiyonları

Kıta (Bin kişi)	2020	2030	2020-2030 Nüfus Değişim Oranı
Asya	4.641.055	4.974.092	7,2%
Afrika	1.340.598	1.688.321	25,9%
Avrupa	747.636	741.303	-0,8%
Okyanusya	42.678	47.919	12,3%
Kuzey Amerika	368.870	390.599	5,9%
Orta ve Güney Amerika	610.430	660.425	8,2%

oluşurken, oransal olarak baktığımızda Avrupa (664 milyon), Asya (525 milyon) Kuzey Amerika (338 milyon) öne çıkmakta idi. Orta sınıf büyümesinin çok nispeten zayıf olduğu Afrika'da bile, orta sınıfta meydana gelen artışın yine de fark edilir düzeyde gerçekleştiği ve birçok ülkede iç tüketimin artmasına önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Son yıllarda neredeyse tüm Afrika ve Asya ülkelerinde buzdolabı, televizyon, cep telefonu, motor ve otomobil ithalat ve satışları artmaya başlamıştır. (Tablo 23)

Tablo 23. 85 ve 87. Fasıllarda 2009 - 2018 Yılı İthalat Değişimi



Kaynak: TradeMap

Küresel orta sınıftaki nüfusun büyüklüğü 2009'da 1,8 milyar seviyelerinde iken, bu sayının 2030 yılında 4,9 milyara yükselmesi beklenmektedir. 2030'a kadar Asya kıtasındaki ülkelerin küresel orta sınıfın yüzde 66'sını temsil etmesi beklenmektedir.

Diğer taraftan, Sahraaltı Afrika'da da 2013 yılından itibaren Çin'in Kuşak - Yol inisiyatifi ile artan dış yatırımlar; orta sınıfın gelişiminde önemli bir ekonomik ve sosyal tetikleyici rolü üstlenmiştir. Bu yeni başlayan orta gelir grubunun istikrarlı bir orta sınıfa konsolide edilmesi, tüketimi ve iç talebi artırarak ekonomik ilerleme için sağlam bir temel sağlayabileceği düşünülmektedir.

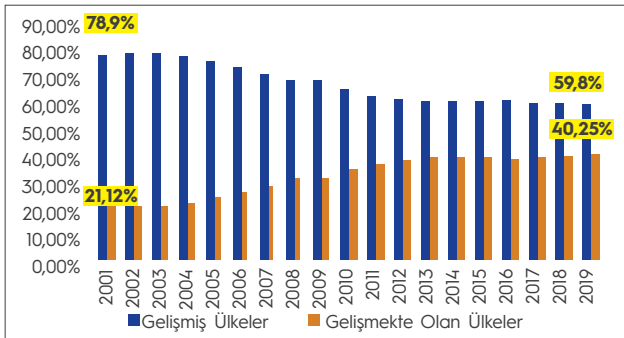
Afrika'da artan tüketim eğilimi, orta sınıfın büyümesiyle, binek otomobiller gibi dayanıklı malların talebini de beraberinde getirmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde orta sınıf beklentileri, ülkelerinin ekonomik durumları iyileştikçe, kamu hizmetlerine erişimden kalite ve kolaylık sağlanması, genel ürün sağlığı ve kalitesinin artması gibi konuların daha fazla gündeme gelmesini sağlayacaktır. Orta sınıfın talep ettiği kaliteli hizmetlerin sağlanması, kamu harcamalarında, teknolojik altyapı, sağlık, eğitim gibi yeni yatırımlar gerektirmektedir.

Tüketicilerin tüketim eğilimi aynı zamanda yaş aralıklarına göre de değişim göstermektedir. Bu kapsamda ülke gruplarına göre nüfusun yaş analizi yapıldığında ise şu sonuçlara ulaşılmaktadır: Birleşmiş Milletlere göre, düşük gelirli ülkelerde 2010 yılında yüzde 3,2 olan yaşlı nüfusun (65+ yaş) toplam nüfusa oranının, 2020 yılında yüzde 3,3'e, 2030 yılında ise yüzde 3,7'ye ulaşması beklenmektedir. Orta gelirli ülkelerde ise 2010 yılında yüzde 6,2 olan bu oran, 2020 yılında yüzde 8,2'ye, 2030 yılında ise yüzde 10,8'e ulaşması beklenmektedir. Yüksek gelirli ülkeler incelendiğinde ise 2010 yılında yüzde 15,1 olan oran, 2020 yılında yüzde 18,4'e, 2030 yılında ise yüzde 22'ye ulaşması beklenmektedir. Bu veriler incelendiğinde düşük gelirli ülkelerde yaşlı nüfus oranının orta ve yüksek gelirli ülkelere göre daha düşük olmasının yanında, her gelir grubunda yaşlı nüfus oranında artış beklentisinin bulunması dikkat çekicidir.

Genç nüfus (0-24 yaş) oranları ve bu oranlardaki beklentiler incelendiğinde ise, düşük gelirli ülkelerde 2010 yılında yüzde 63,5 olan genç nüfus oranının 2020 yılında yüzde 61,5'e 2030 yılında ise yüzde 58,1'e düşmesi beklenmektedir. Orta gelirli ülkelerde 2010 yılında yüzde 45,4 olan bu oranın 2020 yılında önce yüzde 41'e, 2030 yılında ise yüzde 38,2'ye düşmesi beklenmektedir. Yüksek gelirli ülkelerde ise 2010 yılında yüzde 30,7 olan genç nüfus oranının, 2020 yılında önce yüzde 28,2'ye, 2030 yılında ise yüzde 26,9'a düşmesi beklenmektedir. Bu veriler her gelir grubunda genç nüfusun toplam nüfusa oranının düşüş trendinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca her bir gelir grubunda ortalama yaşın arttığını, fakat yüksek gelir grubunda ortalama yaş daha yüksekken, düşük gelir grubunda ortalama yaşın daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, imalatçı ve ihracatçıların farklı yaş gruplarına göre değişen taleplere yönelik politikalar belirlemelerinde fayda görülmektedir.

Küresel gelirin dağılımının analizi yapıldığında ise, **Tablo 24**'te görüldüğü üzere 2001-2018 yıllarında gelişmiş ülkelerin dünya gelirinden aldıkları pay yüzde 79 seviyelerinden, yüzde 60 seviyelerine düşerken, gelişmekte olan ülkelerin dünya gelirinden aldıkları pay yüzde 21 seviyelerinden yüzde 40 seviyesine yükselmiştir. Bu iki ülke grubunun dünya gelirinden aldıkları paylar arasındaki makasın 2030'da biraz daha azalacağı beklenmektedir.

Tablo 24. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Dünya Gelirinden Aldıkları Pay



Kaynak: IMF

Kişi başına düşen gelir perspektifinden bakıldığında ise **Tablo 25**'te görüldüğü üzere gelişmekte olan ülkelerde kişi başına düşen gelir 2001-2019 yılları arasında büyük oranda artış gösterirken, gelişmekte olan ülkelerin 2024 yılına kadar da bu artışını sürdürmeye devam edeceği öngörülmektedir. Özellikle Sahraaltı Afrika ve Asya kıtasında bulunan gelişmekte olan ülkelere de

artışın daha belirgin olacağı görülmektedir. 2001-2019 yıllarında gelişmekte olan Avrupa ülkelerinde ise yine artış eğiliminin olduğu görülse de hem artışın diğer gelişmekte olan ülkelere kıyasla zayıf kaldığı hem de bu ülkelerde 2013 yılında ortalama 12.153 dolar ile zirveye ulaşan kişi başına düşen gelirin 2018 yılında 10.141 dolar ile bu seviyenin altında olduğu görülmektedir. Bu durum da gelişmekte olan Avrupa ülkelerinde talep artışının diğer bölgelerdeki gelişmekte olan ülkelere kıyasla daha zayıf olacağını göstermektedir.

Tablo 25. Gelişmekte Olan Ülkelerde Kişi Başına Düşen Milli Gelir (\$)

Yıl	Gelişmekte Olan Asya Ülkeleri	Gelişmekte Olan Avrupa Ülkeleri	Sahraaltı Afrika	Latin Amerika ve Karayipler
2006	1.522	6.702	2.444	3.192
2007	1.907	8.580	2.971	3.779
2008	2.274	10.549	3.519	4.397
2009	2.448	8.252	3.317	4.052
2010	2.921	9.587	3.936	5.073
2011	3.450	11.188	4.591	5.909
2012	3.768	11.504	4.789	5.937
2013	4.078	12.153	5.016	6.023
2014	4.362	11.435	5.111	5.989
2015	4.524	8.829	4.785	5.272
2016	4.569	8.646	4.699	5.057
2017	4.923	9.747	5.025	5.460
2018	5.311	10.141	5.260	5.250
2019	5.590	10.049	5.377	5.188
2020*	5.989	10.522	5.651	5.352
2021*	6.448	11.151	5.992	5.634
2022*	6.930	11.769	6.352	5.922
2023*	7.443	12.385	6.733	6.234
2024*	7.993	13.047	7.139	6.547

Kaynak: IMF, *Tahmin

Gelişmekte olan ülkelere gelir artışı bu ülkelerin talep ettiği ürünlerin de farklılaşmasına neden olacaktır. Bu farklılaşmanın daha iyi anlaşılması için **Tablo 26** oluşturulmuştur. Tabloda Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi (UNDESA) Comtrade verilerine göre Geniş Ekonomik Sınıflandırma (BEC) alt kırılımına göre küresel taleplerinde en çok artış beklenen ilk 15 ülke görülmektedir. Tabloda 57 farklı ülke yer alırken bu ülkeler arasında Gürcistan, Hindistan, Kırgızistan, Maldivler, Moğolistan, Mozambik, Moldova, Birleşik Arap Emirlikleri ve Zambiya ülkeleri altı defa bütün ürün gruplarında sıralamaya girmişlerdir. İhracatçılarımızın bu ülkelere ürün satarken ürünlere göre talep gelişmelerini göz önünde bulundurmalarında fayda görülmektedir. Artan orta gelirli nüfusa ve ülkedeki sanayileşmenin tam gerçekleşmemesi nedeni ile tüketim mallarında talep artışı gösteren ülkelere her türlü bitmiş mamul satılabilirken, sanayileşme yolundaki ülkelere ise hammadde, yedek parça ve makine satılabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

BÖLÜM 3

Tablo 26. Küresel Talepte Geniş Ekonomik Sınıflandırma Alt Kırılımlarına Göre En Çok Artış Beklenen İlk 15 Ülke

Taşımacılık sektörü hariç sermaye malları	Tüketim malları	Gıda ve İçecek	Sanayi malları	Taşımacılık sektörü ürünleri	Bütün ürünler
Guyana	Kırgızistan	Çin	Gürcistan	Hindistan	Gürcistan
Kırgızistan	Azerbaycan	Benin	Azerbaycan	Gürcistan	Kırgızistan
Hindistan	Hindistan	Myanmar	Mozambik	Romanya	Hindistan
Gürcistan	Gürcistan	Kırgızistan	Kuzey Makedonya	Ermenistan	Moğolistan
Moğolistan	Çin	Zimbabve	Kırgızistan	Moldova Cumhuriyeti	Çin
Ermenistan	Endonezya	Türkiye	Çin	Rusya	Zambiya
Sao Tome ve Principe	Katar	Bulgaristan	Namibya	Fas	Katar
Burkina Faso	Kazakistan	Gürcistan	Moğolistan	Moğolistan	Birleşik Arap Emirlikleri
Mozambik	Myanmar	Romanya	Zambiya	Çin	Azerbaycan
Paraguay	Moldova Cumhuriyeti	Katar	Maldivler	Katar	Maldivler
Maldivler	Moğolistan	Mozambik	Hindistan	Bolivya	Guyana
Azerbaycan	Belarus	Macaristan	Katar	Kırgızistan	Uganda
Nijerya	Burkina Faso	Litvanya	Birleşik Arap Emirlikleri	Mozambik	Myanmar
Birleşik Arap Emirlikleri	Birleşik Arap Emirlikleri	Polonya	Uganda	Slovakya	Moldova Cumhuriyeti
Zambiya	Romanya	Moldova Cumhuriyeti	Singapur	Filipinler	Mozambik
Rusya	Rusya	Hindistan	Nikaragua	Zambiya	Romanya
Endonezya	Ukrayna	Endonezya	Paraguay	Letonya	Slovakya
Slovakya	Ermenistan	Slovakya	Umman	Paraguay	Paraguay
Moldova Cumhuriyeti	Sao Tome ve Principe	Kazakistan	Burkina Faso	Pakistan	Endonezya
Romanya	Slovakya	Uganda	Moldova Cumhuriyeti	Birleşik Arap Emirlikleri	Pakistan
Pakistan	Zambiya	Letonya	Ermenistan	Peru	Peru
Bolivya	Filipinler	Azerbaycan	Pakistan	Kuzey Makedonya	Bolivya
Litvanya	Polonya	Güney Afrika	Peru	Fiji	Ermenistan
Fildişi Sahili	Kenya	Şili	Türkiye	Fildişi Sahili	Litvanya
Umman	Zimbabve	Çekya	Tanzanya	İrlanda	Rusya
Suudi Arabistan	Peru	Maldivler	Myanmar	Şili	Namibya
Myanmar	Kuzey Makedonya	Birleşik Arap Emirlikleri	Bulgaristan	Kıbrıs	Benin
Kuzey Makedonya	Mozambik	Madagaskar	Kazakistan	Maldivler	Burkina Faso
Uganda	Litvanya	Moğolistan	Litvanya	Güney Kore	Polonya
Belarus	Maldivler	Zambiya	Endonezya	Çekya	Nijerya

Kaynak: Comtrade

Nüfus ve gelirin analiz edilmesinden sonra 2030'a doğru küresel ithalat beklentilerinin ortaya konulması küresel ticaretin geleceğini anlamak bakımından önemlidir.

3.2. Kapsayıcı Dijitalleşme, Paylaşım Ekonomisi ve Tüketim Eğilimlerindeki Değişim

2030 senaryoları kapsamında, "Kuzey" in yavaşlayan ekonomik büyümesi, öncelikli sektörlerde verimlilik artışının yavaşlaması, gelişmekte olan Asya'da çeşitli ticaret politikası reformlarının yükselişe geçmesi, değişen sektörel paylaşımlar ve ticarete açıklık konuları dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, daha hızlı büyüme kaydeden özellikle Asya ekonomilerinin önümüzdeki 10 yıl içinde öngörülen küresel ekonomiden çok daha büyük pay alması beklenmektedir. Batı Avrupa'nın küresel ekonomideki payının üçte birden dörtte bir düşmesi öngörülmektedir; özellikle, Gelişmekte olan Asya'da kişi başı milli gelirin, küresel ekonomiden aldığı payın yüzde 20'den yüzde 42'ye yükseleceği tahmin edilmektedir. Global katma değer sektörlerine göre ayrıldığında ise, 2030'a gelindiğinde, Çin'in dünyanın en büyük ana ürün üreticisi ve imalatçısı olacağı görülmektedir.

2030 küresel ticaret beklentileri kapsamında ise, tüm ürünlerin küresel ihracattaki payının gelişmekte olan ülkelerde neredeyse ikiye katlanarak yükselmesi, Çin'in tek başına dünya ticaretinden aldığı payı yüzde 7'den yüzde 20'ye çıkarması öngörülmektedir. Gelişmekte olan Asya için ise artış yüzde 18'den yüzde 29'a kadar çıkmaktadır. Dünya ihracatında ana ürünlerin gelişmekte olan ülke payı görece bir miktar artarken, imalatçıların payı önemli ölçüde artmaktadır. Öte yandan Dünya ithalatında ana ürünlerin gelişmekte olan ülkelerdeki payı Asya'nın hızlı sanayileşmesiyle birlikte önemli ölçüde artmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin tarım ve gıda ürünlerindeki ihracat payının değişmeyeceği öngörülmektedir, bu ülke grubunun küresel tarım ürünleri ithalatındaki payı önemli ölçüde artacaktır. Bu yükselişin sebebi ise Çin'den değil Hindistan'dan kaynaklanmaktadır. Önemli bir nüfus artışı yaşayacak olan bu ülkeler, 2030 yılına kadar gıda ithalatına çok daha bağımlı hale gelecek ve en azından temel gıdaya olan ithalat bağımlılığını azaltmak için koruyucu bariyer arayışına gireceklerdir.

İkili ticaret ilişkilerine bakıldığında ise, Güney-Güney kapsamında küresel ticaretteki payın 2030'a kadar yüzde 13'den yüzde 27'ye çıkarak ikiye katlanması, Kuzey-Kuzey kapsamında ise bunun aksine yüzde 51'den yüzde 30'a düşmesi öngörülmektedir. İki gelişmekte olan ülke grubu arasında ticaret yoğunluğunun 2030'a kadar artması beklenmektedir. Asya ülkelerinin ticaret/ GSYH oranlarında öngörülen büyüme nedeniyle, Asya ticaretinin diğer bölgelerle tahmini eğilim indeksine bakıldığında; yüksek gelirli ülkelere ihracat 0,38'den 0,50'ye ve diğer gelişmekte olan ülkelere ihracat 0,35'ten 0,44 oranlarında artmaktadır. "ASEAN + 6" arasında Serbest ticaretin oluşumunu takiben mal ticareti engellerinin tamamen serbestleştirilmesi öngörülmektedir. 2030 yılına gelindiğinde yüksek gelirli ülkelerde GSYH ve sermayenin büyüme oranlarında üçte bir azalma gerçekleşmesi öngörülmektedir.

Ayrıca, giderek artan rekabet ortamının daha çok yeniliğe teşvik ederken daha yüksek sermaye birikimi ve verimlilik artışını sağlaması, E-ticaretin ise 2030 yılında 2,1 trilyon dolara yükselmesi beklenmektedir. 2030 küresel ticaret beklentileri kapsamında, lojistik teknolojileri iyileşmeye devam edecek, nesnelerin interneti gerçek zamanlı sevkiyat takibi ile taşımacılık hizmetlerinin etkinliğini artıracak, yapay zeka halihazırdaki yol koşullarına göre kamyonlara rota belirleme imkanı sağlayacaktır. Otomasyona dayalı doküman yönetimi, kamyonların gümrüklerdeki bekleme sürelerini azaltacaktır. Limanlarda, otonom araçlar yük indirme ve yükleme işlemlerindeki hataları azaltacaktır. Blokzincir taşıma çözümleri transit süresini ve ödemelerini azaltacaktır. Yeni lojistik teknolojilerinin nakliye ve gümrük süreçlerini yüzde 16 ila 28 arasında azaltması beklenmektedir. Literatürdeki çalışmalar, süreçlerdeki her yüzde 1'lik iyileşmenin, ticaret akışını yüzde 0,4 artırdığına işaret etmektedir. Bu anlamda süreçten en büyük kazancı halihazırda hantal ve uzun lojistik ve gümrük süreçlerine sahip olan Bangladeş, Hindistan ve Endonezya'nın yakalaması beklenmektedir. Günümüzde malların dolaşım hızını yavaşlatan ithalatların, bu teknolojiler sayesinde 2030 yılındaki küresel ticareti yüzde 6 ila 11 arasında artırması beklenmektedir.

3 boyutlu yazıcılar bazı spesifik ürünlerin ticaretini azaltırken, 2030 yılında bu rakama konu imalat mallarının yüzdesinin artması beklenmektedir. Bu kapsamda otomasyon, yapay zeka ve katmanlı imalat küresel mal ticaretini 2030 yılında yüzde 10'a kadar azaltabilecektir. Bunun yanında gelişmekte olan ülkeler bu teknolojileri verimlilik artırımı için kullanabilecektir. Fiziksel ortamdaki dijital platformlara geçiş trendi, Netflix, Tencent Video ve Spotify gibi internet üzerinden yayınları ve üyelik modellerini daha da popüler hale getirecektir.

2030 yılında Dünya nüfusun yüzde 75'i internete, mobil bağlantı yoluyla erişmesi ve nüfusun yüzde 60'ının geniş bant erişimine sahip olması beklenmektedir. Araçlar, ev eşyaları ve hatta insan vücudunda internet kullanımının yaygınlaşarak 2017 yılında 27 milyar olan internete bağlı cihaz sayısının, 2030 yılında 125 milyara yükselmesi öngörülmektedir.

2030 yılında Avrupalı araçların neredeyse tamamı internete bağlı olması ve bu durumun yolların güvenilirliğini artırması beklenmektedir. 2030 yılında havayolu taşımacılığının daha güvenilir olacağı öngörülmektedir. Çeşitli kuruluşların raporlarına göre, 2030 yılında havayolu yolcu sayısı bugünkü 7 milyar rakamını ikiye katlayacak ve bu artışın büyük bölümü Asya'nın

orta sınıfından gelecek. Sektörün istihdam ihtiyacı da artacak, bu kapsamda 2030 yılında ticari havacılık sektörü bugünkünden 3 kat fazla pilota ihtiyaç duyacak. Gelişen altyapı, ülkeler arasındaki mal ticaretinin artışına katkı sağlayacak. Havayolu yük taşıma kapasitesi üç katına ve deniz konteynerlerinin liman muamele hizmetleri 2030 yılında dört katına çıkacak. 2030 yılında özel araç sahipliği Avrupa ve ABD'de düşerken, paylaşımlı araçların kullanımı artacak.

Ayrıca özel araç sahipliğindeki düşüşe rağmen, araç satış miktarının yükselmesi beklenmektedir. Örneğin Çin'in 2030 yılında, bugünkünden yüzde 50 daha fazla araca sahip olacağı düşünülmektedir. Yapılan bazı çalışmalar da yeni araçların yarısının elektrikli olacağına işaret etmektedir. Demiryolu taşımacılığı da inovasyonun odak noktalarından biri olacak. Hyperloop gibi süper yüksek hızlı trenler, yolculuk süresinin yüzde 90'a kadar azaltılmasına katkı sağlayacak ve yeni nesil süper hızlı trenler daha çevreci olacak.

Son beş yıldaki yüzde 3'ün biraz altında olan küresel büyüme eğiliminin devam edeceği ve 2030'a kadar küresel GSYİH'nin 2017 yılına göre yaklaşık yüzde 40 büyüme göstereceği öngörülmektedir. Önümüzdeki on yıl boyunca, küresel büyümenin kabaca yüzde 70'i gelişmekte olan ülkelere kaynaklanacaktır. 2030'a kadar Gelişmekte olan ülkeler, küresel GSYİH'nin kabaca yüzde 50'sini oluşturacakları öngörülmektedir. Çin'in önümüzdeki on yılda küresel büyümeye en büyük katkısı yapmaya devam edeceği ve 2030'a kadar dünyanın en büyük ekonomisi haline geleceği genel bir beklenti haline gelmiştir.

2030 yılına ilişkin küresel beklenti ve eğilimler ışığında, çalışmanın dördüncü bölümdeki ithalat beklentileri hesaplanırken, 2001-2018 yılları arasındaki yılların ithalat verilerinden yola çıkılarak, 2002-2018 yılları arasındaki 17 yıla ait ithalattaki büyüme oranları her ülke için tespit edilmiş ve sonraki yıllarda aynı büyüme trendinin devam edeceği öngörülerek ülkelerin ithalat beklentileri oluşturulmuştur. Rakamlar yalnızca öngörülen ibaret olup küresel ticareti etkileyen gelişmelere bağlı olarak farklı gerçekleşebilir.

Tablo 27'de 2018 yılında dünyada en çok ithalat yapan 25 ülkenin 2019-2023 ve 2030 yıllarına ait ithalat projeksiyonları görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında en çok ithalat yapan ilk 10 ülkenin 2023 yılında değişmediği, fakat sıralamada şu şekilde değişiklikler olacağı öngörülmektedir: 2018 yılında ilk sırada bulunan ABD'nin 2023 yılında zirveyi Çin'e terk edeceği görülmektedir, Birleşik Krallık'ın ise 2018 yılında listede 5.sıradayken, 2023 yılında 9. sıraya gerilemesi ve 2030 yılında ise en çok ithalat yapan ilk 10 ülke arasındaki yerini Vietnam'a bırakacağı öngörülmektedir.

2030 yılında ise 2018 yılında en çok ithalat yapan 10.ülke olan Hindistan'ın listede büyük bir sıçramayla 3.sıraya yerleşeceği öngörülmektedir. Yine ithalatında büyük bir artış yaşanması beklenen Vietnam'ın 2018 yılında listede 23. sıradayken 2030 yılında 5. sıraya yükselmesi beklenmektedir. 2018 yılında listede ilk 10 ülke arasında 8.sırada yer alan Güney Kore'nin ise 6.sıraya yükselmesi öngörülmektedir. Yine 2018 yılında 22. sırada yer alan Rusya'nın 11.sıraya yükselmesi öngörüsü dikkat çekicidir.

BÖLÜM 3

Tablo 27. 2018 Yılında Küresel Ticarete Lider Ülkelerin 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

İthalatçı Ülke	2018 Yılı İthalatı	2019 Yılı İthalatı	2023 Yılı İthalatı	2030 Yılı İthalatı	Dünya İthalatında Sıra (2018)	Dünya İthalatında Sıra (2019)	Dünya İthalatında Sıra (2023)	Dünya İthalatında Sıra (2030)
ABD	2.612,4	2.757,8	3.425,1	5.004,5	1	1	2	2
Çin	2.135,0	2.449,5	4.244,7	11.108,9	2	2	1	1
Almanya	1.287,4	1.372,7	1.774,1	2.779,6	3	3	3	4
Japonya	748,4	791,1	988,0	1.457,7	4	4	5	7
Birleşik Krallık	669,6	698,1	824,7	1.103,9	5	5	9	12
Fransa	660,1	696,9	865,7	1.265,4	6	6	7	9
Hong Kong	627,3	672,9	890,6	1.454,6	7	7	6	8
Güney Kore	535,2	585,0	835,0	1.556,7	8	9	8	6
Hollanda	521,5	557,0	725,1	1.150,5	9	10	10	10
Hindistan	507,6	589,6	1.073,3	3.062,2	10	8	4	3
İtalya	499,3	526,0	647,8	932,7	11	11	11	17
Meksika	464,3	495,6	643,2	1.015,4	12	12	12	14
Kanada	459,8	482,4	584,0	816,2	13	13	14	20
Belçika	450,4	479,3	615,0	951,3	14	14	13	15
İspanya	376,2	400,2	512,4	789,7	15	16	17	21
Singapur	370,5	400,5	546,7	942,8	16	15	15	16
Tayvan	286,5	306,8	403,8	652,9	17	17	21	25
İsviçre	278,7	301,2	410,9	707,8	18	18	20	23
Polonya	267,7	299,2	466,7	1.016,0	19	19	18	13
BAE	261,5	276,3	344,1	505,3	20	21	25	29
Tayland	250,9	275,3	399,4	765,8	21	22	22	22
Rusya	238,2	270,9	453,6	1.117,8	22	23	19	11
Vietnam	236,8	278,7	534,8	1.672,5	23	20	16	5
Avustralya	227,3	246,6	341,6	604,4	24	25	26	26
Türkiye	223,0	250,1	395,4	881,2	25	24	23	18

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 28'de 2018 yılında dünyada en çok ithalatı yapılan 25 2'li GTİP kodunda 2019-2023 ve 2030 yıllarına ait ithalat projeksiyonları görülmektedir. 2018 yılında en çok ithalatın yaklaşık 3 trilyon dolar ile 85 2'li GTİP kodlu ürün grubunda gerçekleştiği görülmektedir. Bu grubu 2,6 trilyon dolarlık ithalat ile 27 2'li GTİP kodlu ürün grubu izlemekte, 3. Sırada ise 2,4 milyar dolarlık ithalatla 84 2'li GTİP kodlu ürün bulunmaktadır. Buna göre, 2018 yılında en çok ithal edilen 2'li GTİP Kodlu

ürün grubu olan 85 numaralı GTİP Kodunun yerini 2023 yılında 27 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubuna bırakacağı öngörülmektedir. En çok ithalatı yapılan 2'li GTİP kodlu ürün grupları arasında 2018 yılında 9.sırada bulunan 29 numaralı ürün grubunun 2030 yılında 11.sıraya gerileyerek ilk 10 ürün arasından yerini 2018 yılında 14.sırada bulunan 26 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubuna bırakacağı öngörülmektedir.

Tablo 28. 2018 Yılında Dünyada En Çok İthalatı Yapılan 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (milyar \$)

2'li GTİP Kodu (Fasıl)	2018 Yılı İthalatı	2019 Yılı İthalatı	2023 Yılı İthalatı	2030 Yılı İthalatı	Dünya İthalatında Sıra (2018)	Dünya İthalatında Sıra (2019)	Dünya İthalatında Sıra (2023)	Dünya İthalatında Sıra (2030)
'85	2.973	3.200	4.298	7.200	1	1	2	2
'27	2.632	2.949	4.651	10.322	2	2	1	1
'84	2.337	2.484	3.170	4.860	3	3	3	3
'87	1.545	1.651	2.149	3.412	4	4	4	4
'39	670	726	997	1.736	5	5	7	7
'71	633	702	1.060	2.178	6	6	5	5
'30	622	688	1.033	2.103	7	7	6	6
'90	613	659	877	1.446	8	8	8	10
'29	485	519	681	1.094	9	9	10	11
'72	440	487	731	1.489	10	10	9	9
'99	331	350	433	631	11	11	13	14
'73	321	349	484	860	12	12	12	12
'88	249	264	332	498	13	15	15	18
'26	249	290	532	1.542	14	13	11	8
'94	249	267	354	580	15	14	14	16
'38	220	238	331	588	16	16	16	15
'61	216	228	282	410	17	17	20	21
'62	213	222	263	354	18	18	21	26
'40	201	218	303	539	19	19	17	17
'76	196	211	287	491	20	20	19	19
'48	179	186	215	278	21	22	23	33
'74	170	191	302	679	22	21	18	13
'44	156	165	204	296	23	23	26	29
'33	145	158	226	421	24	24	22	20
'64	144	153	196	302	25	25	27	28

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 29'de yer alan 2'li GTİP kodlu ürün gruplarının açıklamaları görülmektedir.

Tablo 29. 2'li GTİP / Fasıl Kodları ve Açıklamaları

2'li GTİP Kodları	Fasıl Açıklamaları
01	Canlı hayvanlar
02	Etiler ve yenilen sakatat
03	Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar
04	Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler
05	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)
06	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları
07	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
08	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler
09	Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat
10	Hububat
11	Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni
12	Yağlı tohum ve meyveler, muhtelif tane, tohum ve meyveler, sanayiide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem
13	Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülusalalar
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, yemeklik katı yağlar, hayvansal ve bitkisel mumlar
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları
17	Şeker ve şeker mamulleri
18	Kakao ve kakao müstahzarları
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastaçılık ürünleri
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar
21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalaları, çay hülusalaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke
23	Gıda sanayiinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler
25	Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento

BÖLÜM 3

26	Metal cevherleri, cüraf ve kül
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar
28	İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik anorganik bileşikleri
29	Organik kimyasal ürünler
30	Eczacılık ürünleri
31	Gübreler
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, tanenler, boyalar, pigmentler,vb, vernikler, vb. macunlar, mürekkepler
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları
34	Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler, yıkama yağlama müstahzarları, mumlar,bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları
35	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler
36	Barut ve patlayıcı maddeler, piroteknik mamulleri, kibritler, piroforik alaşımlar, ateş alıcı maddeler
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşarat öldürücüler, vb.)
39	Plastikler ve mamulleri
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler
42	Deri saracıye eşyası, eyer koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya
43	Kürkler ve taklit kürkleri, bunların mamulleri
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü
45	Mantar ve mantardan eşya
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası
47	Odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları, geri kazanılmış kâğıt veya karton (döküntü, kırıntı ve hurdalar)
48	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makina yazısı metinler ve planlar
50	İpek
51	Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı, at kılından iplik ve dokunmuş mensucat
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat
53	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler, kâğıt ipliği ve kâğıt ipliğinden
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler
55	Sentetik ve suni devamsız lifler
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları
58	Özel dokunmuş mensucat, tuftedilmiş dokunabilir mensucat,dantela,duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya
60	Örme eşya
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı

62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı
65	Başlıklar ve aksamı (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksamı
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya
68	Taş, alçı, çimento, amyanıt, mika veya benzeri maddelerden eşya
69	Seramik mamulleri
70	Cam ve cam eşya
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar
72	Demir ve çelik
73	Demir veya çelikten eşya
74	Bakır ve bakırdan eşya
75	Nikel ve nikelden eşya
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya
78	Kurşun ve kurşundan eşya
79	Çinko ve çinkodan eşya
80	Kalay ve kalaydan eşya
81	Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya
82	Adi metallerden aletler, bıçakçı eşyası ve sofrta takımları, adi metallerden bunların aksam ve parçaları
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)
84	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme verme, televizyon görüntü ses kaydetme verme cihazları,aksam parça aksesuarı
86	Demiryolu vb. hatlara ait taşıtlar ve malzemeler, bunların aksam parçaları, mekanik trafik sinyalizasyon cihazları
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı
88	Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçalar
89	Gemiler ve suda yüzen taşıt ve araçlar
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları
92	Müzik aletleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar
98	Zati eşya, kumanya ve başka yerde belirtilmeyen diğer eşyalar
99	Kişisel eşyalar, deniz ve hava taşıtlarına verilen kumanya ve malzeme (yakıtlar hariç)

Kaynak: TÜİK

Tablo 30'da 2018 yılında Türkiye'nin en çok ihracatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 87 Numaralı 2'li GTİP Kodlu Ürün Grubunun 2030 yılına kadar listede yerini koruyacağı öngörülmektedir. Yine Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 2.ürün grubu olan 84 numaralı 2'li GTİP kodunun ise listedeki yerini koruyacağını öngörülmektedir. 61 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2018 yılında 3.sırada olmasına rağmen 2030 yılında 9.sıraya gerilemesi ve yerini 27 numaralı 2'li GTİP koduna bırakması beklenmektedir.

2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürünlerin sabit kalacağı öngörülmektedir.

Görüleceği üzere 2018 yılında küresel ticarete yön veren ilk 5 sektör sırası ile '85, '27, '84, '87 ve '39 GTİP kodlu ürün grupları olurken Türkiye ise dünyaya en çok sırası ile 87, '84, '61, '72 ve '85 GTİP kodlu ürün gruplarında ihracat yapmıştır. Açıkça görülmektedir ki ihracatçılar, küresel talepte ilk 5 sırada yer alan sektörlerden 3'ünde yüksek performans göstermişken küresel ticarete ağırlığı olan 27 ve 39 GTİP kodlu ürünler yerine dünyaya ağırlıklı olarak 61 ve 72 GTİP kodlu ürün gruplarından ihracat yapmışlardır. Günümüzde küresel talepleri karşılamada başarı gösteren ihracatçıların, sektörlerin gelecekteki trendlerini yakın takip etmelerinde ve bununla birlikte ürün çeşitlendirmelerini ve üretim süreçlerini bu doğrultuda güncellemelerinde fayda görülmektedir.

Tablo 30. 2018 Yılında Türkiye'nin En Çok İhracatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (milyar \$)¹

2'li GTİP Kodu (Fası)	2018 Yılı İhracatı	2019 Yılı İhracatı	2023 Yılı İhracatı	2030 Yılı İhracatı	İhracat Sırası (2018)	İhracat Sırası (2019)	İhracat Sırası (2023)	İhracat Sırası (2030)
'87	28,9	33,6	61,1	174,1	1	1	1	1
'84	19,0	21,9	38,7	104,6	2	2	2	2
'61	11,4	12,1	15,3	23,2	3	4	6	9
'72	11,1	12,3	18,4	37,6	4	3	3	6
'85	10,0	10,9	15,5	28,7	5	5	5	8
'62	9,1	9,7	12,6	19,8	6	6	10	10
'27	7,2	8,4	15,7	46,8	7	7	4	3
'73	7,1	8,1	14,0	36,3	8	8	9	7
'39	6,7	7,8	14,3	41,3	9	9	8	5
'71	6,4	7,5	14,3	44,7	10	10	7	4
'08	4,8	5,2	7,1	12,2	11	11	11	15
'94	3,5	4,0	7,0	18,2	12	12	12	11
'40	3,2	3,6	5,5	11,9	13	13	14	16
'25	3,1	3,4	4,8	8,9	14	14	15	19
'76	2,9	3,3	5,6	14,2	15	15	13	12
'63	2,3	2,4	3,0	4,2	16	17	23	23
'57	2,1	2,4	4,1	10,2	17	16	16	17
'28	2,1	2,4	3,9	9,7	18	18	17	18
'20	2,0	2,2	3,0	5,3	19	19	22	22
'52	1,9	2,0	2,4	3,4	20	21	24	25
'48	1,8	2,1	3,4	8,2	21	20	20	20
'74	1,7	2,0	3,3	8,1	22	22	21	21
'19	1,7	2,0	3,8	12,5	23	23	18	14
'30	1,6	1,9	3,8	12,7	24	24	19	13
'99	1,6	1,7	2,2	3,5	25	25	25	24

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

¹ Hesaplama TradeMap verileri kullanılarak dünya ülkelerinin tamamının toplamda Türkiye'den en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodları ile yapılmıştır.

3.3. Türkiye Jeopolitiğinde Ticaretin Evrimi

Yıllar içinde uluslararası piyasalarda rekabet gücünü arttırarak hem ihracat tutarını yukarılara taşıyan hem de yeni pazarlara ulaşarak pazarlar çeşitliliğini önemli ölçüde genişleten ülkemiz; 2017 yılında 157 milyar, 2018 yılında da 168 milyar dolar, 2019 yılı sonu itibarı ile de 180,5 milyar dolarlık ihracat hacmine¹ ulaşmıştır. 2017 yılında ihracat yapılan ülke sayısı 210'a 2018 yılında 214'e, 2019 yılında ise 226 ülkeye yükselirken 10 milyon ABD doları tutarın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı ise 2017 yılında 155'e 2018 yılında da 170'e, 2019 yılında ise 175'e yükselmiştir. Yıllar içerisinde yaşanan ihracat artışı ile birlikte, Türkiye'nin küresel pazarlardaki payının da önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Türkiye, ihracatıyla 2001 yılında küresel mal talebinin yüzde 0,51'lik payını karşılarken, 2017'de bu oranı yüzde 0,9'a çıkarmış, 2018 yılında da bu payını korumuştur.

Türkiye, Avrupa, Rusya, Kuzey Afrika ve Ortadoğu, Asya ve Kafkasya bölgeleri arasında bir köprü konumundadır. Türkiye'nin 1. ve 2. kuşak olmak üzere etrafında toplam 73 ülke bulunmaktadır. Küresel anlamda hâsıla, nüfus, küresel gelişmeler ve ticaretin geçmiş dönemlerde olduğu gibi önümüzdeki yıllarda da ülkemizin dış ticaret politikalarını da önemli oranda etkilemesi beklenmektedir.

23,7 trilyon dolar GSYH ve 16,1 trilyon dolar dış ticaret (ihracat + ithalat) hacmine sahip bu 73 ülkede yaklaşık 1,4 milyar insan yaşamaktadır. **Tablo 31'de** Avrupa (28 AB üyesi ve 11 yükselen ve gelişmekte olan Avrupa ülkesi) en çok nüfusa, milli gelire ve dış ticaret imkânına sahip coğrafya olarak dikkat çekmektedir. Avrupa'dan sonra Sovyetler Birliği'nin dağılması ile ortaya çıkan devletlerden 12 tanesinin oluşturduğu Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)² ikinci büyük pazar olarak yer almaktadır. Ortadoğu (IMF sınıflamasında yer alan 12 ülke ve İsrail ile birlikte 13 ülke) ve Kuzey Afrika (IMF sınıflamasında yer alan 9 ülke) ise son yıllarda Türkiye'nin yaptığı açılımlarla ihracatçı firmalar için yeni ve alternatif pazarlar haline gelmiştir.

Tablo 31 Türkiye'nin 1. ve 2. Kuşak Komşu Ülkelerinin Verileri

Ülke Grubu	Nüfus (Milyon)	GSYH (Milyar Dolar)	İhracat (Milyar Dolar)	İthalat (Milyar Dolar)	Toplam Dış Ticaret Hacmi (Milyar Dolar)	Bölgede Yer Alan Ülke Sayısı
Avrupa	606,2	18409	6493,6	6741,6	13235,2	39
Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)	287	2081,9	384,2	519	903,2	12
Ortadoğu	245,3	2562,4	960,5	729,4	1689,9	13
Kuzey Afrika	253,2	643,8	116,2	202,7	318,9	9
Toplam	1391,7	23697,1	7954,5	8192,7	16147,2	73

Kaynak: (Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund, IMF), 2019) ve (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2019)

2 Genel Ticaret Sistemine göre.

3 Türkmenistan, Gürcistan ve Ukrayna daha sonra çeşitli nedenlerle topluluktan ayrılmış olsalar da IMF tarafından coğrafi yakınlıkları ve ekonomi yapılarının benzerliği nedeniyle diğer 9 BDT üyesi ile birlikte analiz edilmektedir.

4 IMF, WEO October 2018, s.132-135.

<https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2018/October/English/main-report/Text.ashx?la=en> (Erişim: 12.01.2019)

Türkiye 2019 yılı itibarıyla 180,5 milyar dolar ile yeni bir Cumhuriyet tarihi ihracat rekoruna imza atmış olsa da etrafındaki 1. ve 2. kuşak komşu ülkelerin dünyadan gerçekleştirdikleri ithalat ile küresel ticarete önemli rol oynaması Türkiye'nin ihracatının yeni rekorlara taşınması anlamında, bölgesinde ne kadar büyük bir ihracat potansiyeline sahip olduğuna işaret etmektedir.

Bu noktadan hareketle, Türkiye'nin ihracatında stratejik öneme sahip sektörlerin küresel ticarettaki konumları, Türkiye'nin stratejik ürünlerinde en önemli ithalatçı pazarlar nezdinde değerlendirilerek, potansiyeli daha derinlemesine inceleme ihtiyacı doğrultusunda 2019 yılında ihracatçılara yeni pazarlar açmak ve mevcut pazarlardaki konumlarını güçlendirmelerine yönelik TİM tarafından birçok hedef ülke pazar raporları ile strateji raporları hazırlanmıştır.

Sağlıklı ve sürdürülebilir büyüme ile orta gelir tuzağından kurtulmanın hedeflendiği "Değişim Başlıyor" ana temasıyla hazırlanan Yeni Ekonomi Programı'nın (2020-2022) (YEP) etkisinin kısa sürede görülmüş, birçok uluslararası kuruluş Türkiye'nin 2019 yılında küçülmesini beklerken bu düşüncelerinde değişikliğe gitmiş ve ekonomideki olumlu gelişmelerin ışığında hem 2019 hem de 2020 ve sonrası dönem için beklentilerini yukarı yönlü revize etmiştir.

Avrupa, Asya, Afrika kıtaları ile Ortadoğu Bölgesi arasında yer alan ve Dünya Bankası verilerine göre 2018 yılında 82,3 milyon nüfusa; 790 milyar dolarlık GSYH'ye, 9.693 dolar Kişi Başına Düşen Milli Gelire (28.069 dolar SAGP'e göre) sahip olan Türkiye'nin ihracatını son yıllarda sürekli artırdığı ve her alanda Cumhuriyet tarihi rekorları kırdığı görülmektedir.

3.3.1. Küresel İthalat

Tablo 32'de 2018 yılında küresel ithalatın ülkelere göre dağılımı görülmektedir. ABD 2009 yılında 1 trilyon dolar, 2017 yılında 1,8 trilyon dolar, 2018 yılında ise 2,1 trilyon dolarlık ithalat yaparken bu ülkenin küresel ithalat içindeki payı yüzde 13,3 olmuştur. ABD'yi 2009 yılında 1,6 trilyon dolar, 2017 yılında 2,4 trilyon dolar, 2018 yılında ise 2,6 trilyon dolarlık ithalat yapan Çin izlerken bu ülkenin küresel ithalat içindeki payı yüzde 10,9 olmuştur. Bu iki ülkeyi ise 2009 yılında 929 milyar dolar, 2017 yılında 1,2 trilyon dolar, 2018 yılında ise 1,3 trilyon dolarlık ithalat yapan Almanya izlerken bu ülkenin küresel ithalat içindeki payı da yüzde 6,5 olmuştur. İlk üç sırayı paylaşan ülkelerin hem 2009-2018 hem de 2017-2018 dönemlerinde ithalatlarını arttırdıkları görülürken bu üç ülke küresel ithalatın yaklaşık yüzde 31'ini tek başlarına gerçekleştirmişlerdir.

İlk beş ülkenin küresel ithalatın yüzde 38'ini, ilk 10 ülkenin ise küresel ithalatın yüzde 52,4'ünü oluşturduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile küresel ithalatın yarısından fazlasını ilk on ülke gerçekleştirmektedir. Bu da küresel ithalatta yüksek bir yoğunlaşma olduğunu ve ithalatın belli başlı ülkelerin yaptığını göstermektedir.

Tablo 32. Küresel İthalat

Sıra (2018)	Ülke	İthalat (2009, 1000 \$)	İthalat (2017, 1000 \$)	İthalat (2018, 1000 \$)	Değişim (2017-2018)	Değişim (2009-2018)	Ülkenin toplam ithalat içindeki payı (2018)	Toplam ithalat içindeki birikimli pay (2018)
1	ABD	1.601.895.800	2.406.362.556	2.612.379.157	8,6%	63,1%	13,3%	13,3%
2	Çin	1.005.555.200	1.843.792.939	2.134.987.265	15,8%	112,3%	10,9%	24,1%
3	Almanya	928.891.172	1.167.753.355	1.287.378.667	10,2%	38,6%	6,5%	30,7%
4	Japonya	551.984.751	671.892.311	748.361.565	11,4%	35,6%	3,8%	34,5%
5	Birleşik Krallık	552.042.035	641.332.436	669.640.211	4,4%	21,3%	3,4%	37,9%
6	Fransa	540.502.283	608.818.589	660.117.344	8,4%	22,1%	3,4%	41,3%
7	Hong Kong	352.240.745	589.317.440	627.327.031	6,4%	78,1%	3,2%	44,4%
8	Güney Kore	323.081.675	478.413.948	535.172.391	11,9%	65,6%	2,7%	47,2%
9	Hollanda	382.190.422	450.075.698	521.452.417	15,9%	36,4%	2,7%	49,8%
10	Hindistan	266.401.553	444.052.638	507.580.001	14,3%	90,5%	2,6%	52,4%
	Diğer ülkeler	6.113.056.653	8.493.228.918	9.360.882.402	10,2%	53,1%	47,6%	100,0%
	Toplam ithalat	12.617.842.289	17.795.040.828	19.665.278.451	10,5%	55,9%		

Kaynak: (Dünya Ticaret Merkezi (International Trade Centre, ITC), 2020)

Tablo 33'te son 10 yılda dünyada en fazla ithalat yapan ilk 10 ülke görülmektedir. 2009- 2018 döneminde ABD her yıl en çok ithalat yapan ülke olurken, ilk 10 ülke sıralamasında 13 farklı ülke yer almıştır. En çok ithalat yapan ilk 10 ülke sıralamasında ABD, Birleşik Krallık, Çin, Fransa, Almanya, Hong Kong ve Japonya'nın

10 yıl boyunca sürekli sıralamaya girdiği görülmektedir. Bu ülkeler dışında Güney Kore 9 yıl, Hollanda ve İtalya 8 yıl, Belçika ve Kanada 2'şer yıl, Hindistan ise 1 yıl dünyada en çok ithalat yapan ilk 10 ülke sıralamasında yer almıştır.

Tablo 33. Küresel İthalatta İlk 10 Ülke 2009-2018

Sıra	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
2	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
3	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
4	Birleşik Krallık	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Birleşik Krallık	Birleşik Krallık	Japonya	Japonya
5	Japonya	Birleşik Krallık	Birleşik Krallık	Birleşik Krallık	Fransa	Birleşik Krallık	Japonya	Japonya	Birleşik Krallık	Birleşik Krallık
6	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Birleşik Krallık	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa
7	İtalya	İtalya	İtalya	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong
8	Hollanda	Hong Kong	Güney Kore	Güney Kore	Güney Kore	Güney Kore	Güney Kore	İtalya	Güney Kore	Güney Kore
9	Belçika	Hollanda	Hong Kong	Hollanda	Hollanda	Hollanda	Kanada	Güney Kore	İtalya	Hollanda
10	Hong Kong	Güney Kore	Hollanda	İtalya	Belçika	İtalya	İtalya	Kanada	Hollanda	Hindistan

Kaynak: (Dünya Ticaret Merkezi (International Trade Centre, ITC), 2020)

Tablo 34'te 2018 Ocak-Kasım ile 2019 Ocak-Kasım döneminde en fazla ithalat yapan ilk 15 ülke ile OECD ülkelerinin toplam ithalatı ve ithalatındaki değişim görülmektedir. ABD en çok ithalat yapan ülke olurken, 2018 Ocak-Kasım döneminde 2,4 trilyon dolarlık ithalat yapmış, 2019 Ocak-Kasım döneminde ise ithalatı yüzde 1,7 azalarak 2,36 trilyon dolara gerilemiştir. Çin, 2018 Ocak-Kasım döneminde 1,97 trilyon dolarlık ithalat yaparken, 2019 Ocak-Kasım döneminde ise ithalatı yüzde 5,1 azalarak 1,87 trilyon dolara düşmüştür. Almanya ise 2018 Ocak-Kasım döneminde 1,19 trilyon dolarlık ithalat yaparken, 2019 Ocak-Kasım döneminde ise ithalatı yüzde 4,3 azalarak 1,14

trilyon dolara düşmüştür. Küresel ticarete önemli role sahip ilk on beş ülke ise toplamda 2018 Ocak-Kasım döneminde 10,75 trilyon dolarlık ithalat yaparken, 2019 Ocak-Kasım döneminde ise toplam ithalat yüzde 3,3 azalarak 10,4 trilyon dolara düşmüştür. OECD ülkeleri toplamda 2018 Ocak-Kasım döneminde 11,1 trilyon dolarlık ithalat yaparken, 2019 Ocak-Kasım döneminde ise 36 ülkeden oluşan grubun toplam ithalatı yüzde 4,7 azalarak 10,55 trilyon dolara düşmüştür. Küresel ticarete gelişmiş pazarlarda bu şekilde bir daralma gerçekleşirken Türk ihracatçılarının yeni rekor kırarak ihracatını pazar çeşitlendirmesi ile arttırması dikkat çekicidir.

BÖLÜM 3

Tablo 34. Küresel İthalatta En Çok İthalat Yapan İlk 15 Ülke ile OECD Ülkelerinin İthalatındaki Değişim (2018 Ocak-Kasım;2019 Ocak-Kasım / Milyar \$)

Sıra	Ülke	2018 Ocak-Kasım	2019 Ocak-Kasım	Değişim (%)
1	ABD	2.401,0	2.360,4	-1,7%
2	Çin	1.970,9	1.869,7	-5,1%
3	Almanya	1.192,9	1.141,4	-4,3%
4	Japonya	685,3	659,1	-3,8%
5	Hollanda	596,1	577,6	-3,1%
6	Fransa	609,9	588,0	-3,6%
7	Birleşik Krallık	622,8	630,1	1,2%
8	Güney Kore	491,1	459,5	-6,4%
9	İtalya	463,2	434,1	-6,3%
10	Kanada	425,0	417,6	-1,7%
11	İspanya	359,2	342,1	-4,7%
12	Polonya	247,0	241,9	-2,1%
13	İsviçre	259,4	256,0	-1,3%
14	Rusya	217,0	220,1	1,4%
15	Avustralya	210,3	196,2	-6,7%
	İlk 15 ülke toplamı	10.751,2	10.394,0	-3,3%
	OECD ülkeleri	11.068,6	10.550,9	-4,7%

Kaynak: (Dünya Ticaret Merkezi (International Trade Centre, ITC), 2020) ve OECD

Tablo 35'te 2018 yılında küresel ticarete konu olan ilk 10 6'lı GTİP kodlu ürün ve bu ürünlerin küresel ithalattaki payları görülmektedir. Dünyada 2009 yılında ilk 10 üründe yapılan ithalat yaklaşık 2,55 trilyon dolar olurken, 2017 yılında ithalat tutarı 3,55 trilyon dolara 2018 yılında ise ilk 10 üründe yapılan ithalat yaklaşık 4,13 trilyon dolara yükselmiştir. İlk üç ürün toplam ithalatın yüzde 10,9'unu ilk 5 ürün toplam ithalatın yüzde 14'ünü ilk 10 ürün ise toplam ithalatın yüzde 21'ini oluşturmaktadır. Bu da küresel ithalatta yoğunlaşma olduğunu bir başka ifade ile küresel ticaretin neredeyse beşte birinin ilk 10 üründe gerçekleştiğini göstermektedir.

Dünyada 2018 yılında en çok '270900 "Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)" GTİP kodlu ürün ithal edilirken bu üründe yaklaşık 1,2 trilyon dolarlık ithalat gerçekleşmiştir. Bu ürün toplam ithalatın yaklaşık yüzde 6'sını oluşturmaktadır.

İkinci sırada başka yerde sınıflandırılmamış ürünler yer alırken bu ürünlerin ithalat tutarı 487 milyar dolar küresel ithalattaki payı ise yüzde 2,5 olmuştur. Bu iki ürünü 477,6 milyar dolarlık ithalat ve yüzde 2,4'lük pay ile '271019 "Diğer yağlar ve müstahzarlar"; 315,6 milyar dolarlık ithalat ve yüzde 1,6'lık pay ile '854231 "Elektronik entegre devreler; işlemci ve kontrolör" ile 300 milyar dolarlık ithalat ve yüzde 1,5'lik pay ile '300490 "Tedavide/ korunmada kullanılmak üzere hazırlanan diğer ilaçlar" GTİP kodlu ürünler izlemiştir.

Küresel ithalatta petrol, petrol türevleri ve doğalgaz gibi kaynakların büyük bir yer tuttuğu görülmektedir.

Tablo 35. Dünyada En Çok İthal Edilen Ürünler 2018

Sıra	Ürün	İthalat (2009, 1.00 \$)	İthalat (2017, 1.00 \$)	İthalat (2018, 1.00 \$)	Değişim (2017-2018, %)	Değişim (2009-2018, %)	Ürünün toplam ithalat içindeki payı (2018, %)	Toplam ithalat içindeki birikimli pay (2018, %)
1	'270900	917.520.656	886.827.423	1.187.899.091	33,9%	29,5%	6,0%	6,0%
2	'999999	431.137.216	410.947.372	487.404.840	18,6%	13,1%	2,5%	8,5%
3	'271019	318.011.637	378.521.627	477.623.114	26,2%	50,2%	2,4%	10,9%
4	'854231	156.235.550	278.114.527	315.630.548	13,5%	102,0%	1,6%	12,5%
5	'300490	247.354.996	285.107.312	299.924.057	5,2%	21,3%	1,5%	14,0%
6	'851712	116.383.431	288.803.901	291.994.965	1,1%	150,9%	1,5%	15,5%
7	'870323	165.156.536	285.291.564	290.971.143	2,0%	76,2%	1,5%	17,0%
8	'271012	435.343	211.477.177	265.599.429	25,6%	60909,2%	1,4%	18,4%
9	'854239	129.953.017	243.398.746	260.327.942	7,0%	100,3%	1,3%	19,7%
10	'710812	63.842.619	283.068.950	253.090.103	-10,6%	296,4%	1,3%	21,0%
	Diğer ürünler	10.071.811.288	14.243.482.229	15.534.813.219	9,1%	54,2%	79,0%	100,0%
	Toplam ithalat	12.617.842.289	17.795.040.828	19.665.278.451	10,5%	55,9%	100,0%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 36'da son 10 yılda küresel ticarete konu olan ve en fazla ithalatın yapıldığı ilk 10 ürün görülmektedir. Listede '270900, '271019,

'300490, '854231, '870323 ve '999999 GTİP kodlu ürünler 10 yıl boyunca yer alırken '851712 GTİP kodlu ürün 9, '854239 GTİP kodlu ürün 8, '271012 ve '710812 GTİP kodlu ürünler 7, '271121 GTİP kodlu ürün 5, '271011 GTİP kodlu ürün 3 ve '847330 GTİP kodlu ürün ise 1 yıl listelerde yer almıştır.

Tablo 36. Dünyada En Çok İthalatı Yapılan İlk 10 Ürün 2009-2018 (6'lı GTİP kod)

Sıra	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900	'270900
2	'999999	'271019	'271019	'271019	'271019	'271019	'999999	'999999	'999999	'999999
3	'271019	'999999	'999999	'999999	'999999	'999999	'271019	'271019	'271019	'271019
4	'300490	'300490	'300490	'710812	'710812	'300490	'710812	'300490	'851712	'854231
5	'870323	'870323	'271011	'300490	'271012	'271012	'300490	'870323	'870323	'300490
6	'854231	'854231	'870323	'271012	'300490	'870323	'870323	'710812	'300490	'851712
7	'271011	'271011	'854231	'870323	'870323	'851712	'851712	'854231	'710812	'870323
8	'271121	'854239	'271121	'854231	'851712	'854231	'854231	'851712	'854231	'271012
9	'854239	'271121	'851712	'851712	'854231	'710812	'854239	'854239	'854239	'854239
10	'847330	'851712	'854239	'271121	'271121	'854239	'271012	'271012	'271012	'710812

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 37'de Tablo 36'da yer alan ürünlerin açıklamaları görülmektedir.

Tablo 37. Tablo 36'da Yer Alan Ürünlerin Açıklamaları

6'lı GTİP Kodu	Ürün Açıklaması
'270900	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)
'271011	Hafif Yağlar Ve Müstahzarları; Esas Unsur Olarak, Ağırlık İtibariyle % 70 Veya Daha Fazla Petrol Yağları Veya Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağları İçerenler (Atık Yağlar Hariç)
'271012	Petrol ve bitümenli yağlardan elde edilen hafif yağlar ve müstahzarları (petrol veya bitümenli yağ oranı >=%70)
'271019	Diğer yağlar ve müstahzarlar
'271121	Doğal gaz (gaz halinde)
'300490	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan diğer ilaçlar
'710812	Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar, para yerine kullanılmayan)
'847330	Otomatik bilgi işlem makine ve ünitelerinin aksam, parçası
'851712	Hücreli ağırlar için veya diğer kablosuz ağırlar için telefonlar
'854231	Elektronik entegre devreler; işlemci ve kontrolör
'854239	Diğer entegre devreleri
'870323	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm ³ <silindir<=3000 cm ³)
'999999	Sınıflanmamış diğer ürünler

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020) ve TÜİK

BÖLÜM 3

3.3.2. Türkiye'den Yapılan İthalat

Bu bölümde dünyada Türkiye'den en çok ithalat yapan ülkeler, ithalat tutarları ve payları görülmektedir. TradeMap'ten alınan verilerin Türkiye'nin ihracat verilerinden ziyade ülkelerin ithalat verileri olup ülkelerin Türkiye ile olan ticari ilişkilerinde talep kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'den en çok ithalatı Almanya yapmaktadır. Bir başka ifade ile Türkiye en çok ihracatı Almanya'ya gerçekleştirmiştir. Almanya 2009 yılında Türkiye'den 11,6 milyar dolarlık ithalat yaparken, ithalatı 2017 yılında 18,35 milyar dolara 2018 yılında ise 19,35 milyar dolara yükselmiştir. İlk beş ülkenin Türkiye'den yaptığı ithalat 61,9 milyar dolar, ilk 10 ülkenin yaptığı ithalat 95,1 milyar dolar ilk 15 ülkenin yaptığı ithalat ise 114,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Almanya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatın payı 2018 yılında yüzde 10,2 olarak gerçekleşmiştir. Almanya'yı 2018 yılındaki 11,5 milyar dolarlık ithalat ve yüzde 6,1'lik pay ile Birleşik Krallık ve 10,9 milyar dolarlık ithalat ve yüzde 5,8'lik pay ile ABD izlemektedir. İlk üç ülkenin Türkiye'den yapılan ithalattaki payı yüzde 22,1 olurken ilk 5 ülkenin payı yüzde 32,7 ilk 10 ülkenin payı ise yüzde 50,3 olmuştur. Türkiye'nin ürünlerinin yarısını ilk on ülkeye ihraç ettikleri görülmektedir (**Tablo 38**).

Tablo 38. Türkiye'den En Çok İthalat Yapan Ülkeler

Sıra (2018)	Ülke	İthalat (2009, 1000 \$)	İthalat (2017, 1000 \$)	İthalat (2018, 1000 \$)	Değişim (2017-2018, %)	Değişim (2009-2018, %)	Ülkenin toplam ithalat içindeki payı (2018, %)	Toplam ithalat içindeki birikimli pay (2018, %)
1	Almanya	11.637	18.354	19.348	5,4%	66,3%	10,2%	10,2%
2	Birleşik Krallık	7.263	9.989	11.544	15,6%	59,0%	6,1%	16,3%
3	ABD	3.857	9.877	10.898	10,3%	182,6%	5,8%	22,1%
4	İtalya	6.164	9.377	10.651	13,6%	72,8%	5,6%	27,7%
5	Fransa	7.019	8.455	9.475	12,1%	35,0%	5,0%	32,7%
6	İspanya	3.692	6.903	8.376	21,3%	126,9%	4,4%	37,2%
7	Irak	5.123	9.055	8.346	-7,8%	62,9%	4,4%	41,6%
8	İsrail	1.388	2.896	6.212	114,5%	347,6%	3,3%	44,9%
9	Belçika	2.964	5.114	5.715	11,7%	92,8%	3,0%	47,9%
10	Polonya	1.926	3.494	4.504	28,9%	133,9%	2,4%	50,3%
11	Rusya	3.222	3.441	4.216	22,5%	30,9%	2,2%	52,5%
12	Romanya	2.025	3.357	4.204	25,2%	107,6%	2,2%	54,7%
13	Hollanda	1.907	3.073	4.091	33,1%	114,5%	2,2%	56,9%
14	BAE	2.549	7.611	3.449	-54,7%	35,3%	1,8%	58,7%
15	Mısır	2.347	2.087	3.317	58,9%	41,3%	1,8%	60,5%
	Diğer ülkeler	40.013	64.623	74.801	15,7%	86,9%	39,5%	100,0%
	Türkiye'den Yapılan Toplam İthalat	103.095	167.707	189.148	12,8%	83,5%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 39'da Türkiye'den en çok ithalatı yapılan ürünler görülmektedir. Türkiye'den 2009 yılında ilk 15 üründe yapılan ithalat yaklaşık 28,7 milyar dolar olurken, 2017 yılında ithalat tutarı 35,6 milyar dolara 2018 yılında ise ilk 15 üründe yapılan ithalat yaklaşık 38,7 milyar dolara yükselmiştir. İlk üç üründe Türkiye'den yapılan ithalat toplam ithalatın yüzde 6,3'ünü ilk 5 ürün toplam ithalatın yüzde 9,6'sını ilk 10 ürün ise toplam ithalatın yüzde 15,8'ini, ilk 15 ürün ise yüzde 20,4'ünü oluşturmaktadır. Bu da Türkiye'den yapılan ithalatta küresel ithalatta olduğu gibi bir yoğunlaşma olduğunu bir başka ifade ile Türkiye'den ithal edilen ürünlerin neredeyse beşte birinin ilk 15 üründe gerçekleştiğini göstermektedir.

Türkiye'den 2018 yılında en çok 4,4 milyar dolarlık '870421 "Dizel/ yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi<5ton)" GTİP kodlu ürün ithal edilirken onu 4,1 milyar dolarlık ithalat ile '270900 "Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)" GTİP kodlu ürün ile 3,4 milyar dolarlık ithalat ile '870322 "Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm³<silindir=<1500 cm³)" GTİP kodlu ürünler izlemektedir.

Tablo 39. Türkiye'den En Çok İthalatı Yapılan Ürünler

Sıra	6'lı GTİP Kod	Ürün Açıklaması	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalat (2016)	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalat (2017)	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalat (2018)	Küresel İthalat Toplamı (2016)	Küresel İthalat Toplamı (2017)	Küresel İthalat Toplamı (2018)
1	'870421	Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi<5ton)	4,3	4,2	4,4	50,8	55,6	62,3
2	'270900	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	0,6	0,6	4,1	670,1	886,7	1.187,9
3	'870322	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm ³ <silindir=<1500 cm ³)	2,7	3,6	3,4	86,6	101,8	118,8
4	'711319	Diğer kıymetli metal-kaplamalarından mücevherci eşyası	1,6	2,3	3,4	58,9	61,8	79,7
5	'999999	Sınıflandırılmamış diğer ürünler	1,3	1,7	2,9	422,4	392,4	473,1
6	'870340	Hem benzinli hem de tahrik gücü veren elektrik motorlu diğer taşıtlar; harici güç kaynağından şarj edilenler hariç		1,9	2,8		20,0	25,0
7	'721420	Köşeli çubuklar (çentik, yiv, oluk vb. şekil bozuklukları olan)	2,2	2,1	2,7	10,8	10,8	13,1
8	'870323	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm ³ <silindir=<3000 cm ³)	1,8	2,7	2,4	282,1	284,8	290,9
9	'710812	Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar, para yerine kullanılmayan)	4,5	6,4	2,0	277,3	282,3	252,8
10	'610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	1,7	1,8	2,0	23,1	24,9	27,5
11	'870331	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (silindir hacmi=<1500cm ³)	1,9	2,0	1,9	24,4	24,1	21,7
12	'620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan	1,6	1,8	1,8	19,0	19,2	20,1
13	'870210	Minibüs, midibüs ve otobüs; dizel veya yarı dizel, kapasitesi >=10 kişi	1,5	1,6	1,8	13,3	14,0	15,0
14	'870332	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (1500cm ³ <silindir hacmi=<2500cm ³)	1,6	1,7	1,7	134,6	138,7	126,9
15	'840999	Dizel motorlar için aksam; parçalar	1,3	1,4	1,5	28,5	32,0	34,6
	Diğer ürünler		122,9	132,1	150,5	13.846,7	15.369,6	16.873,7
	Toplam		151,6	167,7	189,1	15.948,6	17.718,7	19.623,3

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020) ve TÜİK

BÖLÜM 3

Tablo 40'ta Türkiye'den en çok ithal edilen ürünlere ait çeşitli rasyolar (değişim oranları ve paylar) görülmektedir. Türkiye'den yapılan ithalatta 2017-2018 döneminde ilk 15 ürünün ticaretinde yüzde 12,8'lik artış görülürken dünya genelinde ise bu ürünlerin ithalatında yüzde 10,7 artış görülmüştür. Türkiye'den en çok ithal edilen ilk 15 ürünün Türkiye'nin ihracatında küresel ticarettten daha fazla öneme sahip olduğu görülmektedir.

Türkiye'den en çok ithal edilen ürünlerde 2017-2018 döneminde en büyük artış yüzde 568 ile '270900 GTİP kodlu üründe görülürken, bu ürünün küresel ticaretindeki artış ise yüzde 34 olarak gerçekleşmiştir. En büyük düşüş ise yüzde 68,7 ile '710812

GTİP kodlu üründe görülürken bu ürünün küresel ticaretinde ise yüzde 10,4'lük bir azalış gerçekleşmiştir. En çok ithalatı yapılan '870421 GTİP kodlu ürünün Türkiye'den ithalatının Türkiye'den yapılan toplam ithalat içindeki payı yüzde 2,3 olurken bu ürünün küresel ithalatının küresel toplam ithalat içindeki payı ise yüzde 0,3 olmuştur. Türkiye'den en çok ithale edilen ilk 15 ürünün Türkiye'den yapılan ithalatının Türkiye'den yapılan toplam ithalat içindeki birikimli payı yüzde 20,4 iken bu 15 ürünün küresel ithalatının küresel toplam ithalat içindeki birikimli payı ise yüzde 14 olmuştur. Bir başka ifade ile bu 15 ürünün Türkiye'nin ihracatında küresel ticarettten daha fazla öneme sahip olduğunu görülmektedir.

Tablo 40. Türkiye'den En Çok İthalatı Yapılan Ürünlerle İlgili Oranlar

Sıra	6'lı GTİP Kod	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalattaki Değişim (2017-2018)	Küresel İthalattaki Değişim (2017-2018)	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalatın Payı (2016)	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalatın Payı (2017)	Türkiye'den Yapılan Küresel İthalatın Payı (2018)	Ürünün Küresel İthalatının Küresel Toplam İthalat İçindeki Payı (%)	Ürünün Küresel İthalatının Küresel Toplam İthalat İçindeki Birikimli Payı (%)	Ürünün Türkiye'den İthalatının Türkiye'den Yapılan Toplam İthalat İçindeki Payı (%)	Ürünün Türkiye'den İthalatının Türkiye'den Yapılan Toplam İthalat İçindeki Birikimli Payı (%)
1	'870421	5,6%	12,1%	8,6%	7,5%	7,0%	0,3%	0,3%	2,3%	2,3%
2	'270900	567,8%	34,0%	0,1%	0,1%	0,3%	6,1%	6,4%	2,1%	4,5%
3	'870322	-3,3%	16,7%	3,1%	3,5%	2,9%	0,6%	7,0%	1,8%	6,3%
4	'711319	43,4%	28,8%	2,7%	3,8%	4,2%	0,4%	7,4%	1,8%	8,1%
5	'999999	73,1%	20,6%	0,3%	0,4%	0,6%	2,4%	9,8%	1,5%	9,6%
6	'870340	45,5%	25,1%		9,5%	11,1%	0,1%	9,9%	1,5%	11,1%
7	'721420	28,6%	21,8%	20,8%	19,4%	20,4%	0,1%	10,0%	1,4%	12,5%
8	'870323	-12,6%	2,2%	0,6%	1,0%	0,8%	1,5%	11,5%	1,3%	13,7%
9	'710812	-68,7%	-10,4%	1,6%	2,3%	0,8%	1,3%	12,8%	1,1%	14,8%
10	'610910	7,2%	10,6%	7,2%	7,3%	7,1%	0,1%	12,9%	1,0%	15,8%
11	'870331	-4,3%	-10,0%	7,8%	8,2%	8,7%	0,1%	13,0%	1,0%	16,8%
12	'620462	4,6%	4,5%	8,5%	9,1%	9,1%	0,1%	13,1%	1,0%	17,8%
13	'870210	16,4%	7,2%	11,4%	11,1%	12,1%	0,1%	13,2%	1,0%	18,8%
14	'870332	1,4%	-8,5%	1,2%	1,2%	1,3%	0,6%	13,8%	0,9%	19,7%
15	'840999	6,3%	8,1%	4,6%	4,4%	4,3%	0,2%	14,0%	0,8%	20,4%
	Diğer ürünler	13,9%	9,8%	0,9%	0,9%	0,9%	86,0%	100,0%	79,6%	100,0%

Toplam	12,8%	10,7%	1,0%	0,9%	0,9%	0,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
--------	-------	-------	------	------	------	------	--------	--------	--------	--------

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020) ve TÜİK

Küresel pazarlardan daha fazla pay alabilmek adına Türkiye'nin izleyebileceği makro stratejilerin belirlenmesinde gerek Türkiye'nin ihracatından hareketle rekabet üstünlüğüne sahip olduğumuz ürünlerde bir başka ifade ile arz yönünün kuvvetli olduğu ürünlerde küresel pazarlardaki konumumuz gerekse küresel ithalatın yoğun bir şekilde ithalatını yaptığı ürünlerin bir başka ifade ile talep yönünün kuvvetli olduğu ürünlerin tespit edilmesi böylece arz-talep ile küresel pazarlara satılabilecek rekabet üstünlüğüne sahip olunan hedef ürünlerin tespiti için kullanılacak yöntemler olarak öne çıkmaktadır.

3.4. Uluslararası Piyasalarda Türk İhracatçılarının Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerin Analizi

Dünyada 2001 yılında 203 farklı ülke 12,6 trilyon dolarlık ithalat yaparken 2018 yılında ise 233 farklı ülke 19,7 trilyon dolarlık

Dünyada 2001 yılında 5.143 farklı 6'lı GTİP kodlu ürün ithal edilirken 2018 yılında ise 5.854 farklı 6'lı GTİP kodlu ürünün ithalatı yapılmıştır.

İhracat kısmı incelendiğinde ise TradeMap verilerine göre dünyada 2001 yılında 5.128 farklı 6'lı GTİP kodlu ürün ihracat edilirken 2018 yılında ise 5.660 farklı 6'lı GTİP kodlu ürünün ihracatı yapılmıştır. İthal ve ihracat edilen ürün sayılarındaki farklılık ülkelerin farklı GTİP kodunu beyan etmelerinden kaynaklanabilmektedir. Türkiye ise aynı kaynağa ait verilere göre 2018 yılında dünyanın 214 ülkesine 4.729 GTİP kodlu ürün ihracat ederken 4.788 GTİP kodlu ürünü de ithal ettiği görülmektedir. Bu da Türkiye'nin küresel tedarik zincirinde hem dünyaya yaptığı ihracatta hem de dünyadan yaptığı ithalatta önemli bir yerde olduğunu göstermektedir.

Dünyada ihracata konu olan 5.660 ürün içinde Türkiye'nin dünyaya hiç satmadığı 931 ürün olduğu görülmektedir. Sonuç olarak Türkiye'nin küresel pazarlara hitap edebileceği 4.729 ürünün mevcut olduğu tespit edilmiştir.

3.4.1. Türk İhraç Ürünlerinin Rekabet Analizi

Dünyada ihracata konu olan ürün sayısının 5.660, Türkiye'nin dünya ticaretine konu olan bu ürünler arasında 4.129 ürünü ihraç ettiği, 931 ürünü hiç ihraç edemediği, Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin RCA değerleri 1 ve üzerinde olan ürün sayısının

ise 1.519 olduğu görülmektedir. Türk ihraç ürünleri sayısının 2001 yılında 4.297, bu ürünler arasında uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olunan ürün sayısının ise 1.148 olduğu düşünülürse yıllar içerisinde Türk ihracatçılarının gösterdiği performans dikkat çekicidir (**Tablo 41**). Çalışmada Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürünlerde ülkelerin Türkiye'den yaptığı ithalat analiz edilmiştir.

Tablo 41. Yıllara Göre Küresel Ticarete Konu olan ürünler İçinde Uluslararası Piyasalarda Rekabet Gücü Yüksek Olan Türk İhraç Ürün Sayıları

Yıl	Dünyada İhracata Konu Olan Ürün Sayısı	Türkiye'nin İhraç Ettiği Ürün Sayısı	Küresel İhracat (1000 \$)	Türkiye'nin İhracatı (1000 \$)	Türkiye İhracatının Küresel İhracat İçindeki Payı (%)	Uluslararası Piyasalarda Rekabet Gücü Yüksek Olan Türk İhraç Ürün Sayısı
2001	5.128	4.297	6.127.467.761	31.333.944	0,511%	1.148
2002	5.459	4.356	6.424.391.781	35.761.981	0,557%	1.174
2003	5.451	4.464	7.486.202.969	47.252.836	0,631%	1.179
2004	5.448	4.524	9.099.996.891	63.120.949	0,694%	1.181
2005	5.429	4.547	10.340.858.415	73.476.408	0,711%	1.239
2006	5.439	4.572	11.956.256.558	85.534.676	0,715%	1.277
2007	5.686	4.466	13.832.342.053	107.271.750	0,776%	1.278
2008	5.635	4.487	15.969.594.225	132.027.196	0,827%	1.284
2009	5.600	4.479	12.346.656.501	102.142.613	0,827%	1.324
2010	5.461	4.503	15.095.502.449	113.883.219	0,754%	1.396
2011	5.426	4.527	18.103.987.370	134.906.869	0,745%	1.410
2012	5.722	4.627	18.395.803.866	152.461.737	0,829%	1.397
2013	5.687	4.613	18.881.587.009	151.802.637	0,804%	1.488
2014	5.668	4.651	18.878.970.324	157.610.158	0,835%	1.476
2015	5.597	4.636	16.399.773.904	143.850.376	0,877%	1.414
2016	5.656	4.620	15.881.855.749	142.529.584	0,897%	1.407
2017	5.680	4.698	17.550.866.220	156.992.940	0,895%	1.468
2018	5.660	4.729	19.284.580.098	167.923.862	0,871%	1.519

Kaynak: (Dünya Ticaret Merkezi (Internatioanal Trade Centre, ITC), 2020)

Yukarıda da bahsedildiği üzere ülkelerin dış ticarete konu olan ürünleri farklı tanımlamaları nedeni ile dünyada 2018 yılında ise 5.854 farklı 6'lı GTİP kodlu ürünün ithalatı yapılırken 5.660 ürünün ihracatı yapılmıştır. Türkiye küresel ithalatı yapılan 5.854 ürünün 4.992 tanesi Türkiye'den ithal edilirken bu ürünlerin 862 tanesi Türk ihraç ürünleri arasında bulunmamaktadır. Bu ürünlerin küresel ithalat tutarı yaklaşık 320,5 milyar dolardır. Geriye kalan 4.992 ürünün 3.355 tanesinde küresel ithalat 15,2 trilyon dolar iken Türkiye'den yapılan ithalat 41,1 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 0,27 olarak gerçekleşmiştir. Ürünlerden 1.180 tanesinde küresel ithalat 3,3 trilyon dolar iken Türkiye'den yapılan ithalat 74,4 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 2,24 olarak gerçekleşmiştir. Geriye kalan 457 üründe ise küresel ithalat 784,5 milyar dolar olarak gerçekleşirken Türkiye'den yapılan ithalat ise 73,7 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 9,39 olarak gerçekleşmiştir. Sonuç olarak küresel ticarete konu olan 19,7 trilyonluk ithalatın 189 milyar doları Türkiye'den yapılmıştır.

Türkiye'den ithal edilen ürünler içinde uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip Türk ihraç ürünleri incelendiğinde ise 1.519 ürün içinden 210 tanesinde küresel ithalat 832,1 milyar dolar iken Türkiye'den yapılan ithalat 6,5 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 0,78 olarak gerçekleşmiştir. Geriye kalan ürünlerden 906 üründe küresel ithalat 2,87 trilyon dolar olarak gerçekleşirken Türkiye'den yapılan ithalat 67,35 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 2,35 olmuş, geriye kalan 403 üründe ise küresel ithalat 763,6 milyar dolar olarak gerçekleşirken Türkiye'den yapılan ithalat 71,1 milyar dolar olmuş ve bu ticaretin küresel ticarettteki payı ise yüzde 9,32 olarak gerçekleşmiştir. (**Tablo 42**). Açıkça görülmektedir ki, Türk ihracatçıları, uluslararası piyasalarda 1.309 üründe bu pazarlara girmekle kalmamış bu pazarlarda bazı ürünlerde oldukça yüksek pay alma başarısını göstermişlerdir. Sonuç olarak uluslararası piyasalarda rekabet gücü yüksek olan Türk ihraç ürünlerinde küresel ticaret 4,5 trilyon dolar olarak gerçekleşmiş ve bu ithalatın 145 milyar doları Türkiye'den yapılmıştır. Türkiye'nin ihracatının büyük bölümünü rekabet gücü yüksek ürünler oluştururken bu ürünler sayesinde pazardan aldıkları payları arttırmayı başarmışlardır.

BÖLÜM 3

Tablo 42. Türkiye'den Yapılan İthalatın Paylarına Göre Türk İhrac Ürünlerinin RCA Analizi

Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı	RCA Analizi Öncesi Türkiye'den Yapılan İthal Ürün Sayısı	RCA Analizi Öncesi Türkiye'den Yapılan İthalat (1000 \$)	RCA Analizi Sonrası Türkiye'den Yapılan İthal Ürün Sayısı	RCA Analizi Sonrası Türkiye'den Yapılan İthalat (1000 \$)
Türkiye'den İthalatı Yapılmayan Ürünler İthalatın Payı %0 Olan Ürünler)	862	0	0	0
Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı %0-1 Olan Ürünler	3.355	41.085.123	210	6.527.735
Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı %1-5 Olan Ürünler	1.180	74.360.031	906	67.347.052
Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı %5'den Büyük Olan Ürünler	457	73.699.983	403	71.118.522
Toplam	5.854	189.145.137	1.519	144.993.309

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

3.4.2. Rekabet Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Hedef Pazar Ülkeler

Tablo 43'te Toplam ithalattarı içinde Türkiye'nin en çok paya sahip olduğu on ülke görülmektedir. Bu ülkelerden Irak, Suriye ve Türkmenistan'ın Türkiye'den yaptığı ithalatın toplam ithalattarına oranı yüzde 40'ın üzerindedir. Listedeki ülkelerin coğrafi konumu analiz edildiğinde ise neredeyse tümünün Türkiye'nin komşu ülkeleri olduğu anlaşılmaktadır. Bu ülkelerin Türkiye'ye ithalattaki bağımlılığının en önemli nedeninin coğrafi konumdan dolayı ithalattaki kolaylık olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu ürünlerin bu ithalatlardaki sayısı analiz edildiğinde ise bu on ülkeye genellikle Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu ürünleri ihrac ettiği görülmektedir, diğer bir deyişle Türkiye ihracat gerçekleştirdiği ülkelere ortalama 205 rekabet avantajına sahip olduğu ürün ihrac ederken listedeki ülkelere ihrac ettiği rekabet avantajına sahip olduğu ürün sayısı 856 ile 1.331 arasında değişmektedir.

Tablodan çıkarım yapılabilecek son husus ise bu ülkelerin küresel ithalattan aldığı birikimli pay yalnızca yüzde 1,4 seviyesindedir. Her ne kadar bu ülkeler ithalatta Türkiye'ye bağımlı olsalar da küresel ithalattan aldıkları pay düşüktür.

Tablo 43. Türkiye'den Yapılan İthalatın Ülkenin Toplam İthalatı İçinde En Yüksek Paya Sahip Olunan İlk 10 Ülke

Dünyadan Yaptığı İthalat Sırası	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payına Göre Sıra	Ürün Sayısına Göre Sıra	Ülke	Türkiye'nin Rekabet Avantajına Sahip Olduğu Ürünler İçinde İthal Ettiği Ürün Sayısı	Türkiye'den Yaptığı İthalat (milyar \$)	Dünyadan Yaptığı İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
49	1	93	Irak	1.296	7,4	15,0	49,2%	0,3%	0,3%
104	2	103	Suriye	1.248	1,0	2,5	41,2%	0,1%	0,4%
148	3	141	Türkmenistan	1.068	0,3	0,8	40,7%	0,0%	0,4%
96	4	85	Gürcistan	1.312	1,0	3,1	34,1%	0,1%	0,5%
88	5	120	Libya	1.155	1,3	3,9	32,7%	0,1%	0,6%
93	6	89	Azerbaycan	1.306	1,0	3,3	30,3%	0,1%	0,7%
102	7	152	Yemen	1.010	0,7	2,6	26,8%	0,1%	0,7%
145	8	168	Somali	856	0,2	0,8	19,4%	0,0%	0,7%
46	9	48	İsrail	1.405	2,8	17,2	16,2%	0,4%	1,1%
60	10	77	İran	1.331	1,7	10,7	15,7%	0,2%	1,4%
			Diğer Ülkeler*	205	124,8	4.250,8	2,9%	98,6%	100,0%
			Toplam*	1.106	142,1	4.310,4	3,3%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ürün sayısı

Tablo 44'te 6'lı GTİP kodlu ürünlerden küresel ithalattan aldığı paya göre sıralı Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ilk on ürünün Türkiye'den ve dünyadan ithalat rakamları görülmektedir. Buna göre ülkemizin ihrac ettiği ürünlerden 710812 GTİP Kodlu ürünün küresel ithalattaki payı yüzde 6,1 iken ülkemizden yapılan ithalatın oranı yüzde 0,7 düzeyindedir.

Listedeki diğer 6'lı GTİP kodlu ürünler incelendiğinde ise 870421 ve 711319 GTİP kodlu ürünlerin performansı dikkat çekicidir. 870421 GTİP kodlu ve "Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi<5ton)" açıklamalı üründe Türkiye'den yapılan ithalatın küresel ithalata oranı yüzde 8,1 iken, Türkiye 5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Yine 711319 GTİP kodlu ve "Diğer kıymetli metal kaplamalarından mücevherci eşyası" açıklamalı üründe Türkiye'den yapılan ithalatın küresel ithalata oranı yüzde 5 iken, Türkiye 3,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Tablo 44. Küresel İthalat Tutarına Göre Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu İlk 10 Ürün

Türkiye'den Yapılan İthalat Sırası	Küresel İthalat Sırası	6'lı GTİP Kodu	Ürünü İthal Eden Ülke Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalat (milyar \$)	Küresel İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı	Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerin Küresel İthalattan Aldığı Pay	Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerin Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
9	1	'710812	199	1,8	261,4	0,7%	6,1%	6,1%
5	2	'870332	206	2,0	125,9	1,5%	2,9%	9,0%
3	3	'870322	206	3,8	123,1	3,1%	2,9%	11,8%
19	4	'870899	208	1,2	89,3	1,4%	2,1%	13,9%
23	5	'870829	204	1,0	80,4	1,3%	1,9%	15,8%
2	6	'711319	186	3,9	76,9	5,0%	1,8%	17,6%
1	7	'870421	208	5,0	62,0	8,1%	1,4%	19,0%
29	8	'732690	208	0,9	48,7	1,9%	1,1%	20,1%
15	9	'852872	205	1,5	45,8	3,2%	1,1%	21,2%
35	10	'401110	208	0,8	42,7	1,8%	1,0%	22,2%
		Diğer Ürünler*	156	120,2	3.354,3	3,6%	77,8%	100,0%
		Toplam*	156	142,1	4.310,4	3,3%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ülke sayısı

BÖLÜM 3

Tablo 45'te ise 6'lı GTİP kodlu ürünlerden Türkiye'den yapılan ithalata göre sıralanmış Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ilk 10 ürünün Türkiye'den ve dünyadan ithalat rakamları görülmektedir. Buna göre, 870421 GTİP kodlu ve "Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi<5ton)" açıklamalı üründe Türkiye'den yapılan ithalatın payı yüzde 8,1 iken, ürünün küresel ithalattan aldığı pay yüzde 1,4 olmuştur. Türkiye'den yapılan ithalata göre 2.sırada yer alan 711319 GTİP kodlu ve "Diğer kıymetli metal-kaplamalarından mücevherci eşyası"

açıklamalı üründe Türkiye'den yapılan ithalatın payı yüzde 5 seviyesindeyken, ürünün küresel ithalattan aldığı pay yüzde 1,8 olmuştur. Son olarak 870322 GTİP kodlu ve "Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm³<silindir=<1500 cm³)" açıklamalı üründe ise Türkiye'den yapılan ithalatın payı yüzde 3,1 iken, ürünün küresel ithalattan aldığı pay yüzde 2,9 olarak gerçekleşmiştir. Listedeki ilk 10 ürünün küresel ithalattan aldığı pay ise yüzde 17,4 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 45. Türkiye'den Yapılan İthalat Tutarına Göre Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu İlk 10 Ürün

Türkiye'den Yapılan İthalat Sırası	Küresel İthalat Sırası	6'lı GTİP Kodu	Ürünü İthal Eden Ülke Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalat (Milyar \$)	Küresel İthalat (Milyar \$)	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	7	'870421	208	5,0	62,0	8,1%	1,4%	1,4%
2	6	'711319	186	3,9	76,9	5,0%	1,8%	3,2%
3	3	'870322	206	3,8	123,1	3,1%	2,9%	6,1%
4	62	'721420	202	2,9	11,9	23,9%	0,3%	6,4%
5	2	'870332	206	2,0	125,9	1,5%	2,9%	9,3%
6	32	'870331	187	1,9	21,0	9,2%	0,5%	9,8%
7	45	'870210	202	1,9	15,2	12,7%	0,4%	10,2%
8	22	'610910	206	1,9	27,1	7,1%	0,6%	10,8%
9	1	'710812	199	1,8	261,4	0,7%	6,1%	16,9%
10	34	'620462	197	1,8	20,4	8,6%	0,5%	17,4%
		Diğer Ürünler*	156	115,2	3.565,5	3,2%	82,7%	100,0%
		Toplam*	156	142,1	4.310,4	3,3%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ülke sayısı

Tablo 46'da Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde Türkiye'den yapılan ithalatın sıralamasının küresel ithalat sıralamasından yüksek olduğu ürünler görülmektedir. Türkiye'nin listedeki bu on üründe rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerin küresel ithalatından aldığı pay yüzde 7,3 düzeyindedir. Listedeki on üründe Türkiye'den yapılan ithalatın payı yüzde 5 ile yüzde 12,7 arasında değişmektedir, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde ise Türkiye'den yapılan ithalatın toplam ithalata oranının yüzde 3,3 düzeyinde

olduğu görülmektedir. Türkiye'nin rekabet üstünlüğü olan ürünleri ithal eden ülke sayısı ortalama 156 iken, listedeki on üründe ürünü ithal eden ülke sayısı ise 186 ile 208 arasında değişmektedir. Bu veriler Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde geniş bir pazara ulaşma imkânına sahip olduğunu göstermektedir, bu nedenle ülkemizin bu ürünlerde pazar payını koruması gerektiği değerlendirilmektedir.

Tablo 46. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payını Koruması Gereken Ürünler

Türkiye'den Yapılan İthalat Sırası	Küresel İthalat Sırası	6'lı GTİP Kodu	Ürünü İthal Eden Ülke Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalat (milyar \$)	Küresel İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
2	6	'711319	186	3,9	76,9	5,0%	1,8%	1,8%
1	7	'870421	208	5,0	62,0	8,1%	1,4%	3,2%
13	20	'854449	208	1,5	28,5	5,2%	0,7%	3,9%
8	22	'610910	206	1,9	27,1	7,1%	0,6%	4,5%
16	26	'620342	203	1,4	25,1	5,6%	0,6%	5,1%
17	27	'611020	195	1,3	24,2	5,4%	0,6%	5,7%
6	32	'870331	187	1,9	21,0	9,2%	0,5%	6,1%
10	34	'620462	197	1,8	20,4	8,6%	0,5%	6,6%
7	45	'870210	202	1,9	15,2	12,7%	0,4%	7,0%
28	48	'841810	206	0,9	14,3	6,6%	0,3%	7,3%
		Diğer Ürünler*	139	120,5	3.995,8	3,0%	92,7%	100,0%
		Toplam*	156	142,1	4.310,4	3,3%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ülke sayısı

Tablo 47'de Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde Pazar payının en yüksek olduğu ilk on ürün ve bu ürünleri ithal eden ülke sayısı görülmektedir.

Bu ürünlerden 540263 GTİP kodlu ve "Polipropilenden iplikler (dikiş ipliği hariç); çok katlı veya katlı bükülü (kable), perakende satış için olmayan" açıklamalı üründe Türkiye'den yapılan ithalat küresel ithalata eşitken, 380852 GTİP kodlu ve "DDT (ISO) (clofenotane (INN)); net ağırlığı 300 gramı geçmeyen

ambalajlarda olanlar" açıklamalı üründe ise Türkiye'den yapılan ithalatın küresel ithalata oranı yüzde 96,6 düzeyindedir.

Bu on ürün arasında küresel ithalat miktarı en fazla olan ürünün 570242 GTİP kodlu ve "Halılar ve diğer yer kaplamaları; sentetik / suni dokumaya elverişli maddelerden, hav yapısında, hazır eşya halinde olan" açıklamalı ürün olduğu tespit edilmiştir; bu üründe Türkiye'den yapılan ithalatın küresel ithalata oranı yüzde 65,1 düzeyinde iken Türkiye'nin ihracatı 1,7 milyar dolar düzeyindedir.

Tablo 47. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının En Yüksek Olduğu İlk 10 Ürün ve Bu Ürünleri İthal Eden Ülke Sayısı

Türkiye'den Yapılan İthalat Sırası	Küresel İthalat Sırası	6'lı GTİP Kodu	Ürünü İthal Eden Ülke Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalat (1000 \$)	Küresel İthalat (1000 \$)	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1483	1516	'540263	1	312	312	100,0%	0,000%	0,0%
1508	1519	'380852	1	28	29	96,6%	0,000%	0,0%
1088	1488	'080521	1	7.348	8.823	83,3%	0,000%	0,0%
483	1373	'540253	72	49.005	62.482	78,4%	0,001%	0,0%
254	1226	'190430	144	112.904	147.187	76,7%	0,003%	0,0%
1385	1506	'600536	1	1.667	2.215	75,3%	0,000%	0,0%
109	974	'081310	157	276.283	373.491	74,0%	0,009%	0,0%
99	940	'252800	95	298.017	419.868	71,0%	0,010%	0,0%
12	344	'570242	186	1.729.493	2.654.784	65,1%	0,062%	0,1%
815	1445	'080840	80	17.467	26.967	64,8%	0,001%	0,1%
		Diğer Ürünler*	217	139.572.708	4.306.733.014	3,2%	99,9%	100,0%
		Toplam	156	142.065.232	4.310.429.172	3,3%		

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ülke sayısı

Tablo 48'de Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde küresel ithalata göre sıralı ilk 10 ürün görülmektedir. Bu ürünlerden 710812 GTİP kodlu ve "Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar, para yerine kullanılmayan)" açıklamalı üründe 57,7 milyar dolar küresel ithalat gerçekleşirken 174 ülke Türkiye'den ithalat gerçekleştirmemiştir.

Tablo incelendiğinde yüksek küresel ithalata sahip ve Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürünlerde ihracatçıların pazar yoğunlaşması yaşadıkları, diğer bir deyişle az sayıda ülkeye ihracat gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu ürünlerde ithalat gerçekleştiren ülke sayısı fazlayken ihracatçıların ihracat gerçekleştirmedikleri ülke sayısının da fazla olduğu görülmektedir.

BÖLÜM 3

Tablo 48. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazarlara Giremediği İlk 10 Ürün ve Bu Ürünleri İthal Eden Ülke Sayıları

Küresel İthalata Göre Sıra	6'lı GTİP Kodu	Ürün Açıklaması	Ürünü Dünyadan İthal Ederken Türkiye'den İthal Etmeyen Ülke Sayısı	Küresel İthalat	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	'710812	Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar, para yerine kullanılmayan)	174	57.688.911	8,9%	8,9%
2	'870322	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm ³ <silindir<1500 cm ³)	132	39.270.178	6,0%	14,9%
3	'870120	Çekiciler; yarı römorklar için	140	13.715.717	2,1%	17,0%
4	'240220	Tütün içeren sigaralar	153	13.007.490	2,0%	19,0%
5	'870332	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (1500cm ³ <silindir hacmi<2500cm ³)	128	9.143.139	1,4%	20,4%
6	'870421	Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi<5ton)	118	8.091.525	1,2%	21,6%
7	'740811	Rafine edilmiş bakırdan tel; enine kesit >6 mm	111	7.849.366	1,2%	22,8%
8	'020714	Horoz ve tavukların parçalanmış et ve sakatları (dondurulmuş)	147	7.082.432	1,1%	23,9%
9	'720839	Sıcak mamul demir, çelik rulo (kalınlık<3mm. diğer)	109	6.871.887	1,1%	25,0%
10	'310530	Diamonyum hidrojenortofosfat	131	6.503.941	1,0%	26,0%
	Diğer ürünler		93	482.035.842	74,0%	100,0%
	Toplam		93	651.260.428	100,0%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ülke sayısı

Hedef Pazar Ülke Analizi

Tablo 49'da yapılan RCA analizi sonucu Türk ihracatçıların rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünleri satabileceği hedef ülkeler, bu ülkelerin küresel ticaret hacimleri, bu ülkelere hiç satılmayan ürün sayısı, bu ülkelerin ticaretinde Türkiye'den yapılan ithalat hacmi ve bu ithalatın payına göre ürün sayıları görülmektedir. Analiz, Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bütün ürünler göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Küresel ticaret hacmi küçük olsa da Türkiye'ye has bazı ürünlerin de rekabet üstünlüğüne sahip olduğu tespit edilmiş bu ürünlerde şu anda pazar büyüklüğü diğer ürünlere göre yüksek olmasa da gelecekte bu ürünlerin pazarında büyüme beklenmektedir. Türkiye'nin 2018 yılında ihraç ettiği 4.729 6'lı GTİP kodlu ürün içinde 1.519 tanesinde rekabet üstünlüğüne sahip olduğu göz önüne alındığında bu ürünlerin birçoğunda komşu ülkelerle ve Türkiye'ye yakın ülkelerle ticaretinin yapıldığı görülmektedir. Tabloda ülkelerin sıralaması bu ülkelerin Türkiye ile ticaretine konu olan ürün sayısından ziyade bu ülkelerin bu ürünlerde yaptıkları toplam ithalata göre yapılmıştır.

Tabloda ilk sırada Türkiye'den 1.131 adet rekabet gücü yüksek ürünü ithal eden 349 tanesini de ithal etmeyen ABD yer alırken, onu 1.315 adet rekabet gücü yüksek ürünü ithal eden 158 tanesini de ithal etmeyen Almanya ile 878 adet rekabet gücü yüksek ürünü ithal eden 577 tanesini de ithal etmeyen Çin izlemektedir. ABD, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu toplam 1.480

üründe yaklaşık 572,4 milyar dolarlık küresel ticaret yaparken bu ithalatın 6,5 milyar dolarını Türkiye'den yapmaktadır. Türkiye'nin ABD'nin küresel ticaretindeki payı ise yaklaşık yüzde 1,1 olmuştur. ABD, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak Türkiye'den ithal etmediği 349 üründe dünyadan 71 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. ABD, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve küresel ithalatın Türkiye'nin payının yüzde 0-1 aralığında olduğu 652 üründe ise dünyadan 71 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirirken Türkiye'den ise 1,2 milyar dolarlık ithalat yapmıştır. Türkiye'nin bu ürünlerde ABD'nin küresel ithalatındaki payı yaklaşık yüzde 0,3 olmuştur. ABD, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve küresel ithalatın Türkiye'nin payının yüzde 1-5 aralığında olduğu 299 üründe ise dünyadan 85,8 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirirken Türkiye'den ise 2 milyar dolarlık ithalat yapmıştır. Türkiye'nin bu ürünlerde ABD'nin küresel ithalatındaki payı yaklaşık yüzde 2,3 olmuştur. ABD, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve küresel ithalatın Türkiye'nin payının yüzde 5'den büyük olduğu 180 üründe ise dünyadan 19,2 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirirken Türkiye'den ise 3,3 milyar dolarlık ithalat yapmıştır. Türkiye'nin bu ürünlerde ABD'nin küresel ithalatındaki payı yaklaşık yüzde 17 olmuştur. ABD'nin Türkiye'den ürün adeti olarak küresel ticaretinde yüzde 0-1 aralığında pay alınan ürünlerde, hacim olarak ise yüzde 5'den büyük pay alınan ürünlerde ithalat yaptığı tespit edilmiştir. Almanya, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu toplam 1.473 üründe yaklaşık 319,7 milyar dolarlık küresel ticaret yaparken bu ithalatın 15,3 milyar dolarını Türkiye'den yapmaktadır.

Türkiye'nin Almanya'nın küresel ticaretindeki payı ise yaklaşık yüzde 4,8 olmuştur. Çin, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu toplam 1.455 üründe yaklaşık 205 milyar dolarlık küresel ticaret yaparken bu ithalatın 2,8 milyar dolarını Türkiye'den

yapmaktadır. Türkiye'nin Çin'in küresel ticaretindeki payı ise yaklaşık yüzde 1,4 olmuştur. Türkiye'nin ilk üç sırada yer alan ülkeler arasında rekabet gücü yüksek ürünlerde en yüksek pazar payını Almanya'da aldığı görülmektedir.

Tablo 49. RCA Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Hedef Pazar Ülkeler

Ülke	Rekabet Gücü Yüksek Ürünler İçinde Türkiye'den İthalatı Yapılmayan Ürün Sayısı (%0 pay)	Türkiye'den Yapılan İthalatta %0-1 Paya Sahip Ürün Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalatta %1-5 Paya Sahip Ürün Sayısı	Türkiye'den Yapılan İthalatta >%5 Paya Sahip Ürün Sayısı	Rekabet Gücü Yüksek Ürünler İçinde Türkiye'den İthal Edilen Ürün Sayısı	Rekabet Gücü Yüksek Ürünler İçinde Dünyadan İthal Edilen Ürün Sayısı	Türkiye'den Yaptığı İthalat (milyar \$)	Dünyadan Yaptığı İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payı
ABD	349	652	299	180	1.131	1.480	6,5	572,4	1,1%
Almanya	158	399	418	498	1.315	1.473	15,3	319,7	4,8%
Çin	577	523	195	160	878	1.455	2,8	205,0	1,4%
Fransa	249	490	414	326	1.230	1.479	7,7	196,9	3,9%
Birleşik Krallık	241	402	398	428	1.228	1.469	9,2	180,9	5,1%
İtalya	215	363	411	489	1.263	1.478	8,8	141,8	6,2%
Kanada	484	589	247	155	991	1.475	1,3	131,7	1,0%
İsviçre	430	482	312	242	1.036	1.466	2,1	124,1	1,7%
Hollanda	351	461	317	338	1.116	1.467	4,4	119,5	3,7%
Japonya	844	404	148	65	617	1.461	0,6	112,8	0,5%
İspanya	291	381	333	471	1.185	1.476	7,1	111,3	6,4%
Hong Kong	972	295	82	43	420	1.392	0,6	108,1	0,6%
Belçika	324	443	355	350	1.148	1.472	4,4	107,9	4,1%
Meksika	635	494	182	132	808	1.443	0,6	105,6	0,6%
Hindistan	551	481	242	162	885	1.436	0,8	90,3	0,9%
Polonya	393	427	322	325	1.074	1.467	2,3	83,5	2,7%
Güney Kore	709	480	165	98	743	1.452	0,9	69,0	1,3%
Rusya	346	340	369	402	1.111	1.457	3,0	67,3	4,5%
Avustralya	617	488	187	144	819	1.436	0,5	63,8	0,8%
Avusturya	450	501	276	228	1.005	1.455	1,5	63,1	2,3%
Vietnam	886	417	106	52	575	1.461	0,2	62,0	0,4%
Tayland	718	478	165	99	742	1.460	0,2	57,9	0,4%
BAE	376	380	381	305	1.066	1.442	2,6	53,5	4,8%
Çekya	613	426	239	190	855	1.468	0,9	53,5	1,7%
İsveç	567	394	231	257	882	1.449	1,1	46,4	2,3%
Endonezya	797	411	128	111	650	1.447	0,2	45,7	0,5%
Malezya	824	412	126	78	616	1.440	0,3	34,7	0,9%
Romanya	273	210	363	623	1.196	1.469	3,3	33,8	9,9%
Macaristan	499	326	261	357	944	1.443	0,9	33,3	2,8%
Singapur	666	451	186	92	729	1.395	0,4	33,0	1,2%
Brezilya	794	302	175	142	619	1.413	0,4	32,5	1,3%
Slovakya	760	328	188	166	682	1.442	0,4	31,8	1,2%
Danimarka	551	372	234	278	884	1.435	1,0	30,6	3,1%
Portekiz	622	394	216	225	835	1.457	0,9	28,7	3,0%
S. Arabistan	309	220	330	554	1.104	1.413	2,1	27,0	7,6%
Tayvan	883	291	152	112	555	1.438	0,3	26,7	1,1%
Norveç	595	370	245	227	842	1.437	0,6	26,3	2,3%
Filipinler	1.032	254	67	37	358	1.390	0,1	25,7	0,5%
Bangladeş	880	276	109	107	492	1.372	0,3	22,2	1,2%
Şili	749	382	168	117	667	1.416	0,4	21,9	1,6%
Diğer ülkeler*	680	83	88	199	369	1.049	45,0	608,3	7,4%
Toplam*	658	144	118	205	467	1.125	142,1	4.310,4	3,3%

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ürün sayısı

BÖLÜM 3

Tablo 50'de Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde pazar payını koruması gereken ilk 10 ülke, bir başka ifade ile pazar payının yüzde 5'ten büyük olduğu ve bu ürünlerde dünyadan en çok ithalat yapan ilk 10 ülke görülmektedir. İlk sırada bu ürün grubunda hem dünyadan hem de Türkiye'den en çok ithalat yapan Almanya yer almaktadır. Almanya bu ürünlerde 2018 yılında dünyadan 90,6 milyar dolarlık ithalat yaparken Türkiye'den ise 11,9 milyar dolarlık alım gerçekleştirmiştir. Almanya'nın bu ürünlerdeki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 13,1'ini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Almanya, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 498 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir. Almanya'yı bu ürünlerde 2018 yılında dünyadan 48 milyar dolarlık, Türkiye'den ise 5,7 milyar dolarlık ithalat yapan Fransa izlemektedir. Fransa'nın bu ürünlerdeki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 11,8'ini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Fransa, 2018

yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 326 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir.

Bu iki ülkeyi bu ürünlerde 2018 yılında dünyadan 47,6 milyar dolarlık, Türkiye'den ise 7,1 milyar dolarlık ithalat yapan İtalya izlemektedir. İtalya'nın bu ürünlerdeki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 15'ini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. İtalya, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 489 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir. Listede yer alan on ülkeden ilk yedisini AB üyesi ülkeler olması dikkat çekmektedir. Tabloda yer alan ülkeler bu ürünlerdeki toplam küresel ithalatın yaklaşık yüzde 57,6'sını oluşturmaktadır. Bu ürün grubunda küresel ticaretin yarısından fazlasını bu on ülkenin yaptığı görülmektedir.

Tablo 50. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payını Koruması Gereken (Pazar Payının %5'ten Büyük Olduğu) İlk 10 Ülke

Dünyadan Yaptığı İthalat Sırası	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payına Göre Sıra	Ürün Sayısına Göre Sıra	Ülke	Türkiye'nin Rekabet Avantajına Sahip Olduğu Ürünler İçinde İthal Ettiği Ürün Sayısı	Türkiye'den Yaptığı İthalat (milyar \$)	Dünyadan Yaptığı İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	1	28	Almanya	498	11,9	90,6	13,1%	13,7%	13,7%
2	6	48	Fransa	326	5,7	48,0	11,8%	7,2%	20,9%
3	3	29	İtalya	489	7,1	47,6	15,0%	7,2%	28,1%
4	4	35	Birleşik Krallık	428	6,8	41,0	16,6%	6,2%	34,2%
5	5	30	İspanya	471	6,1	39,9	15,3%	6,0%	40,3%
6	8	45	Belçika	350	3,3	29,4	11,2%	4,4%	44,7%
7	7	46	Hollanda	338	3,4	25,1	13,7%	3,8%	48,5%
8	14	52	BAE	305	2,2	23,5	9,2%	3,5%	52,0%
9	9	79	ABD	180	3,3	19,2	17,0%	2,9%	54,9%
10	13	38	Rusya	402	2,2	18,1	12,4%	2,7%	57,6%
			Diğer ülkeler	192	60,9	281,3	21,6%	42,4%	100,0%
			Toplam	213	112,9	663,7	17,0%	100,0%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020). *Ortalama ürün sayısı

Tablo 51'de Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde pazar payının olmadığı ve bu ürünlerde dünyadan en çok ithalat yapan ilk 10 ülke görülmektedir. Bu pazarlara bu ürünlerde girilmesi için her ülkeye has özenli bir çalışma yapılması gerekmektedir. Tabloda ilk sırada 2018 yılında dünyadan bu ürünlerde 71 milyar dolarlık ithalat yapan ABD yer alırken, bu ülkeyi 37,5 milyar dolarlık ithalat yapan Hong Kong

ile 29,6 milyar dolarlık ithalat yapan Çin izlemektedir. Tabloda yer alan ülkeler bu ürünlerdeki toplam küresel ithalatın yaklaşık yüzde 42,2'sini oluşturmaktadır. ABD, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 349 ürünü, Hong Kong 972 ürünü, Çin ise 577 ürünü dünyadan ithal ederken Türkiye'den ise ithal etmemiştir.

Tablo 51. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Giremediği İlk Ülke (Pazar Payının %0 Olduğu Ülkeler)

Dünyadan Yaptığı İthalat Sırası	Ülke	Türkiye'nin Rekabet Avantajına Sahip Olduğu Ürünler İçinde İthal Ettiği Ürün Sayısı	Dünyadan Yaptığı İthalat (milyar \$)	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	ABD	349	71,0	10,9%	10,9%
2	Hong Kong	972	37,5	5,8%	16,7%
3	Çin	577	29,6	4,6%	21,2%
4	Japonya	844	25,5	3,9%	25,1%
5	Vietnam	886	23,5	3,6%	28,7%
6	Endonezya	797	19,9	3,1%	31,8%
7	Kanada	484	19,0	2,9%	34,7%
8	Meksika	635	17,2	2,6%	37,4%
9	Güney Kore	709	16,4	2,5%	39,9%
10	Avustralya	617	15,3	2,3%	42,2%
	Diğer ülkeler*	200	376,3	57,8%	100,0%
	Toplam*	658	651,3	100,0%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020). *Ortalama ürün sayısı

Tablo 52'de Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde pazar payının yüzde 0-1 aralığında olduğu ve bu ürünlerde dünyadan en çok ithalat yapan ilk 10 ülke görülmektedir. İlk sırada bu ürün grubunda 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 396,5 milyar dolarlık Türkiye'den ise 1,2 milyar dolarlık ithalat yapan ABD yer almaktadır. ABD'nin bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 0,3'ünü Türkiye'den yaptığı görülmektedir. ABD, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 652 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir.

ABD'yi 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 148,1 milyar dolarlık Türkiye'den ise 300 milyon dolarlık ithalat yapan Çin izlemektedir. Çin'in bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 0,2'sini

Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Çin, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 523 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir. Bu iki ülkeyi ise 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 104,5 milyar dolarlık Türkiye'den ise 500 milyon dolarlık ithalat yapan Almanya takip etmektedir. Almanya'nın bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 0,5'ini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Almanya, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 399 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir. Tabloda yer alan ülkeler bu ürünlerdeki toplam küresel ithalatın yaklaşık yüzde 56,8'ini oluşturmaktadır. Bu ürün grubunda küresel ticaretin yarısından fazlasını bu on ülkenin yaptığı görülmektedir.

Tablo 52. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının %0-1 Aralığında Olduğu İlk 10 Ülke

Dünyadan Yapıldığı İthalat Sırası	Türkiye'den Yapıldığı İthalatın Payına Göre Sıra	Ürün Sayısına Göre Sıra	Ülke	Türkiye'nin Rekabet Avantajına Sahip Olduğu Ürünler İçinde İthal Ettiği Ürün Sayısı	Türkiye'den Yapıldığı İthalat (milyar \$)	Dünyadan Yapıldığı İthalat (milyar \$)	Türkiye'den Yapıldığı İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	1	1	ABD	652	1,2	396,5	0,3%	19,9%	19,9%
2	3	3	Çin	523	0,3	148,1	0,2%	7,4%	27,4%
3	2	23	Almanya	399	0,5	104,3	0,5%	5,2%	32,6%
4	8	2	Kanada	589	0,1	94,5	0,2%	4,7%	37,3%
5	12	5	Meksika	494	0,1	75,8	0,2%	3,8%	41,2%
6	6	21	Japonya	404	0,2	74,3	0,3%	3,7%	44,9%
7	4	6	Fransa	490	0,3	65,3	0,4%	3,3%	48,2%
8	14	9	Hindistan	481	0,1	63,7	0,2%	3,2%	51,4%
9	5	22	Birleşik Krallık	402	0,2	53,6	0,4%	2,7%	54,1%
10	7	12	Hollanda	461	0,2	53,5	0,3%	2,7%	56,8%
			Diğer ülkeler*	183	2,3	860,8	0,3%	43,2%	100%
			Toplam*	157	5,5	1.990,6	0,3%	100%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ürün sayısı

Tablo 53'te Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerde pazar payının yüzde 1-5 aralığında olduğu ve bu ürünlerde dünyadan en çok ithalat yapan ilk 10 ülke görülmektedir.

İlk sırada bu ürün grubunda 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 118,4 milyar dolarlık Türkiye'den ise 3 milyar dolarlık ithalat yapan Almanya yer almaktadır. Almanya'nın bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 2,5'ini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Almanya, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 418 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir.

Almanya'yı 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 85,8 milyar dolarlık Türkiye'den ise 2 milyar dolarlık ithalat yapan ABD izlemektedir. ABD'nin bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 2,3'ünü Türkiye'den yaptığı görülmektedir.

ABD, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 299 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir.

Bu iki ülkeyi ise 2018 yılında bu ürünlerde dünyadan 80,8 milyar dolarlık Türkiye'den ise 2,1 milyar dolarlık ithalat yapan Birleşik Krallık takip etmektedir. Birleşik Krallık'ın bu ürün grubundaki toplam ithalatının yaklaşık yüzde 2,7'sini Türkiye'den yaptığı görülmektedir. Birleşik Krallık, 2018 yılında Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bu ürün grubundan 398 ürünü Türkiye'den ithal etmiştir.

Tabloda yer alan ülkeler bu ürünlerdeki toplam küresel ithalatın yaklaşık yüzde 62,9'unu oluşturmaktadır. Bu ürün grubunda küresel ticaretin beşte üçünden fazlasını bu on ülkenin yaptığı görülmektedir.

BÖLÜM 3

Tablo 53. Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Olduğu Ürünlerde Pazar Payının %1-5 Aralığında Olduğu İlk 10 Ülke

Dünyadan Yaptığı İthalat Sırası	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payına Göre Sıra	Ürün Sayısına Göre Sıra	Ülke	Türkiye'nin Rekabet Avantajına Sahip Olduğu Ürünler İçinde İthal Ettiği Ürün Sayısı	Türkiye'den Yaptığı İthalat (milyar \$)	Dünyadan Yaptığı (milyar \$)	Türkiye'den Yaptığı İthalatın Payı	Küresel İthalattan Aldığı Pay	Küresel İthalattan Aldığı Birikimli Pay
1	1	1	Almanya	418	3,0	118,4	2,5%	11,8%	11,8%
2	3	16	ABD	299	2,0	85,8	2,3%	8,6%	20,4%
3	2	4	Birleşik Krallık	398	2,1	80,8	2,7%	8,1%	28,5%
4	6	14	İsviçre	312	1,3	76,7	1,6%	7,7%	36,2%
5	4	2	Fransa	414	1,8	75,8	2,3%	7,6%	43,8%
6	5	3	İtalya	411	1,5	55,8	2,7%	5,6%	49,3%
7	7	8	Belçika	355	1,0	41,8	2,4%	4,2%	53,5%
8	9	9	İspanya	333	0,8	34,3	2,3%	3,4%	57,0%
9	8	12	Hollanda	317	0,8	31,0	2,6%	3,1%	60,1%
10	11	11	Polonya	322	0,6	28,4	2,3%	2,8%	62,9%
			Diğer ülkeler*	185	8,7	370,9	2,3%	37,1%	100,0%
			Toplam*	127	23,6	999,7	2,4%	100,0%	

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020), *Ortalama ürün sayısı

3.5. Küresel Beklentiler ve Rekabet Analizi Doğrultusunda Türkiye İhracatında Ölçek Ekonomisi

Tablo 54'te TÜİK verilerine göre 2017 ve 2018 yılları için girişimlerde çalışan sayısına (ölçeğe) göre yapılan ihracatın ana faaliyet koluna göre kırılımı görülmektedir. Türkiye'de 2017 yılında gerçekleşen yaklaşık 157 milyar dolarlık ihracatın yüzde 56,6'sını sanayi sektörü gerçekleştiren; yüzde 40'ını ticaret sektörü yüzde 3,4'ü de diğer sektörler gerçekleştirmiştir. Türkiye'de 2018 yılında ise gerçekleşen yaklaşık 168 milyar dolarlık ihracatın yüzde 57,5'ini sanayi sektörü gerçekleştiren; yüzde 38,9'unu ticaret sektörü yüzde 3,6'sını da diğer sektörler gerçekleştirmiştir. Ticaret sektörünün ihracata katkısı 2018 yılında 2017 yılına göre azalırken, sanayi sektörünün katkısı ise artış göstermiştir.

İhracatın ölçeklere göre sektörel kırılıma bakıldığında hem 2017 hem de 2018 yılında *KOBİ üstü girişimler* en çok ihracatı sanayi sektöründe gerçekleştirmiştir. Bu girişimler 2017 yılında gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 89,6'sını sanayi sektöründe; yüzde 7,3'ünü ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3,1'ini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir. Bu girişimler 2018 yılında ise gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 89,3'ünü sanayi sektöründe; yüzde 7,5'ini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3,2'sini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir.

Orta ölçekli girişimler, 2017 yılında gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 63,2'sini sanayi sektöründe; yüzde 33,3'ünü ticaret

sektöründe; geriye kalan yüzde 3,5'ini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir. Bu girişimler 2018 yılında ise gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 61,9'unu sanayi sektöründe; yüzde 34,5'ini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3,7'sini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir.

Küçük ölçekli girişimler, 2017 yılında gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 27,9'unu sanayi sektöründe; yüzde 68,5'ini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3,6'sını da diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir. Bu girişimler 2018 yılında ise gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 26,7'sini sanayi sektöründe; yüzde 70,2'sini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3'ünü de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir.

Mikro ölçekli girişimler, 2017 yılında gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 10,1'ini sanayi sektöründe; yüzde 86,1'ini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 3,8'ini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir. Bu girişimler 2018 yılında ise gerçekleştirdikleri ihracatın yüzde 11,8'ini sanayi sektöründe; yüzde 83,5'ini ticaret sektöründe; geriye kalan yüzde 4,7'sini de diğer sektörlerde gerçekleştirmişlerdir.

Açıkça görülmektedir ki *Mikro ölçekli girişimler* ile *Küçük ölçekli girişimler* ticaret sektöründe ihracatta yoğunlaşırken *Orta ölçekli girişimler* ile *KOBİ üstü girişimler* ise sanayi sektöründe ihracatta yoğunlaşmıştır.

Tablo 54. Çalışan Sayısına Göre Girişimin Yaptığı İhracatın Ana Faaliyete Göre Kırılımı (%)

	2017				2018			
	Toplam	Sanayi	Ticaret	Diğer	Toplam	Sanayi	Ticaret	Diğer
Çalışan sayısı								
Toplam	156.990.094	56,6%	40,0%	3,4%	167.917.921	57,5%	38,9%	3,6%
Mikro ölçekli (1-9)	34.883.107	10,1%	86,1%	3,8%	33.066.540	11,8%	83,5%	4,7%
Küçük ölçekli (10-49)	28.153.839	27,9%	68,5%	3,6%	32.194.116	26,7%	70,2%	3,0%
Orta ölçekli (50-249)	25.226.561	63,2%	33,3%	3,5%	27.727.999	61,9%	34,5%	3,7%
KOBİ üstü (250+)	68.708.152	89,6%	7,3%	3,1%	74.928.844	89,3%	7,5%	3,2%
Bilinmeyen	18.435	2,6%	0,0%	97,4%	421	5,0%	49,1%	45,9%

Kaynak: (TÜİK, 2019)

Tablo 55'te TÜİK verilerine göre 2017 ve 2018 yılları için girişimlerde ana faaliyet koluna göre yapılan ihracatın çalışan sayısına (ölçeğe) göre kırılımı görülmektedir. Türkiye'de 2017 yılında gerçekleşen yaklaşık 157 milyar dolarlık ihracatın yüzde 22,2'sini *Mikro ölçekli girişimler* gerçekleştirirken; yüzde 17,9'unu *Küçük ölçekli girişimler*, yüzde 16,1'ini *Orta ölçekli girişimler* ve kalan yüzde 43,8'ini de *KOBİ üstü girişimler* gerçekleştirmiştir. Türkiye'de 2018 yılında ise gerçekleşen yaklaşık 168 milyar dolarlık ihracatın yüzde 19,7'sini *Mikro ölçekli girişimler* gerçekleştirirken; yüzde 19,2'sini *Küçük ölçekli girişimler*, yüzde 16,5'ini *Orta ölçekli girişimler* ve kalan yüzde 44,6'sını de *KOBİ üstü girişimler* gerçekleştirmiştir. *Mikro ölçekli girişimlerin* ihracata katkısı 2018

yılında 2017 yılına göre azalırken, *Küçük ölçekli girişimlerin*, *Orta ölçekli girişimlerin* ve *KOBİ üstü girişimlerin* katkısı ise artış göstermiştir.

Ihracatın ana faaliyet koluna göre sektörel kırılımına bakıldığında hem 2017 hem de 2018 yılında sanayi sektörü en çok ihracatı sanayi sektöründe gerçekleştirmiştir.

Açıkça görülmektedir ki ticaret sektöründe en çok ihracatı *Mikro ölçekli girişimler* sanayi sektöründe en çok ihracatı ise *KOBİ üstü girişimler* gerçekleştirmiştir.

Tablo 55. Girişimin Ana Faaliyet Alanına Göre Yaptığı İhracatın Çalışan Sayısına Göre Kırılımı (%)

Çalışan sayısı	2017					2018				
	Toplam İhracat (milyar \$)	Toplam	Sanayi	Ticaret	Diğer	Toplam İhracat (milyar \$)	Toplam	Sanayi	Ticaret	Diğer
Toplam	157,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	167,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Mikro ölçekli (1-9)	34,9	22,2%	4,0%	47,9%	24,7%	33,1	19,7%	4,0%	42,2%	26,2%
Küçük ölçekli (10-49)	28,2	17,9%	8,8%	30,8%	18,8%	32,2	19,2%	8,9%	34,6%	16,4%
Orta ölçekli (50-249)	25,2	16,1%	17,9%	13,4%	16,5%	27,7	16,5%	17,8%	14,6%	17,0%
KOBİ üstü (250+)	68,7	43,8%	69,3%	8,0%	39,6%	74,9	44,6%	69,3%	8,6%	40,4%
Bilinmeyen	0,02	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Kaynak: (TÜİK, 2019)

Tablo 56'da TÜİK verilerine göre 2017 ve 2018 yılları için girişimlerde ana faaliyet koluna ve çalışan sayısına (ölçeğe) göre yapılan ihracatın kırılımı görülmektedir. Türkiye'de 2017 yılında gerçekleşen yaklaşık 157 milyar dolarlık ihracatı 71.140 girişim gerçekleştirirken 2018 yılında ise 168 milyar dolarlık ihracatı 77.008 girişim gerçekleştirmiştir.

Girişimlerin sektörel dağılımı incelendiğinde 2017 yılında en çok ihracatçı girişimin 32.002 girişimci ile ticaret sektöründe olduğu görülürken, sanayi sektöründe ise 31.093 ihracatçı girişimin olduğu tespit edilmiştir. Ticaret sektörü 2018 yılında da en çok ihracatçı girişimin olduğu sektör olurken bu sektörde 2018 yılında 34.950 ihracatçı girişimin olduğu tespit edilmiştir. Sanayi sektöründe 2018 yılında ise 32.914 ihracatçı girişimin olduğu görülmektedir. En çok ihracatçı girişime hem 2017 hem de 2018 yılında *Mikro ölçekli girişimler* sahip olurken, onu sırası ile *Küçük ölçekli girişimler*, *Orta ölçekli girişimler* ve *KOBİ üstü girişimler* izlemektedir.

Mikro ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe 11.110 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 23.304 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir. Bu grup 2018 yılında sanayi sektöründe 12.975 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 26.468 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir.

Küçük ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe 12.582 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 7.185 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir. Bu grup 2018 yılında sanayi sektöründe 12.666 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 6.995 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir.

Orta ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe 5.756 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 1.280 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir. Bu grup 2018 yılında sanayi sektöründe 5.605 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 1.259 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir.

KOBİ üstü girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe 1.643 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 233 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir. Bu grup 2018 yılında sanayi sektöründe 1.667 girişim ile ihracat gerçekleştirirken; ticaret sektöründe ise 222 girişim ile ihracat gerçekleştirmiştir.

Mikro ölçekli girişimler, *Küçük ölçekli girişimler*, *Orta ölçekli girişimler* ve *KOBİ üstü girişimler* sanayi sektöründe ticaret sektörüne göre daha fazla ihracatçı girişime sahiptirler.

BÖLÜM 3

Tablo 56. Ana Faaliyet Türlerine ve Çalışan Sayısına Göre İhracat Yapan Girişim Sayısı

Çalışan sayısı	2017					2018				
	Toplam İhracat (milyar \$)	İhracat Yapan Girişim Sayısı	Sanayi Sektöründe İhracat Yapan Girişim Sayısı	Ticaret Sektöründe İhracat Yapan Girişim Sayısı	Diğer	Toplam İhracat (milyar \$)	İhracat Yapan Girişim Sayısı	Sanayi Sektöründe İhracat Yapan Girişim Sayısı	Ticaret Sektöründe İhracat Yapan Girişim Sayısı	Diğer
Toplam	157,0	71.140	31.093	32.002	8.045	167,9	77.008	32.914	34.950	9.144
Mikro ölçekli (1-9)	34,9	39.311	11.110	23.304	4.897	33,1	45.386	12.975	26.468	5.943
Küçük ölçekli (10-49)	28,2	21.884	12.582	7.185	2.117	32,2	21.843	12.666	6.995	2.182
Orta ölçekli (50-249)	25,2	7.734	5.756	1.280	698	27,7	7.581	5.605	1.259	717
KOBİ üstü (250+)	68,7	2.193	1.643	233	317	74,9	2.184	1.667	222	295
Bilinmeyen	0,0	18	2	0	16	0,0	14	1	6	7

Kaynak: (TÜİK)

Tablo 57'de TÜİK verilerine göre 2017 ve 2018 yılları için ana faaliyet koluna ve çalışan sayısına (ölçeğe) göre girişim başına yapılan ihracatın kırılımı görülmektedir. Türkiye'de girişimler 2017 yılında ortalama 2.207 dolarlık ihracat gerçekleştirirken 2018 yılında ise ortalama 2.181 dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Girişim başına ihracatın 2018 yılında 2017 yılına göre azaldığı bir başka ifade ise girişim başına ihracatta yoğunlaşmanın azaldığı ihracatın belli başlı firmalarda yoğunlaşma yerine diğer firmalara da yayıldığı görülmektedir.

Girişimlerin sektörel dağılımı incelendiğinde 2017 yılında girişim başına en çok ihracatı 2.857 dolar ile sanayi sektöründe olduğu görülürken, ticaret sektöründe ise girişimcilerin ortalama 1.960 dolar olduğu tespit edilmiştir. Sanayi sektörünün 2.933 dolar ile 2018 yılında da en çok girişim başına ihracata sahip olduğu görülürken ticaret sektöründe ise 1.871 dolarlık girişim başına ortalama ihracatın gerçekleştiği görülmektedir.

En çok girişim başına ihracata hem 2017 hem de 2018 yılında *KOBİ üstü girişimler* sahip olurken, onu sırası ile *Orta ölçekli girişimler*, *Küçük ölçekli girişimler* ve *Mikro girişimler* izlemektedir.

Mikro ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe ortalama 316 dolar ihracat gerçekleştirirken; 2018 yılında ise yaptıkları ortalama ihracat 299 dolara gerilemiştir. Bu girişimler ticaret

sektöründe 2017 yılında ortalama 1.289 dolar ihracat yaparken, 2018 yılında ise ortalama ihracatları 1.043 dolara düşmüştür.

Küçük ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe ortalama 624 dolar ihracat gerçekleştirirken; 2018 yılında ise yaptıkları ortalama ihracat 679 dolara yükselmiştir. Bu girişimler ticaret sektöründe 2017 yılında ortalama 2.685 dolar ihracat yaparken, 2018 yılında ise ortalama ihracatları 3.323 dolara çıkmıştır.

Orta ölçekli girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe ortalama 2.769 dolar ihracat gerçekleştirirken; 2018 yılında ise yaptıkları ortalama ihracat 3.060 dolara yükselmiştir. Bu girişimler ticaret sektöründe 2017 yılında ortalama 6.561 dolar ihracat yaparken, 2018 yılında ise ortalama ihracatları 7.593 dolara çıkmıştır.

KOBİ üstü girişimler 2017 yılında sanayi sektöründe ortalama 37.462 dolar ihracat gerçekleştirirken; 2018 yılında ise yaptıkları ortalama ihracat 40.140 dolara yükselmiştir. Bu girişimler ticaret sektöründe 2017 yılında ortalama 21.511 dolar ihracat yaparken, 2018 yılında ise ortalama ihracatları 25.215 dolara çıkmıştır.

Mikro ölçekli girişimler, *Küçük ölçekli girişimler*, *Orta ölçekli girişimler* ticaret sektöründe *KOBİ üstü girişimler* ise sanayi sektöründe girişimci başına düşen ihracata sahiptirler.

Tablo 57. Ana Faaliyet Türlerine ve Çalışan Sayısına Göre İhracat Yapan Girişim Sayısı Başına Düşen İhracat

Çalışan sayısı	2017					2018				
	Toplam İhracat (milyar \$)	İhracat Yapan Girişim Başına Düşen Toplam İhracat (\$)	Sanayi Sektöründe İhracat Yapan Girişim Başına Düşen İhracat (\$)	Ticaret Sektöründe İhracat Yapan Girişim Başına Düşen İhracat (\$)	Diğer (\$)	Toplam İhracat (milyar \$)	İhracat Yapan Girişim Başına Düşen Toplam İhracat (\$)	Sanayi Sektöründe İhracat Yapan Girişim Başına Düşen İhracat (\$)	Ticaret Sektöründe İhracat Yapan Girişim Başına Düşen İhracat (\$)	Diğer (\$)
Toplam	157,0	2.207	2.857	1.960	673	167,9	2.181	2.933	1.871	655
Mikro ölçekli (1-9)	34,9	887	316	1.289	274	33,1	729	299	1.043	264
Küçük ölçekli (10-49)	28,2	1.287	624	2.685	481	32,2	1.474	679	3.232	450
Orta ölçekli (50-249)	25,2	3.262	2.769	6.561	1.280	27,7	3.658	3.060	7.593	1.420
KOBİ üstü (250+)	68,7	31.331	37.462	21.511	6.768	74,9	34.308	40.140	25.215	8.197
Bilinmeyen	0,02	1.024	239	0	1.122	0,0	30	21	35	28

Kaynak: (TÜİK)

İhracatta ölçek ve kapasite göz önünde bulundurulduğunda, KOBİ'lerin 2030 yılına doğru talebi artan pazarlarda daha etkin hale gelebilmesi için kapasite büyümeleri önem arz etmektedir. Bu doğrultuda üretilecek olan politikalar, bilhassa ABD, Çin ve gümrüksüz bir kıta olarak yüksek nüfus artışının görülmesi muhtemel olan Afrika ülkelerindeki talebe yönelik önemli bir adım olacağı ve Türkiye ihracatının gelecekteki artışında önemli bir rol oynayacağı öngörülebilmektedir.

3.6. Türkiye'nin Rekabet Ettiği Belli Başlı Ülkelerle Hedef Pazar Ülke ve Ürün Yoğunlaşması Karşılaştırması

Küresel ticarete bazen bir ülke, tek başına bir ürünün dünya ithalatında büyük paya sahipken, bazen de bu oran çok küçük olmaktadır. Aynı durum ürünlerin ihracatında da geçerlidir. Bazen ülkelerin ihracatında bir ürün geniş yer tutarken bazen de her ihrac edilen ürünün payı toplam ihracat içinde çok küçük olabilmektedir. Bir ülkenin ihrac ettiği ürün sayısı ve ihracatını gerçekleştirdiği ülke sayısı az ise ihracatın belli ürünlerde ve ülkelerde yoğunlaşması söz konusudur. Böyle bir yoğunlaşma söz konusu ise ihracatın çeşitliliği açısından risk vardır. İhracat yapılan ülke ile yaşanabilecek bir kriz bu ülkede ihracatın yoğunlaşması nedeni ile ihracatı olumsuz etkileyecektir. Aynı şekilde ihrac edilen ürün çeşitliliğinin azlığı söz konusu olduğunda ürünün beğenilmemesi durumunda alternatif ürün olmaması nedeni ile ihracat olumsuz etkilenecektir.

Sanayileşmiş ve gelişmiş ülkelerin imalat sanayisinde ürün yelpazesi geniştir. Buna karşılık gelişmekte olan ve sanayileşme yolunda olan ülkelerin ihracatı ise çoğunlukla birkaç geleneksel doğal kaynağa dayalı imalat sanayinden oluşur. Bu ülkelerde imalat sanayisi ağırlıklı olarak tarım ürünlerine dayalıdır. Bu durum aynı zamanda ülkelerin ihracatına da yansımaktadır. Gelişmiş ülkelerin ihrac ettikleri ürün yelpazesi, bu anlamda gelişmekte olan ülkelere göre daha çeşitli olmaktadır. Ürün çeşitliliğinin fazla olması, uluslararası piyasalarda ihracat yapılacak ülke sayısına da yansımaktadır. Ürün çeşitliliği azlığı ise gelişmekte olan ülkelerin ihracatında büyük bir ürün yoğunlaşmasına neden olacağı için, ihrac edilecek ürün sayısı da az olacak ve bu durum uluslararası piyasalarda ihracat yapılacak ülke

bulmayı da zorlaştıracaktır. Hedef pazarlarda aynı ürünü üreten birçok ülkenin varlığı nedeni ile sıkı bir rekabet yaşanacaktır. İhracatın yapısındaki bu yoğunlaşma ülkenin ihracat gelirlerini de olumsuz etkileyecek böylece ülkenin kalkınması da olumsuz yönde etkilenecektir.

Gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelere göre daha fazla ürün yelpazesine ve daha fazla teknik özelliğe sahip niş ürünlere sahip olacak böylece coğrafi açıdan daha geniş bir alanda dış ticaret imkânı bulacaklardır. Uluslararası piyasalarda yoğunlaşma ile rekabet arasında doğru orantı söz konusudur. Ürün ve ülke yoğunlaşması söz konusu ise belli ürünlere ve ülkelere bağımlı kalması nedeni ile rekabetin boyutu da yüksektir. Ayrıca yoğunlaşma bu ülke için dış ticaretinde risk teşkil edecektir. Ar-Ge ve inovasyona yönelmeyen katma değeri yüksek ürünler üretmeyen ülkelerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliği zorlaşacaktır. Çünkü doğal kaynaklar, düşük teknoloji ürünleri ve ucuz işgücüne dayalı ürünlerde gelişmekte olan ülkelerle rekabet ederken; yüksek teknoloji ürün üretmedikleri için de gelişmiş ülkelerle uluslararası piyasalarda rekabet edemeyecek ve kişi başına düşen gelirlerini belli bir eşliğin üzerinde çıkartamayacaklardır. Ekonomi yazınında bu durum "Orta Gelir Tuzağı" olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye'nin ihracatında ürün ve ülke yoğunlaşması olup olmadığı iki farklı yöntemle hesaplanabilir. Bunlardan ilkinde TÜİK'in daha önce yayınladığı Dış Ticaret İstatistik Yıllıklarında olduğu gibi birikimli paylar hesaplanarak elde edilebilir (TÜİK). Bir diğer yöntem ise Orris Herfindahl ve Albert Hirschman adlı iktisatçılar tarafından geliştirilmiş olan ve ekonomi yazınında Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) olarak bilinen endekstir.

Bu endeks hesaplamasında ilk önce her ülke veya ürünün toplam ihracat içindeki payı hesaplandıktan sonra her payın karesi alınır. Bu paylar toplandıktan sonra karekökü alınır. Sonuç 0 ile 1 arasında değişecektir. Endeks değerinin 1'e yakın olması ihracatın belli ülkelerde veya ürünlerde yoğunlaştığını ve ihracatta riskin arttığını gösterirken 0'a yakın değer alması ise ihracatın geniş ülke ve ürün yelpazesine yayıldığı ve riskin dağıtıldığını ifade eder. Endeks ülke yoğunlaşması veya ürün

BÖLÜM 3

yoğunlaşması için ayrı ayrı hesaplanabilir (UN ESCAP, 2019).
Ülke yoğunlaşması için $HHI = (X_i / X)^2 = (p_i)^2$

i= ihracat yapılan ülkenin ihracat değeri, i=1,2,3,4,...,n (n=ihracat yapılan toplam ülke sayısı)

Σ = toplam; / = oran (bölme) ; p_i = ihracat yapılan i ülkesinin toplam ihracat içindeki payı

X: ülkenin yıl içindeki toplam ihracatı
Ürün yoğunlaşması için $HHI = (X_i / X)^2 = (p_i)^2$

i= ihracat yapılan ürünün ihracat değeri, i=1,2,3,4,...,n (n=ihracat yapılan toplam ürün sayısı)

Σ = toplam; / = oran (bölme) ; p_i = ihracat yapılan i ürünün toplam ihracat içindeki payı

X: ülkenin yıl içindeki toplam ihracatı

Gerek ihraç edilen ürün gerekse ihracatın yapıldığı hedef pazarlar (ülkeler) açısından yoğunlaşma endeksinin ITC, UNCTAD, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler (COMTRADE) gibi uluslararası kuruluşlar tarafından da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

Bu bölümde Türkiye ile benzer ekonomik özelliklere sahip ülkelerden Arjantin, Macaristan, Polonya ve Vietnam ile Türkiye'nin ihracatında hedef pazar ülke, sektör ve ürün yoğunlaşmaları karşılaştırılacaktır.

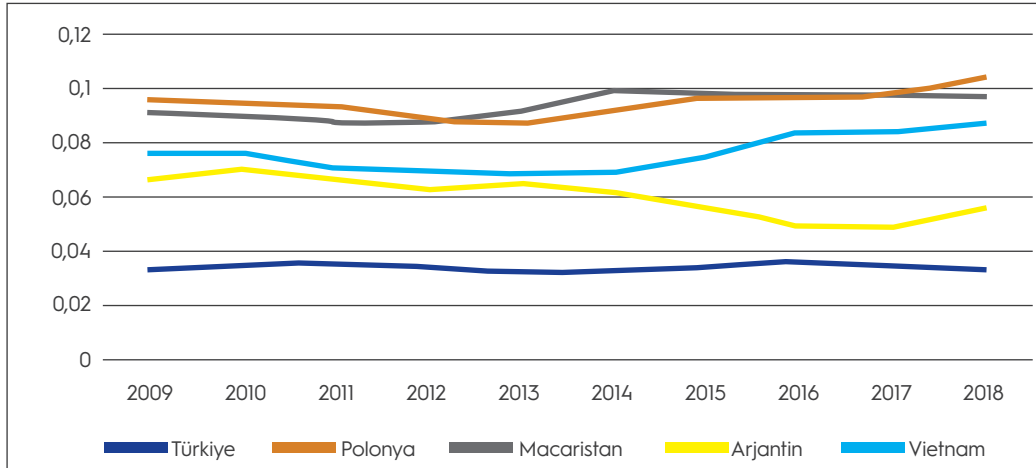
3.6.1. Hedef Pazar Ülkelerde Yoğunlaşma

Şekil 1'de Türkiye'nin 2009-2018 dönemindeki ihracatının yapıldığı ülkelerdeki yoğunlaşma endeksi değerlerinin diğer ülkelerle karşılaştırması görülmektedir. Türkiye, Dünya Bankası verilerine göre 771,4 milyar dolarlık GSYH ile 19. büyük ekonomi olurken, Polonya 585,7 milyar dolarlık GSYH ile 21. sırada, Arjantin 61,6 milyar dolarlık ihracat ile 49. sırada, Vietnam 245,2 milyar dolarlık GSYH ile 45. sırada ve Macaristan ise 157,9 milyar dolarlık GSYH ile 55. sırada yer almıştır.

Bu ülkelerin ihracat performansları incelendiğinde ise Türkiye TradeMap verilerine göre 168 milyar dolarlık ihracat ile 31. En çok ihracat yapan ülke olurken, Polonya 261,8 milyar dolarlık ihracat ile 22. sırada, Arjantin 519,9 milyar dolarlık GSYH ile 24. sırada, Vietnam 243 milyar dolarlık ihracat ile 26. sırada ve Macaristan ise 124 milyar dolarlık ihracat ile 34. sırada yer almıştır.

Türkiye'nin sıralamalarda daha yukarıda yer alması ve gelişmiş ülke sınıfına yükselmesi için hem milli gelirini hem de ihracatını artırması gerekmektedir. Bu ülkelerin 2018 yılında ihracat yaptıkları hedef pazar ülke yoğunlaşma endeks değerleri incelendiğinde 0,033 endeks değeri ile Türkiye'nin diğer 4 ülkeden daha avantajlı orana sahip olduğu görülmektedir. Polonya'nın HH endeks değerinin 0,10; Arjantin'in 0,056; Vietnam'ın 0,087 ve Macaristan'ın HH endeks değerinin ise 0,097 olduğu görülmektedir.

Şekil 1. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin Hedef Pazar Ülke Yoğunlaşması



Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

Tablo 58'de Türkiye'nin 2018 yılında ihracat yaptığı ülke sayısı ile en çok ihracat yaptığı ilk 5 ülkenin toplam ihracattan aldığı pazar payının belirli ülkelerle karşılaştırması görülmektedir.

Türkiye 2018 yılında 214 ülkeye toplam 167,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yaptığı ülke olan Almanya toplam ihracattan yüzde 9,6 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 31,8'lik pay almıştır. Türkiye'nin toplam ihracatının neredeyse üçte birinin ilk 5 ülkeye yapıldığı görülmektedir. Türkiye ortalamada her ülkeye 784,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Polonya 2018 yılında 215 ülkeye toplam 261,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yaptığı ülke olan Almanya toplam ihracattan yüzde 28,1 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 50,9'luk pay almıştır. Polonya'nın toplam

ihracatının neredeyse yarısının ilk 5 ülkeye yapıldığı görülmektedir. Polonya'nın ihracatında Türkiye'ye göre yoğunlaşma oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Polonya ortalamada her ülkeye 1,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Macaristan 2018 yılında 200 farklı ülkeye toplam 124 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yaptığı ülke olan Almanya toplam ihracattan yüzde 27,3 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 47,5'lik pay almıştır. Macaristan'ın toplam ihracatının neredeyse yarısının ilk 5 ülkeye yapıldığı görülmektedir. Macaristan'ın ihracatında Türkiye'ye göre yoğunlaşma oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Macaristan ortalamada her ülkeye 619,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Arjantin 2018 yılında 169 farklı ülkeye toplam 61,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yaptığı ülke olan komşusu Brezilya toplam ihracattan yüzde 18,3 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 40,5'lik pay almıştır. Arjantin'in toplam ihracatının neredeyse beşte ikisini ilk 5 ülkeye yapıldığı görülmektedir. Arjantin'in ihracatında Türkiye'ye göre yoğunlaşma oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Arjantin ortalamada her ülkeye 364,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Vietnam 2018 yılında 97 farklı ülkeye toplam 243 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yaptığı ülke olan ABD toplam ihracattan yüzde 19,6 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 55,1'lik pay almıştır. Vietnam'ın toplam

ihracatının neredeyse yarısını ilk 5 ülkeye yapıldığı görülmektedir. Vietnam ortalamada her ülkeye 2,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Vietnam'ın ihracatında Türkiye'ye ve diğer ülkelere göre oldukça yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Dünya genelinde 2018 yılında 233 farklı ülke toplamda 19,7 trilyon dolarlık ithalat gerçekleştirirken en çok ithalat yapan ülke toplam ithalattan yüzde 13,3 pay alırken ilk 5 ülke ise toplamda yüzde 37,9'luk pay almıştır. Dünyada toplam ithalatın neredeyse üçte birini ilk 5 ülkenin yaptığı görülmektedir. Dünyada ortalamada her ülke 84,4 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin ihracatında dünya ortalamasının altında yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 58. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ülke Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ülkenin Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)

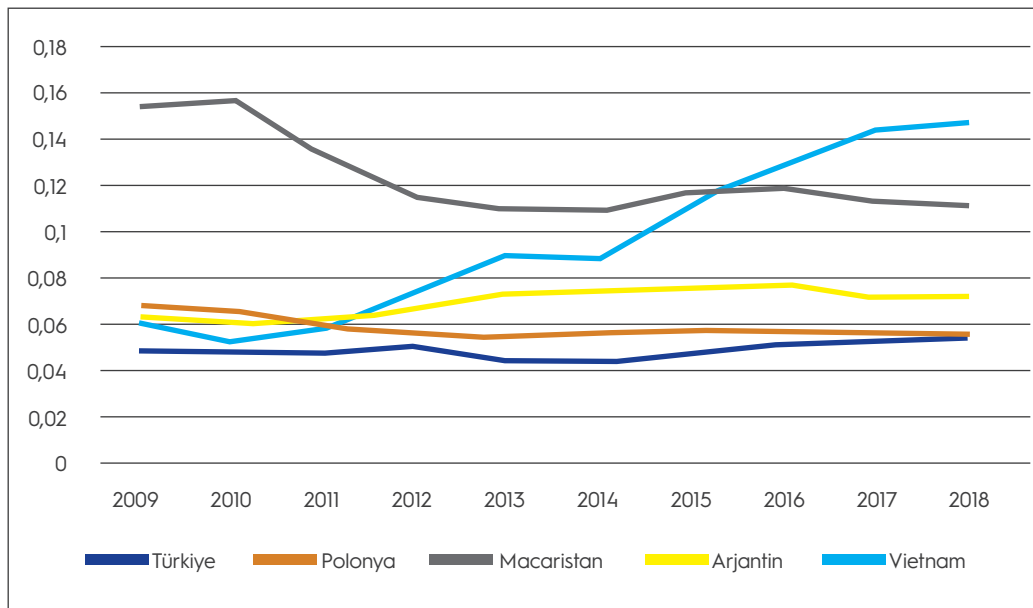
Ülke	İhracat Yaptığı Ülke Sayısı	En Çok İhracat Yaptığı Ülkenin Toplam İhracat İçindeki Payı	En Çok İhracat Yaptığı İlk 5 Ülkenin Toplam İhracat İçindeki Payı	Toplam İhracat (1.000 \$)	Ülke Başına Yaptığı Ortalama İhracat (1.000 \$)
Türkiye	214	9,6%	31,8%	167.923.862	784.691
Polonya	215	28,1%	50,9%	261.815.269	1.217.745
Macaristan	200	27,3%	47,5%	123.957.885	619.789
Arjantin	169	18,3%	40,5%	61.558.357	364.251
Vietnam	97	19,6%	55,1%	242.969.228	2.504.837
Dünya*	233	13,3%	37,9%	19.665.278.451	84.400.337

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

3.6.2. Tespit Edilmiş Ülkelerde İhracatta Sektör Yoğunlaşması

Şekil 2'de Türkiye'nin 2009-2018 dönemindeki ihracatı yapılan sektörlerin ihracat yoğunlaşma endeksi değerlerinin diğer ülkelerle karşılaştırması görülmektedir. Bu ülkelerin 2018 yılında ihracat yaptıkları sektörlerin yoğunlaşma endeksi değerleri

incelendiğinde 0,055 endeks değeri ile Türkiye'nin diğer 4 ülkeden daha avantajlı orana sahip olduğu görülmektedir. Polonya'nın HH endeks değerinin 0,056; Arjantin'in 0,072; Vietnam'ın 0,147 ve Macaristan'ın HH endeks değerinin ise 0,111 olduğu görülmektedir. Polonya'nın ihracatında sektör yoğunlaşma endeksinin Türkiye'ye yakın olduğu görülürken en kötü performansa ise Vietnam'ın sahip olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 2. Ülkelerin İhracatında Sektör Yoğunlaşması

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

BÖLÜM 3

Tablo 59'da Türkiye'nin 2018 yılında ihracat yaptığı sektör sayısı ile en çok ihracat yaptığı ilk 5 sektörün toplam ihracattan aldığı pazar payının belirli ülkelerle karşılaştırması görülmektedir.

Türkiye 2018 yılında 97 sektörde toplam 167,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör ihracattan yüzde 15,9 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 47,1'lik pay almıştır. Türkiye'nin toplam ihracatının neredeyse yarısının ilk 5 sektör tarafından yapıldığı görülmektedir. Türkiye ortalamada her sektörde 1,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Polonya 2018 yılında 97 sektörde toplam 261,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör ihracattan yüzde 13,5 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 49,6'lık pay almıştır. Polonya'nın toplam ihracatının neredeyse yarısının ilk 5 sektör tarafından yapıldığı görülmektedir. Polonya ortalamada her sektörde 2,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Polonya'nın ihracatında sektörlerde Türkiye'ye göre yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Macaristan 2018 yılında 97 sektörde toplam 124 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör ihracattan yüzde 21,1 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 67,4'lük pay almıştır. Macaristan'ın toplam ihracatının neredeyse üçte ikisinin ilk 5 sektör tarafından yapıldığı görülmektedir. Macaristan ortalamada her sektörde 1,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Macaristan'ın ihracatında sektörlerde hem Türkiye'ye hem de Polonya'ya göre yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Arjantin 2018 yılında 91 sektörde toplam 61,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör ihracattan yüzde 16 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 55,9'luk pay almıştır. Arjantin'in toplam ihracatının yarısından fazlasının ilk 5 sektör tarafından yapıldığı görülmektedir. Arjantin ortalamada her sektörde 676,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Arjantin'in ihracatında sektörlerde Türkiye'ye göre yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Vietnam 2018 yılında 97 sektörde toplam 243 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör ihracattan yüzde 35,6 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 62,1 pay almıştır. Vietnam'ın toplam ihracatının üçte ikisine yakınının ilk 5 sektör tarafından yapıldığı görülmektedir. Vietnam ortalamada her sektörde 2,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Vietnam'ın ihracatında sektörlerde Türkiye, Arjantin, Polonya ve Macaristan'a göre yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Dünya genelinde 2018 yılında 97 farklı sektörde toplamda 19,3 trilyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan sektör toplam ihracattan yüzde 14,2 pay alırken ilk 5 sektör ise toplamda yüzde 50,4'lük pay almıştır. Dünyada toplam ihracatın neredeyse yarısının ilk 5 sektörde yapıldığı görülmektedir. Dünyada her sektör ortalama 198,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı sektörde dünya ortalamasının üstünde, en çok ihracat yapılan ilk 5 sektörde ise dünya ortalamasının altında yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 59. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Sektör Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Sektörün Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)

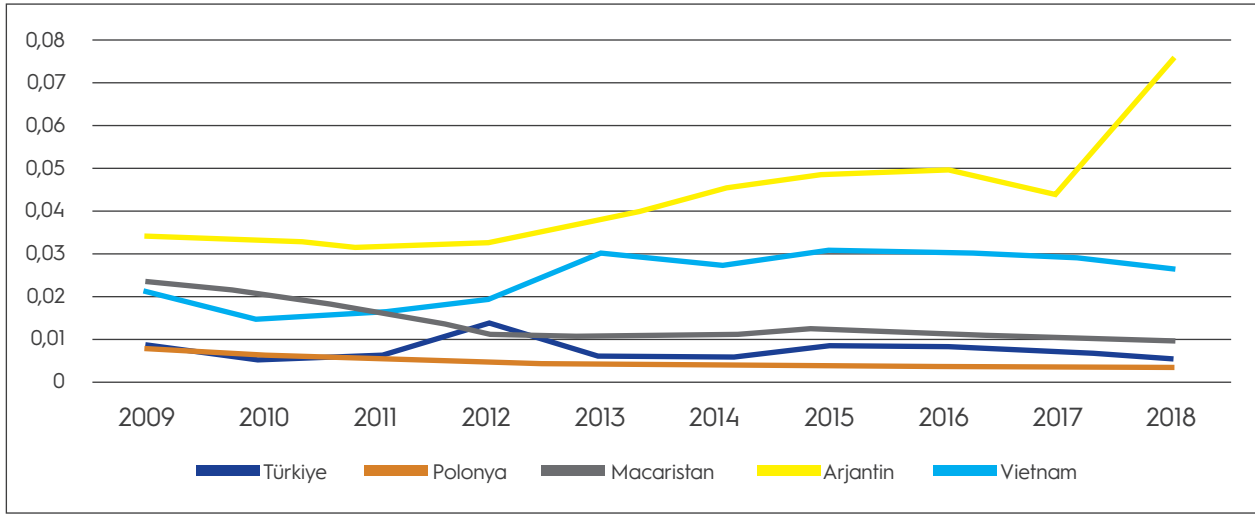
Ülke	İhracat Yaptığı Sektör Sayısı	En Çok İhracat Yaptığı Sektörün Toplam İhracat İçindeki Payı	En Çok İhracat Yaptığı İlk 5 Sektörün Toplam İhracat İçindeki Birikimli Payı	Toplam İhracat (1.000 \$)	Sektör Başına Yaptığı Ortalama İhracat (1.000 \$)
Türkiye	97	15,9%	47,1%	167.923.862	1.731.174
Polonya	97	13,5%	49,6%	261.815.269	2.699.126
Macaristan	97	21,1%	67,4%	123.957.885	1.277.916
Arjantin	91	16,0%	55,9%	61.558.357	676.465
Vietnam	97	35,6%	62,1%	242.969.228	2.504.837
Dünya	97	14,2%	50,4%	19.284.580.098	198.810.104

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

3.6.3. Tespit Edilmiş Ülkelerde İhracatta Ürün Yoğunlaşması

Şekil 3'te Türkiye'nin 2009-2018 dönemindeki ihracatı yapılan 6'lı GTİP kodlu ürünlerin ihracat yoğunlaşma endeksi değerlerinin diğer ülkelerle karşılaştırması görülmektedir.

Bu ülkelerin 2018 yılında ihracat yaptıkları ürünlerin yoğunlaşma endeks değerleri incelendiğinde 0,005 endeks değeri ile Türkiye'nin Polonya'dan sonra en avantajlı orana sahip ülke olduğu görülmektedir. Polonya'nın HH endeks değerinin 0,003; Arjantin'in 0,075; Vietnam'ın 0,026 ve Macaristan'ın HH endeks değerinin ise 0,009 olduğu görülmektedir. En kötü performans Arjantin'in sahip olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 3. Ülkelerin İhracatında Ürün Yoğunlaşması

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

Tablo 60'ta Türkiye'nin 2018 yılında ihracat yaptığı ürün sayısı ile en çok ihracat yaptığı ilk 5 ürünün toplam ihracattan aldığı pazar payının belirli ülkelerle karşılaştırması görülmektedir.

Türkiye 2018 yılında 4.729 üründe toplam 167,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün ihracattan yüzde 2,8 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 10,7'lik pay almıştır. Türkiye'de neredeyse on üründen birindeki ihracatın ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Türkiye ortalamada her üründe 35,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Polonya 2018 yılında 4.915 üründe toplam 261,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün ihracattan yüzde 1,6 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 7'lik pay almıştır. Polonya'da neredeyse on dört üründen birindeki ihracatın ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Polonya ortalamada her üründe 53,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Polonya'nın ihracatında ürünlerde Türkiye'ye göre daha az yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Macaristan 2018 yılında 4.292 üründe toplam 124 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün ihracattan yüzde 4,5 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 15,4'lük pay almıştır. Macaristan'da neredeyse yedi üründen birindeki ihracatın ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Macaristan ortalamada her üründe 28,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Macaristan'ın ihracatında ürünlerde Türkiye'ye göre daha fazla yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Arjantin 2018 yılında 1.809 üründe toplam 61,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün ihracattan yüzde 19,6 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 50,7'lik pay almıştır. Arjantin'de neredeyse her iki üründen birindeki ihracatın ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Arjantin ortalamada her üründe 34 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Arjantin'in ihracatında ürünlerde Türkiye'ye göre oldukça fazla yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Vietnam 2018 yılında 4.259 üründe toplam 243 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün ihracattan yüzde 12,8 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 26,5'lik pay almıştır. Vietnam'da neredeyse her dört üründen birindeki ihracatın ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Vietnam ortalamada her üründe 57 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Vietnam'ın ihracatında ürünlerde Arjantin'den az Türkiye'ye göre ise oldukça fazla yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Dünya genelinde 2018 yılında 5.660 farklı üründe toplamda 19,3 trilyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken en çok ihracat yapılan ürün toplam ihracattan yüzde 4,9 pay alırken ilk 5 ürün ise toplamda yüzde 16,7'lik pay almıştır. Dünyada neredeyse altı üründen birinin ihracatının ilk 5 üründe yapıldığı görülmektedir. Dünyada ortalamada her üründe 3,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin ihracatında en çok ihracat yapılan üründe ve en çok ihracat yapılan ilk 5 üründe ise dünya ortalamasının altında yoğunlaşma olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 60. Belirli Ülkelerle Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ürün Sayısı ile En Çok İhracat Yapılan İlk 5 Ürünün Toplam İhracattan Aldığı Pazar Payı (2018)

Ülke	İhracat Yaptığı Ürün Sayısı	En Çok İhracat Yaptığı Sektörün Toplam İhracat İçindeki Payı	En Çok İhracat Yaptığı İlk 5 Sektörün Toplam İhracat İçindeki Birikimli Payı	Toplam İhracat (1.000 \$)	Ürün Başına Yaptığı Ortalama İhracat (1.000 \$)
Türkiye	4.729	2,8%	10,7%	167.923.862	35.509
Polonya	4.915	1,6%	7,0%	261.815.269	53.269
Macaristan	4.292	4,5%	15,4%	123.957.885	28.881
Arjantin	1.809	19,6%	50,7%	61.558.357	34.029
Vietnam	4.259	12,8%	26,5%	242.969.228	57.048
Dünya	5.660	4,9%	16,7%	19.284.580.098	3.407.170

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), 2020)

BÖLÜM 3

3.7. En fazla İthalat Yapan İlk 10 Ülkenin Sektörlere Göre 2023 ve 2030 Yılları Küresel Talep Projeksiyonu

Bu bölümde 2018 yılında küresel ithalatta ilk yirmi sırada yer alan ülkelerin 2018 yılında dünyadan yaptığı ithalatın sektörel kırılımları, ithalat hacmi ve sıralamaları ile bu sektörler için 2023 ve 2030 yılları için ithalat projeksiyonları incelenecektir. Bölüm sonunda ise bu yirmi ülkenin 2018 yılında dünyadan en çok ithalatını gerçekleştirdiği sektör, aynı yıl içinde Türkiye'den en çok ithalat yaptığı sektör ile 2023 ve 2030 yıllarında en çok ithalat yapmaları beklenen sektörler analiz edilecektir.

ABD

Tablo 61'de 2018 yılında ABD'nin dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 84 2'li GTİP Kodlu Ürün Grubunun 2030 yılına kadar listelerde ilk sıradaki yerini koruyacağı öngörülmektedir. Yine ABD'nin 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 85 numaralı 2'li GTİP kodunun ise listedeki yerini koruyacağını öngörülmektedir. 87 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2030 yılında 4. sıraya gerilemesi ve yerini 27 kodlu 2'li GTİP koduna bırakması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürünlerden 29 GTİP kodlu ürün grubu hariç dokuz tanesinin sabit kalacağı, 29 GTİP kodlu ürün grubunun yerine 72 GTİP kodlu ürün grubunun sıralamada yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 61. 2018 Yılında ABD'nin En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	Sıra (2018)	Sıra (2019)	Sıra (2023)	Sıra (2030)
'84	385,9	407,9	509,0	750,0	1	1	1	1
'85	366,9	387,1	479,5	697,4	2	2	2	2
'87	306,5	321,5	388,9	542,6	3	3	3	4
'27	241,7	260,6	352,0	595,6	4	4	4	3
'30	115,6	130,4	210,9	488,9	5	5	5	5
'90	93,4	99,2	126,0	191,7	6	6	6	6
'94	72,1	77,4	103,3	170,9	7	7	7	7
'39	61,8	66,6	89,2	149,1	8	8	8	8
'71	60,8	64,5	81,9	124,4	9	9	9	10
'29	54,6	56,6	65,1	83,4	10	10	10	12
'61	47,7	49,4	57,0	73,0	11	11	13	14
'73	43,3	46,8	64,2	111,8	12	12	11	11
'62	39,0	39,6	41,8	46,1	13	13	15	20
'95	34,4	35,6	40,8	51,8	14	14	16	18
'88	31,9	32,9	37,2	45,9	15	16	17	21
'72	31,1	35,3	58,5	141,7	16	15	12	9
'40	30,0	32,4	44,1	75,8	17	17	14	13
'64	27,5	28,6	33,1	42,9	18	18	20	22
'22	26,1	27,9	36,5	58,5	19	19	18	16
'76	24,2	26,1	34,8	57,7	20	20	19	17
'44	22,6	23,5	27,2	35,3	21	21	22	25
'08	18,9	20,8	30,3	58,6	22	22	21	15
'03	18,5	19,5	24,0	34,6	23	23	24	26
'48	18,1	18,3	19,4	21,3	24	24	27	40
'63	16,3	17,5	23,5	39,5	25	25	25	23

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Çin

Tablo 62'de 2018 yılında Çin'in dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 85 2'li GTİP Kodlu Ürün Grubunun 2023 yılına kadar listelerde ilk sıradaki yerini koruyacağı 2030 yılında ise 3. sıraya gerileyeceği öngörülmektedir. Yine Çin'in 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 27 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2023 yılına kadar listedeki yerini koruyacağı 2030 yılında ise zirveyi 85 GTİP kodlu ürün grubundan devralacağı öngörülmektedir.

84 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2030 yılında 6. sıraya gerilemesi ve yerini 85 kodlu 2'li GTİP koduna bırakması beklenmektedir. Çin'in 2030 yılında 2. sırada en çok 26 GTİP kodlu ürün grubundan ithalat yapacağı beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürünlerden 39 ve 74 GTİP kodlu ürün grupları hariç sekiz tanesinin sabit kalacağı 39 ve 74 GTİP kodlu ürün gruplarının yerine 12 ve 30 GTİP kodlu ürün gruplarının sıralamada yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 62. 2018 Yılında Çin'in En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	Sıra (2018)	Sıra (2019)	Sıra (2023)	Sıra (2030)
'85	521,5	599,4	1.045,6	2.768,4	1	1	1	3
'27	347,8	428,8	990,7	4.290,2	2	2	2	1
'84	202,3	224,7	341,7	711,7	3	3	4	6
'26	135,9	175,1	482,6	2.844,3	4	4	3	2
'90	102,5	120,1	226,1	683,8	5	5	6	7
'87	81,5	98,7	212,9	816,3	6	6	7	5
'39	74,9	82,7	123,1	247,1	7	8	9	13
'29	67,4	77,0	131,5	335,4	8	9	8	9
'71	62,0	82,8	264,6	2.019,2	9	7	5	4
'74	47,6	55,5	102,2	297,6	10	10	11	11
'12	43,4	52,1	108,0	387,6	11	11	10	8
'88	30,7	34,8	57,6	139,2	12	12	13	16
'30	27,9	34,1	76,1	309,6	13	13	12	10
'44	24,9	28,3	47,1	115,0	14	14	15	20
'47	24,0	27,6	47,9	125,9	15	15	14	19
'72	22,4	23,7	30,1	45,4	16	16	20	33
'38	18,1	20,5	33,6	79,8	17	17	18	25
'40	16,9	19,6	35,2	98,6	18	18	17	22
'33	12,4	16,0	44,5	266,8	19	19	16	12
'03	11,6	13,3	22,5	57,0	20	21	24	30
'02	11,0	13,6	31,7	138,8	21	20	19	17
'28	10,8	12,4	21,0	52,8	22	22	26	31
'73	10,8	12,0	18,3	38,5	23	23	29	34
'52	9,9	11,0	16,5	33,6	24	24	31	35
'08	8,7	10,5	22,7	86,9	25	25	23	23

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

BÖLÜM 3

Almanya

Tablo 63'te 2018 yılında Almanya'nın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 84 kodlu 2'li GTİP Kodlu ürün grubunun 2023 yılına kadar listelerde ilk sıradaki yerini koruyacağı, 2030 yılında ise 3. sıraya gerileyeceği öngörülmektedir. Yine Almanya'nın 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 85 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2023 yılına kadar listedeki yerini koruyacağı, 2030 yılında ise

zirveyi 84 GTİP kodlu ürün grubundan devralması, 87 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2030 yılında 4. sıraya gerilemesi ve yerini 84 kodlu 2'li GTİP koduna bırakması beklenmektedir. Almanya'nın 2030 yılında 2. sırada en çok 27 GTİP kodlu ürün grubundan ithalat yapacağı beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarının değişmeyeceği öngörülmektedir.

Tablo 63. 2018 Yılında Almanya'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'84	165.847	175.385	219.350	324.443	1	1	1	3
'85	159.402	169.641	217.614	336.479	2	2	2	1
'87	131.360	141.166	188.283	311.673	3	3	3	4
'27	117.590	128.322	181.981	335.386	4	4	4	2
'30	57.522	64.976	105.781	248.201	5	5	5	5
'39	48.882	52.897	72.536	126.042	6	6	6	6
'29	46.271	49.669	65.946	108.298	7	7	7	8
'90	44.222	47.291	61.851	98.930	8	8	8	9
'72	33.295	37.071	56.972	120.853	9	9	9	7
'73	25.754	28.005	39.160	70.410	10	10	10	10
'94	21.733	23.092	29.434	45.006	11	11	12	15
'61	20.229	21.475	27.278	41.457	12	13	14	17
'76	19.815	21.350	28.773	48.503	13	14	13	13
'62	19.702	20.513	24.108	31.980	14	15	17	19
'71	19.514	21.634	32.675	67.240	15	12	11	11
'88	16.980	17.369	19.018	22.288	16	18	19	24
'40	16.948	18.343	25.171	43.793	17	16	16	16
'38	16.592	18.091	25.566	46.832	18	17	15	14
'48	15.120	15.615	17.766	22.267	19	19	21	25
'64	13.237	14.209	18.862	30.966	20	20	20	20
'74	12.213	13.866	23.037	56.010	21	21	18	12
'08	11.877	12.648	16.266	25.263	22	22	22	21
'44	9.619	10.174	12.735	18.862	23	24	26	28
'04	9.597	10.292	13.613	22.208	24	23	24	26
'26	9.120	10.164	15.682	33.493	25	25	23	18

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Japonya

Tablo 64'te 2018 yılında Japonya'nın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 27 2'li GTİP Kodlu Ürün Grubunun 2030 yılına kadar listelerde ilk sıradaki yerini koruyacağı öngörülmektedir. Yine Japonya'nın

2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 85 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2030 yılına kadar listedeki yerini koruması beklenmektedir. 84 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2030 yılında da 3. sırada yer alması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarının değişmeyeceği öngörülmektedir.

Tablo 64. 2018 Yılında Japonya'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'27	174.569	191.479	277.164	529.435	1	1	1	1
'85	101.012	106.535	131.820	191.353	2	2	2	2
'84	72.891	76.069	90.230	121.646	3	3	3	3
'90	27.623	28.931	34.810	48.118	4	4	6	7
'30	25.510	28.501	44.407	96.491	5	5	4	4
'87	24.588	26.198	33.759	52.617	6	6	7	6
'26	22.446	24.807	37.009	74.534	7	7	5	5
'29	18.217	19.195	23.664	34.130	8	8	9	10
'39	16.906	18.201	24.450	40.987	9	9	8	8
'62	14.690	15.046	16.559	19.583	10	10	11	16
'61	13.750	14.264	16.519	21.355	11	11	12	14
'71	12.532	13.350	17.189	26.752	12	12	10	11
'03	11.864	11.951	12.308	12.957	13	13	16	23
'44	11.164	11.317	11.951	13.146	14	14	17	21
'02	10.401	10.677	11.854	14.235	15	15	18	20
'76	9.343	9.983	13.011	20.686	16	16	15	15
'28	8.532	9.306	13.175	24.209	17	18	14	13
'72	8.266	9.355	15.345	36.486	18	17	13	9
'94	8.154	8.477	9.901	12.994	19	19	21	22
'73	7.586	8.166	10.968	18.380	20	20	20	17
'88	6.698	7.458	11.463	24.324	21	21	19	12
'16	6.578	6.884	8.256	11.347	22	22	22	26
'95	6.408	6.720	8.131	11.349	23	23	23	25
'42	6.046	6.249	7.130	8.983	24	26	26	30
'10	6.041	6.359	7.810	11.192	25	24	24	27

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

BÖLÜM 3

Birleşik Krallık

Tablo 65'te 2018 yılında Birleşik Krallık'ın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 84 kodlu 2'li GTİP Kodlu ürün grubunun 2023 yılında 2. sırada yer alması 2030 yılında ise 4. sıraya gerileyeceği beklenmektedir. Yine Birleşik Krallık'ın 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 87 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2023 yılında 3. sıraya düşeceği 2030 yılında ise 3. sıradaki yerini koruyacağı öngörülmektedir.

27 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2023 yılında 1. sıraya yükselmesi 2030 yılında da zirvedeki yerini koruması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarından 61 GTİP kodlu ürün grubu hariç diğer dokuz sektörün listede yer alacağı 61 GTİP kodlu ürün grubu yerine listede 7. sırada 89 GTİP kodlu ürün grubunun yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 65. 2018 Yılında Birleşik Krallık'ın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'84	85.902	88.591	100.213	124.339	1	1	2	4
'87	74.748	78.014	92.564	124.860	2	2	3	3
'27	66.877	75.918	126.071	306.259	3	3	1	1
'85	63.508	65.182	72.329	86.773	4	4	5	5
'71	40.126	45.852	78.184	198.926	5	5	4	2
'30	30.257	32.705	44.643	76.960	6	6	6	6
'39	19.397	20.389	24.893	35.297	7	7	7	8
'90	18.688	19.238	21.605	26.468	8	8	8	10
'61	13.009	13.553	15.968	21.274	9	9	10	12
'73	12.097	13.067	17.790	30.524	10	10	9	9
'62	11.900	12.243	13.720	16.745	11	12	12	14
'94	11.757	12.499	15.966	24.508	12	11	11	11
'29	10.653	10.870	11.785	13.575	13	13	13	17
'22	8.264	8.509	9.564	11.735	14	14	16	20
'48	7.837	7.874	8.022	8.287	15	16	20	32
'44	7.629	8.011	9.741	13.713	16	15	15	16
'72	7.113	7.665	10.342	17.465	17	17	14	13
'64	6.880	7.179	8.506	11.447	18	19	19	21
'33	6.820	7.241	9.204	14.002	19	18	17	15
'08	6.448	6.820	8.535	12.640	20	20	18	18
'95	6.359	6.637	7.874	10.619	21	21	21	26
'38	6.015	6.319	7.695	10.862	22	22	22	23
'02	5.807	6.046	7.103	9.415	23	24	24	29
'40	5.735	6.066	7.596	11.257	24	23	23	22
'76	5.512	5.773	6.943	9.590	25	25	25	28

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Fransa

Tablo 66'da 2018 yılında Fransa'nın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 84 kodlu 2'li GTİP kodlu ürün grubunun 2023 yılında 2. sırada yer alması 2030 yılında ise 3. sıraya gerilemesi beklenmektedir. Yine Fransa'nın 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 87 numaralı 2'li GTİP kodunun ise 2023 yılında 3. sıraya düşeceği 2030 yılında ise tekrar 2. sıraya yükseleceği öngörülmektedir.

27 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2023 yılında 1. sıraya yükselmesi 2030 yılında da zirvedeki yerini koruması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarından 29 GTİP kodlu ürün grubu hariç diğer dokuz sektörün listede yer alacağı 29 GTİP kodlu ürün grubu yerine listede 10. sırada 73 GTİP kodlu ürün grubunun yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 66. 2018 Yılında Fransa'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'84	83.881	87.554	103.925	140.280	1	1	2	3
'87	74.038	78.550	99.519	150.570	2	3	3	2
'27	73.707	80.451	114.188	210.754	3	2	1	1
'85	58.348	60.937	72.490	98.228	4	4	4	4
'39	26.008	27.572	34.827	52.416	5	5	6	7
'30	25.219	27.297	37.469	65.220	6	6	5	5
'88	20.932	22.704	31.420	55.484	7	7	7	6
'90	19.583	20.545	24.892	34.827	8	8	8	8
'29	16.321	16.864	19.223	24.172	9	9	10	12
'72	13.953	14.940	19.638	31.687	10	10	9	9
'62	12.594	13.180	15.815	21.754	11	11	13	15
'73	12.200	13.054	17.113	27.484	12	12	11	10
'94	12.045	12.824	16.482	25.569	13	13	12	11
'61	11.711	12.383	15.476	22.862	14	14	14	13
'38	9.463	10.049	12.779	19.461	15	15	15	16
'48	8.783	8.981	9.820	11.483	16	18	20	24
'64	8.537	9.113	11.832	18.688	17	16	17	17
'71	8.344	9.045	12.494	21.987	18	17	16	14
'40	7.644	8.167	10.641	16.909	19	19	18	18
'76	7.549	7.984	9.991	14.790	20	20	19	19
'33	6.339	6.794	8.965	14.567	21	21	21	20
'08	6.034	6.426	8.267	12.847	22	22	22	22
'03	5.573	5.874	7.251	10.483	23	23	24	27
'95	5.392	5.693	7.076	10.351	24	24	25	28
'42	5.198	5.647	7.868	14.060	25	25	23	21

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

BÖLÜM 3

Hong Kong

Tablo 67'de 2018 yılında Hong Kong'un dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 85 kodlu 2'li GTİP kodlu ürün grubunun 2023 ve 2030 yıllarında sıralamadaki yerini koruyarak zirvede olması beklenmektedir. Yine Hong Kong'un 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 84 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 yılında 3. sıraya düşeceği 2030 yılında ise yine 3. sırada kalacağı öngörülmektedir.

71 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2018 yılında 3. sırada olmasına rağmen 2023 yılında 2. sıraya yükselmesi 2030 yılında da 2. sıradaki yerini koruması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarından 39 ve 61 GTİP kodlu ürün grupları hariç diğer sekiz sektörün listede yer alacağı 39 ve 61 GTİP kodlu ürün grupları yerine listede 88 GTİP kodlu ürün grubunun 4. sırada 97 GTİP kodlu ürün grubunun ise 6. sırada yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 67. 2018 Yılında Hong Kong'un En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'85	327906	364.729	558.283	1.175.987	1	1	1	1
'84	73.551	78.428	101.388	158.904	2	2	3	3
'71	65.452	76.608	143.771	432.630	3	3	2	2
'90	17.526	18.401	22.360	31.447	4	4	5	7
'27	15.767	17.369	25.578	50.354	5	5	4	5
'39	9.706	9.847	10.433	11.545	6	6	9	12
'91	9.029	9.599	12.263	18.827	7	7	7	10
'33	6.727	7.617	12.520	29.873	8	8	6	8
'02	6.439	7.138	10.779	22.176	9	9	8	9
'61	6.122	6.029	5.672	5.098	10	10	14	23
'62	5.801	5.757	5.584	5.294	11	11	15	20
'95	5.309	5.304	5.287	5.256	12	12	16	21
'42	5.172	5.282	5.748	6.664	13	13	13	16
'08	4.398	4.848	7.158	14.153	14	14	12	11
'87	4.051	4.182	4.745	5.920	15	15	18	18
'64	3.436	3.366	3.104	2.692	16	19	22	27
'03	3.363	3.516	4.201	5.735	17	18	20	19
'22	3.359	3.663	5.179	9.498	18	17	17	13
'97	3.192	4.003	9.901	48.301	19	16	10	6
'30	2.908	3.159	4.398	7.846	20	20	19	15
'88	2.341	3.036	8.596	53.120	21	21	11	4
'04	2.292	2.504	3.567	6.624	22	22	21	17
'72	1.990	2.010	2.092	2.243	23	24	27	30
'60	1.938	1.935	1.923	1.902	24	25	28	33
'70	1.929	2.052	2.630	4.062	25	23	24	25

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Güney Kore

Tablo 68'de 2018 yılında Güney Kore'nin dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 27 kodlu 2'li GTİP kodlu ürün grubunun 2023 ve 2030 yıllarında sıralamadaki yerini koruyarak zirvede olması beklenmektedir. Yine Güney Kore'nin 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 85 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 ve 2030

yıllarında sıralamasını koruyarak 2. sırada yer alacağı öngörülmektedir. 84 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2018 yılında 3. sırada yer aldığı 2023 ve 2030 yıllarında da sıralamadaki yerini koruması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de listede ilk 10 sıradaki ürün gruplarının listede yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 68. 2018 Yılında Güney Kore'nin En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'27	146.938	165.385	265.433	607.444	1	1	1	1
'85	84.757	90.597	118.266	188.546	2	2	2	2
'84	60.173	65.457	91.662	165.231	3	3	3	3
'90	22.415	24.588	35.603	68.046	4	4	4	6
'87	16.829	19.382	34.099	91.642	5	5	5	4
'72	16.454	18.358	28.451	61.242	6	6	7	7
'26	14.982	17.268	30.474	82.342	7	7	6	5
'29	14.217	15.356	20.900	35.846	8	8	8	10
'39	11.814	13.003	19.081	37.336	9	9	9	9
'28	9.258	10.499	17.364	41.881	10	10	10	8
'38	8.611	9.470	13.853	26.954	11	11	11	13
'76	6.958	7.608	10.875	20.321	12	12	15	17
'62	6.540	7.394	12.076	28.499	13	14	13	12
'30	6.497	7.424	12.659	32.212	14	13	12	11
'73	6.458	7.221	11.285	24.654	15	15	14	14
'74	5.798	6.445	9.845	20.660	16	16	16	16
'02	5.124	5.836	9.821	24.421	17	17	17	15
'03	5.046	5.446	7.389	12.605	18	18	18	24
'44	3.788	4.010	5.036	7.505	19	20	24	30
'61	3.631	4.080	6.498	14.675	20	19	21	22
'10	3.491	3.742	4.943	8.044	21	21	25	28
'71	3.403	3.638	4.756	7.601	22	24	26	29
'94	3.224	3.721	6.601	18.002	23	22	19	18
'64	3.195	3.684	6.508	17.620	24	23	20	19
'88	2.962	3.410	5.990	16.058	25	25	22	21

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

BÖLÜM 3

Hollanda

Tablo 69'da 2018 yılında Hollanda'nın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 27 kodlu 2'li GTİP kodlu ürün grubunun 2023 ve 2030 yıllarında sıralamadaki yerini koruyarak zirvede olması beklenmektedir. Yine Hollanda'nın 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 85 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 ve 2030 yıllarında sıralamasını

koruyarak 2. sırada yer alacağı öngörülmektedir. Hollanda'nın dünyadan ithalatında 2018 yılında 3. sırada yer alan 84 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 ve 2030 yıllarında da sıralamadaki yerini koruması beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülse de 2018 yılında listede yer alan ilk on sıradaki ürün gruplarının gelecekte de sıralamada ilk on sektör arasında yer alacağı öngörülmektedir.

Tablo 69. 2018 Yılında Hollanda'nın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'27	94.088	106.768	177.041	428.972	1	1	1	1
'85	66.429	72.650	103.931	194.487	2	2	2	2
'84	62.552	65.749	80.255	113.761	3	3	3	3
'87	29.659	31.525	40.239	61.679	4	4	4	6
'90	25.318	27.376	37.427	64.693	5	5	5	4
'30	16.634	18.554	28.725	61.721	6	6	6	5
'39	16.108	17.412	23.775	41.006	7	7	7	8
'29	14.507	15.612	20.938	34.997	8	8	8	9
'72	10.911	12.223	19.246	42.597	9	9	9	7
'38	8.923	9.964	15.491	33.536	10	10	10	10
'73	7.888	8.571	11.954	21.393	11	11	12	14
'08	7.262	8.036	12.048	24.474	12	12	11	13
'94	7.240	7.796	10.477	17.575	13	13	14	19
'62	6.957	7.413	9.558	14.913	14	15	17	20
'61	6.919	7.483	10.238	17.721	15	14	15	18
'76	6.001	6.602	9.674	18.877	16	16	16	16
'15	5.677	6.508	11.240	29.245	17	17	13	12
'48	5.568	5.773	6.673	8.598	18	18	25	35
'04	4.910	5.275	7.028	11.609	19	20	22	26
'18	4.874	5.430	8.368	17.832	20	19	18	17
'40	4.794	5.186	7.102	12.313	21	21	21	24
'64	4.699	5.078	6.929	11.937	22	22	23	25
'02	4.592	5.054	7.421	14.533	23	23	20	21
'22	4.358	4.757	6.751	12.458	24	24	24	23
'12	4.282	4.614	6.220	10.489	25	25	26	30

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Hindistan

Tablo 70'te 2018 yılında Hindistan'ın dünyadan en çok ithalatını yaptığı 2'li GTİP kodlarında 2019-2023 ve 2030 yıllarında ithalat hacimlerinde ve sıralamalarında beklentiler görülmektedir. Buna göre, 2018 yılında listenin ilk sırasında yer alan 27 kodlu 2'li GTİP kodlu ürün grubunun 2023 ve 2030 yıllarında sıralamadaki yerini koruyarak zirvede olması beklenmektedir. Yine Hindistan'ın 2018 yılında en çok ithalat yaptığı 2. ürün grubu olan 71 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 yılında sıralamasını koruduğu 2030 yılında ise 3. sıraya gerileyeceği öngörülmektedir.

Hindistan'ın dünyadan ithalatında 2018 yılında 3. sırada yer alan 85 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün grubunun ise 2023 yılında sıralamasını koruduğu 2030 yılında ise 2. sıraya yükselmesi beklenmektedir. 2018 yılından 2030 yılına kadar olan süreçte sıralamalarda değişiklik olacağı öngörülsede 2018 yılında listede yer alan ilk 10 sıradaki ürün grupları içinde 15, 28 ve 90 GTİP kodlu ürün grupları hariç geriye kalan 7 sektörün gelecekte de sıralamada ilk 10 sektör arasında yer alacağı öngörülmürken bu üç sektörün yerine 26, 31 ve 87 GTİP kodlu ürün gruplarının yer alması beklenmektedir.

Tablo 70. 2018 Yılında Hindistan'ın En Çok İthalatını Yaptığı 2'li GTİP Kodlarında 2019-2023 ve 2030 Yıllarında İthalat Hacimlerinde ve Sıralamalarında Beklentiler (Milyar \$)

2'li GTİP Kodu	2018	2019	2023	2030	2018 Sırası	2019 Sırası	2023 Sırası	2030 Sırası
'27	168.590	200.014	396.247	1.310.847	1	1	1	1
'71	65.027	74.546	128.747	334.997	2	2	2	3
'85	52.400	62.556	127.068	439.164	3	3	3	2
'84	43.232	50.173	91.020	258.105	4	4	4	4
'29	22.579	26.466	49.966	151.931	5	5	5	5
'39	15.191	18.318	38.727	143.559	6	6	6	6
'72	11.969	14.281	28.944	99.650	7	7	7	9
'15	10.165	11.544	19.201	46.774	8	8	10	17
'90	9.456	10.754	17.994	44.291	9	9	11	19
'28	7.262	8.305	14.201	36.311	10	10	15	21
'87	6.223	7.663	17.617	75.613	11	11	12	10
'38	5.940	6.940	12.932	38.435	12	14	17	20
'31	5.899	7.622	21.242	127.695	13	12	8	8
'26	5.489	7.173	20.910	135.997	14	13	9	7
'76	5.479	6.610	14.002	52.081	15	16	16	15
'89	5.351	6.644	15.790	71.832	16	15	13	11
'74	5.124	6.283	14.205	59.203	17	17	14	13
'73	4.992	5.990	12.417	44.468	18	18	18	18
'40	3.768	4.448	8.638	27.594	19	20	20	25
'08	3.764	4.469	8.877	29.507	20	19	19	22
'48	2.972	3.369	5.559	13.354	21	21	24	29
'25	2.759	3.242	6.188	19.171	22	22	22	26
'47	2.570	2.950	5.123	13.457	23	23	25	27
'99	2.384	2.714	4.563	11.324	24	24	26	32
'44	2.224	2.456	3.655	7.330	25	26	30	41

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)

Tablo 71'de TradeMap verilerine göre 2018 yılında en fazla ithalat yapan ilk 10 ülkenin sektörlerine göre küresel talep projeksiyonu bir başka ifade ile en fazla ithalat yapan ilk on ülkenin 2018 yılında hangi sektörlerde dünyadan ve Türkiye'den en çok ithalat yaptığı, 2023 ve 2030 yıllarında hangi sektörlerde en çok ithalat yapacağı öngörüsü bulunmaktadır. Bu ülkelere ihracat yapan firmalarımızın bu ülkelerin zaman içerisinde küresel taleplerinde ortaya çıkacak değişimleri takip etmelerinde ve bu talepler doğrultusunda stratejiler belirlemede fayda görülmektedir. Tabloda dünyada en çok ithalat yapan ilk 20 ülkenin en çok '27 GTİP kodlu ürün grubunda ithalat yaptığı görülürken, bu ürün grubunun yanı sıra '30, '84, '85 ve '87 2'li GTİP kodlu ürün gruplarında da ağırlıklı olarak ithalat yaptığı görülmektedir. Türkiye'nin ise en çok '87 GTİP kodlu ürün grubunda ihracat yaptığı görülürken bu ürün grubundan sonra 25, 27, 30, 61, 71, 72 ve 84 numaralı 2'li GTİP kodlu ürün gruplarında da ağırlıklı olarak ihracat yaptığı görülmektedir. Türk ihracatçıların küresel ticarete yön veren bu ülkelerin ithalatında önemli yer alan 85 GTİP kodlu ürün grubunda bu ülkelere yeterince ürün ihraç edemediği tespit edilmiştir.

ABD 2018 yılında dünyadan en çok 84 2'li GTİP kodlu ürün grubundan ithalat yaparken Türkiye'den de aynı grupta yer alan ürünlerden ithalat gerçekleştirmiştir. ABD'nin, 2023 ve 2030 yıllarında da bu ürün grubunda en çok ithalatı yapması öngörülmektedir.

Çin 2018 yılında dünyadan en çok 85 2'li GTİP kodlu ürün grubundan ithalat yaparken Türkiye'den ise 25 GTİP kodlu grupta yer alan ürünlerden ithalat gerçekleştirmiştir. Çin'in, 2023 yılında da bu ürün grubunda en çok ithalatı yapması öngörüldükçe 2030 yılında bu ürün grubu yerine 27 GTİP kodlu ürün grubundan en çok ithalat yapması beklenmektedir.

Almanya 2018 yılında dünyadan en çok 84 2'li GTİP kodlu ürün grubundan ithalat yaparken Türkiye'den ise 87 GTİP kodlu grupta yer alan ürünlerden ithalat gerçekleştirmiştir. Almanya'nın, 2023 yılında da bu ürün grubunda en çok ithalatı yapması öngörüldükçe 2030 yılında bu ürün grubu yerine 85 GTİP kodlu ürün grubundan en çok ithalat yapması beklenmektedir.

Liste dikkatlice incelendiğinde dünyadan en çok ithalat yapan ilk 20 ülke arasında '27 GTİP kodlu ürün grubu 7 ülkenin, '85 GTİP kodlu ürün grubu 6 ülkenin, '84 GTİP kodlu ürün grubu 5 ülkenin, '30 ve '87 GTİP kodlu ürün grupları ise 1'er ülkenin dünyadan en çok ithalat yaptığı sektörler olmuşlardır. Buna karşılık dünyadan en çok ithalat yapan ilk 20 ülke arasında '87 GTİP kodlu ürün grubu 10 ülkenin, '61, '72 ve '84 GTİP kodlu ürün grupları 2 ülkenin, '25, '27, '30 ve '71 GTİP kodlu ürün grupları ise 1'er ülkenin Türkiye'den en çok ithalat yaptığı sektörler olmuşlardır.

Küresel ithalatta önemli rol oynayan ülkeler dünyadan en çok '27 GTİP kodlu üründe ithalat yaparken Türkiye ise bu ülkelere en çok '87 GTİP kodlu ürün ihraç etmektedir.

Küresel talepte 2023 yılında 11 ülkenin '27 GTİP kodlu ürün grubunda, 4 ülkenin '85 GTİP kodlu ürün grubunda, 3 ülkenin '84 GTİP kodlu ürün grubunda ve 1'er ülkenin de '30 ve '87 GTİP kodlu ürün gruplarında en çok ithalat yapan ülke olması beklenirken 2030 yılında ise 14 ülkenin '27 GTİP kodlu ürün grubunda, 2'şer ülkenin '85 ve '87 GTİP kodlu ürün gruplarında ve 1'er ülkenin de '30 ve '84 GTİP kodlu ürün gruplarında en çok ithalat yapan ülke olacağı öngörülmektedir. Uluslararası piyasalara ihracat yapmak isteyen firmalarımızın bu küresel trendleri de göz önünde bulundurmalarında fayda görülmektedir.

Küresel ticarete önemli rol üstlenen ülkelerin 2023 ve 2030 yıllarında ikinci sırada en çok ithalat yapacakları 2'li ürün grupları incelendiğinde 2023 yılında '85 GTİP kodlu ürün grubunu 8 ülkenin, '84 GTİP kodlu ürün grubunu 5 ülkenin, '27, '71 ve '87 GTİP kodlu ürün gruplarını 2'şer ülkenin, '30 GTİP kodlu ürün grubunu ise 1 ülkenin en çok ithalat yapması beklenmektedir. En çok talepte bulunan ilk 20 ülkenin 2030 yılındaki ithalat projeksiyonları incelendiğinde ise '85 GTİP kodlu ürün grubunu 9 ülkenin, '71 ve '87 GTİP kodlu ürün gruplarını 3'er ülkenin, '27 GTİP kodlu ürün grubunu 2 ülkenin, '26, '30 ve '84 GTİP kodlu ürün gruplarını ise 1'er ülkenin ikinci sırada en çok ithalat yapması beklenmektedir.

Küresel ticarete önemli rol üstlenen ülkelerin 2023 ve 2030 yıllarında üçüncü sırada en çok ithalat yapacakları 2'li ürün grupları incelendiğinde 2023 yılında '84 GTİP kodlu ürün grubunu 8 ülkenin, '87 GTİP kodlu ürün grubunu 7 ülkenin, '27 GTİP kodlu ürün grubunu 2 ülkenin, '26, '71 ve '85 GTİP kodlu ürün gruplarını ise 1'er ülkenin en çok ithalat yapması beklenmektedir. En çok talepte bulunan ilk 20 ülkenin 2030 yılındaki ithalat projeksiyonları incelendiğinde ise '84 GTİP kodlu ürün grubunu 10 ülkenin, '87 GTİP kodlu ürün grubunu 3 ülkenin, '27, '71 ve '85 GTİP kodlu ürün gruplarını 2'şer ülkenin, '30 GTİP kodlu ürün grubunu ise 1 ülkenin üçüncü sırada en çok ithalat yapması beklenmektedir.

Hem 2023 hem de 2030 yıllarında küresel ticarete yöne veren ilk 20 ülkenin dünyadan yaptıkları ithalatta ilk 3 sırayı alan sektörler bitlikte analiz edildiğinde, '27 GTİP kodlu ürün grubunun 33 defa, '84 GTİP kodlu ürün grubunun 28 defa, '85 GTİP kodlu ürün grubunun 26 defa, '87 GTİP kodlu ürün grubunun 18 defa, '71 GTİP kodlu ürün grubunun 8 defa, '30 GTİP kodlu ürün grubunun 5 defa ve '26 GTİP kodlu ürün grubunun da 2 defa sıralamaya girdiği görülmektedir. *Ihracatçı firmalarımızın dünya ticaretine yön veren bu ülkelerin talep listesinde yer alan bu ürün gruplarını da göz önünde bulundurmalarında fayda görülmektedir.*

Tablo 71. En fazla İthalat Yapan İlk 20 Ülkenin 2023 ve 2030'da Sektörlere Göre Küresel Projeksiyonları

Ülke	2018 yılında dünyadan en çok ithal ettiği 2'li GTİP Kodu	2018 yılında Türkiye'den en çok ithal ettiği 2'li GTİP Kodu	2019 yılında dünyadan en çok ithal ettiği 2'li GTİP Kodu	2023 yılında dünyadan en çok ithal edeceği 2'li GTİP Kodu	2023 yılında dünyadan en çok 2. sırada ithal edeceği 2'li GTİP Kodu	2023 yılında dünyadan en çok 3. sırada ithal edeceği 2'li GTİP Kodu	2030 yılında dünyadan en çok ithal edeceği 2'li GTİP Kodu	2030 yılında dünyadan en çok 2. sırada ithal edeceği 2'li GTİP Kodu	2030 yılında dünyadan en çok 3. sırada ithal edeceği 2'li GTİP Kodu
ABD	'84	'84	'84	'84	'85	'87	'84	'85	'27
Çin	'85	'25	'85	'85	'27	'26	'27	'26	'85
Almanya	'84	'87	'84	'84	'85	'87	'85	'27	'84
Japonya	'27	'87	'27	'27	'85	'84	'27	'85	'84
Birleşik Krallık	'84	'87	'84	'27	'84	'87	'27	'71	'87
Fransa	'84	'87	'84	'27	'84	'87	'27	'87	'84
Hong Kong	'85	'71	'85	'85	'71	'84	'85	'71	'84
Güney Kore	'27	'30	'27	'27	'85	'84	'27	'85	'84
Hollanda	'27	'61	'27	'27	'85	'84	'27	'85	'84
Hindistan	'27	'27	'27	'27	'71	'85	'27	'85	'71
İtalya	'27	'87	'27	'27	'87	'84	'27	'87	'30
Meksika	'85	'87	'85	'85	'84	'27	'27	'85	'84
Kanada	'87	'72	'87	'87	'84	'27	'87	'27	'84
Belçika	'27	'87	'27	'27	'30	'87	'27	'30	'87
İspanya	'27	'87	'27	'27	'87	'84	'27	'87	'84
Singapur	'85	'72	'85	'27	'85	'84	'27	'85	'71
Tayvan	'85	'87	'85	'85	'27	'84	'27	'85	'84
İsviçre	'30	'61	'30	'30	'84	'87	'30	'84	'87
Polonya	'84	'87	'84	'84	'85	'87	'87	'85	'27
Tayland	'85	'84	'85	'27	'85	'71	'27	'71	'85

Kaynak: (International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020)



BÖLÜM 4:

"5G" EKSENİNDE TİM'İN 2020 AJANDASI

“5G” EKSENİNDE TİM’İN 2020 AJANDASI

30 Haziran 2018 itibarıyla TİM’in yeni yönetiminin hedefleri olarak tanımlanan ve “Güçlü Türkiye”, “Güçlü Ekonomi”, “Güçlü İhracat”, “Güçlü İnsan Kaynağı” ve “Güçlü Altyapı ve İhracat Ekosistemi”ni ifade eden “5G” ekseninde, 2019 yılında “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” hedefiyle çalışmalar yürütülerek firmaların ihracat refleksine kavuşmaları adına yıl içerisinde pek çok proje ve etkinlik hayata geçirilmiştir.

TİM’in 2020 ajandası da, yine 5G ekseninde şekillendirilmiştir. Güçlü bir Türkiye için, Güçlü bir Ekonomi için İhracatın rolünü katlamak, güçlü bir ihracat için, yeni nesil yaklaşımlar oluşturmak, güçlü insan kaynağı için, Ticaret Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurulu ile, orta öğretim ve yüksek öğretim programlarında ihracata dönük etkili uzmanlar yetiştirecek program içerikleri oluşturmak ve ihracatın finansman ve zaman maliyetini küresel rekabete uygun hale getirecek güçlü bir altyapı ve ihracat ekosistemine yönelik çok yönlü ve çok katmanlı dijital dönüşüm projelerini hayata geçirmek TİM’in öncelikli ajandası olmayı sürdürecektir.

Türkiye İnovasyon Haftası 2020



Türkiye’nin inovasyon alanında küresel ölçekte ses getiren, ülkemizi parlak bir geleceğe taşıyan girişimcilerimizi, bilim insanlarımızı, projelerimizi, sektörlerimizi; on binlerce gencimizle ve ihracatçımızla buluşturduğumuz Türkiye İnovasyon Haftası’nın 8’si, bu yıl Nisan ayında, zenginleştirilmiş bir içerik ve anlayışla bilimden sanata, spordan eğitime, ekonomiden mühendisliğe, sosyal yaşamdan sağlığa, iletişimden ticaret diplomasisine kadar her alanı kapsayacak şekilde organize edilecektir. Bu doğrultuda, inovasyon odaklı çalışmaları ile öne çıkan üniversitelerimizin değerli rektörleri, teknoparklar ile teknoloji transfer ofislerimizin genel müdürleri başta olmak üzere tüm paydaş kurum ve kuruluşlarımızdan aldığımız görüş ve önerilerden de yararlanarak, çeşitli panel ve konferanslar ile alanında lider dünyaca ünlü yerli ve yabancı konuşmacının bilgi ve tecrübeleri katılımcılarla buluşturulacaktır. Üniversitelerin ve girişimcilerin uluslararası başarılarına sahip deneyim odaklı, inovatif projelerini stantlarında sunma şansı bulacağı ve çeşitli eş zamanlı etkinlikler ve workshoplar ile akademisyen-sanayici-girişimcinin bir araya geleceği programlar gerçekleştirilecektir. Türkiye’nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovaLİG, ve üniversitelerdeki gönüllü inovasyon elçilerinden oluşan İnovaTİM projelerinin şampiyonlarına ödülleri ve firmalarda kurumsal inovasyon sisteminin oluşturulduğu İnoSuit İnovasyon Odaklı Mentorluk Programı mezunu firmalara ve mentorlara sertifikaları takdim edilecektir. 2020 Türkiye İnovasyon Haftası kapsamında, yüksek katma değerli üretimi ve ihracatı teşvik etmek adına yenilikçi teknolojilerden oluşan deneyim alanları, dünyaca ünlü

ve uluslararası başarılarına imza atmış çeşitli sergiler, inovatif fikirler ve araçlarla sektörlerin geleceğini değiştiren ürün ve hizmetlere yer verilecektir.

Türkiye Tasarım Haftası 2020



Genç Türk tasarımcılarımızı dünyaya tanıtmaya ve ülkemizin markalaşma yolculuğuna önemli katkı sağlama anlamında bir mihenk taşı olan bu sene beşincisi düzenlenecek Türkiye Tasarım Haftası’nın, Fashion Week İstanbul’la eş zamanlı olarak gerçekleştirilerek Ekim 2020’de etkinliğin daha büyük çaplı uluslararası bir proje halinde hayata geçirilmesi planlanmaktadır. Gerek moda gerekse tasarımın diğer alanlarını kapsayarak, yıl boyunca yaşanan ve tüm tasarım camiasınca konuşulup benimsenecek bu proje ile İstanbul’u uluslararası arenada orta vadede Avrasya’nın tasarım merkezi, uzun vadede ise endüstriyel, görsel ve moda tasarım ajanslarının ofis açacakları bir küresel tasarım merkezine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, bu sene etkinliğin daha İstanbul odaklı olması ve tasarımın farklı disiplinlerini bir araya getirerek, tek bir merkezden ziyade şehrin tarihi ve kültürel dokusunu içinde barındıran farklı noktalarında kurulacak sergi ve enstalasyonlar ile şehre daha çok yayılması hedeflenmektedir.

Dijital Dönüşüm Çalışmaları

TİM, dijital dönüşümün üretimden ihracata her alana entegrasyonu konusunda da ihracatçılara öncülük eden bir strateji belirlemektedir. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, ihracatın kayıt altına alınma süreçlerindeki dijital dönüşüm sürecinden, gümrüksüz ihracat süreçlerine kadar önemli dijital dönüşüm uygulamalarının hayata geçirilmesinde rol üstlenilmekte, ihracatçıların bu sürece entegrasyonunda ilgili yönlendirmeler TİM tarafından yapılmaktadır. Diğer taraftan, “TİM Mobil Uygulaması” ve “Alo TİM” çağrı merkezi” ihracatçıların sorunlarına 7/24 esası ile cevap vermektedir. Bunun yanı sıra, TİM Web Sitesi ve Ortak İşlemler Platformu, İhracatta Blokzincir Teknolojisinin Geliştirilmesi, Dijital İş Zekası Projesi ve Siber-TİM ve KVKK 2020 yılı için programlanmış olan dijital dönüşüm entegrasyon projeleri olarak öne çıkmaktadır.

“ALO TİM” Çağrı Merkezi Uygulaması

2020 yılında TİM’in ihracatçılara tüm dünyada ulaşılabilir olma hedefi kapsamında hizmete geçirilmek üzere Alo TİM yapay zeka asistanı geliştirme çalışmalarına devam edilmektedir.

2020 yılında Facebook uygulaması entegrasyonu sağlanarak sosyal medya üzerinden de kullanıcı desteği sağlanacaktır. Uzak Doğu pazarına yönelik ihracat yapan firmalar için ise WeChat uygulaması üzerinden TİM'e ulaşmalarına yönelik altyapı çalışmalarına devam edilmektedir. İhracatçıların hukuki problemlerinde ve uluslararası hukukla alakalı konularda konu uzmanlarına Alo TİM danışma hattından ulaşmaları için entegrasyon projeleri yürütülmektedir. İhracatta yaşanan dil farklılığı problemlerinde ise Alo TİM Çeviri Hizmeti uygulamasını hayata geçirmek için çalışmalara devam edilmektedir.

Mobil Uygulama



İhracatçıların teknoloji ile hızla değişen dünyada bilgiye kolay ulaşmaları adına geliştirilen TİM mobil uygulaması her geçen gün kullanıcı sayısını artırarak ihracat konusunda son gelişmeleri hızlı ve doğru bir şekilde aktarmaktadır. İhracatçıların mobil uygulamayı kullanarak üyelik belgeleri hızlıca alabilmekte, fuar destek hesaplama menüsünden katılmayı düşündükleri veya katıldıkları fuarlar için ne kadar destek alabileceğini öğrenebilmekte, canlı destek uygulamasından sorunlarına ve taleplerine çözümü anında sağlayabilmektedirler. TİM mobil uygulamasına 2020 yılı içerisinde gelecek yeni online hizmetlerle

birlikte ihracatçıların işlemlerini uygulama üzerinden kolayca gerçekleştirmeye başlayabilecek, yapay zeka sanal asistanı ile istenilen bilgiye anında erişebileceklerdir.

TİM Web Sitesi ve Ortak Online İşlemler Platformu

TİM Proje Dijital Dönüşüm Ofisi, TÜRKSAT ve Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisinin ortak çalışması ile ihracatçıları, E-Devlet'ten ihtiyaç duydukları her anda alabilecekleri üyelik belgesini, müşavirlik ve bankacılık işlemlerinde, hal kayıt belgesi olarak ve ikili iş görüşmelerinde referans mektubu için de ek belge olarak kullanabilmektedirler.

İhracatçı Birliklerinin ve TİM'in ortak olarak kullanacağı Ortak Online İşlemler Platformu, 2020 yılında kullanıma açılacaktır. Bu platformda banka entegrasyonu sağlanarak dijital ödeme işlemlerinde kolaylık sağlanacaktır. Mobil ödeme yöntemi sayesinde ihracatçıların sanal pos ile işlem yapabileceklerdir. Ayrıca, yeşil pasaport alınabilirlik kontrolü modülü ile ihracatçıların kendilerine sağlanan yeşil pasaport hakkının sorgulamasını kolaylıkla yapabileceklerdir.

Online işlemler platformunda ihracatçılara sağlanan başlıca diğer işlemler ise firma bazlı son 3 yıllık ihracat raporunun ve gelişmiş ihracat veri raporlarının sağlanması hizmetidir. Online işlemler platformu üyelik bilgisi alma, güncel üye veri tabanı hizmeti, vekaletname tanımlama uygulamaları ile dijital olarak birlik üyeliğinin gerçekleştirilmesi hizmetleri sağlanacaktır. Bu yeniliklerle beraber devlet yardımları, evrak durumu öğrenme, beyanname ödeme ve işlem geçmişi takibini kontrol edebilecekleri sistem geliştirilerek ihracatçıların işlemlerini daha hızlı ve eksiksiz yapmalarının önü açılacaktır.

Dijital İhracat İş Zekâsı Projesi

Veri Ambarı Projesinde Türkiye geneli ihracat verilerinin daha hızlı ve hedeflenen data kırılımlarında istenilen şablonlarda hazırlanması için veri tabanı sunucusu ve uygulama sunucusu kurulumu ile birlikte data modellemesi gerçekleştirilecektir.

Verilerin toplanması, analiz edilmesi için anonimleştirilmesi ve anlamlandırılması Türkiye'nin 2020'de izleyeceği ihracat yol haritası için oldukça önemlidir. Veri Ambarı Projesi ile Türkiye'nin ihracat verilerinin analizi için doğru bir şekilde toplanması, Türkiye'nin ihracat verilerinin analize hazır hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca söz konusu proje kapsamında, Türkiye'nin ihracat verilerinin diğer kurum ve kuruluşların paylaşmış oldukları stratejik raporlarla entegre analizinin yapılması ve raporlanması neticesinde tüm dünyada yeni pazar ve yeni ihracatçıların kazanma hedeflerine yönelik çalışılmaktadır.

TİM ve İhracatçı Birlikleri Kurumsal Dijital Dönüşüm Projesi

TİM ve İhracatçı Birliklerinin, kurumsal dijital dönüşüm projesi kapsamında TİM Genel Sekreterliğinin teknolojik altyapısı geliştirilmiş; daha hızlı, daha güvenli hale getirilmiştir. 2020 yılında kurum çalışanlarının ortak bir platformda işlemlerini yürütüp iletişim kurabilmelerine imkân sağlayan Mobil İş Takip Kurum İçi İletişim Programı ile TİM, çalışanlarına daha etkili iletişim kurabilen, profesyonel iş takiplerinin daha hızlı gerçekleştirildiği verimli bir çalışma ortamı sağlamayı hedeflemektedir.

SİBER-TİM ve KVKK

2020 yılında dijital sistemlerin güvenliğinin sağlanması amacıyla Siber Güvenlik Takip Merkezi'nin kurulmasına yönelik çalışmalara ve siber saldırılara karşı sistem güvenliğinin sağlanması ve anında müdahale edilmesi için önlemler alınmaya devam edilecektir.

İhracatta Blokzincir Teknolojisi

Gelişen teknolojilerle hızla dönüşüm içinde olduğumuz çağımızda 'Blokzincir' uygulamalarının ihracatta da uygulanabilmesi için Ticaret Bakanlığı ve diğer İhracatçı Birlikleri ile çalışmalar yapan Proje ve Dijital Dönüşüm Ofisi, dış ticaret işlemlerinde de dönüşüm gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Blokzincir teknolojisinin sektörel alanlara entegrasyonu, bu sektörlerin rekabet gücünün artırılması ve ihracatta yaşanan sorunların çözümüne yönelik olarak gümrük işlemlerinin hızlandırılması hedeflenmektedir.

TİM Kadın Konseyi

TİM Kadın Konseyi çalışmaları kapsamında, 2019 yılı sonunda girişimcilerin yaşadıkları sorunların tespiti ve bir yol haritası belirlemeye yönelik olarak TİM-TEB Girişim Evlerindeki kadın girişimcilerimize bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket sonucunda elde edilen verilerle ülkemizdeki kadın girişimcilerin



İlk Yurt Dışı Temsilciliği: TİM KKTC Ofisi

yatırım ve ihracatta yaşadıkları sorunların tespit edilmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi amacıyla, Ticaret Bakanlığı Kadın ve Genç Girişimciler İhracat Daire Başkanlığı koordinasyonu, TİM organizasyonu ve ülkemizdeki kadın STK'larının katılımlarıyla 2020 yılı başlarında gerçekleştirilmesi planlanan İhracatta Kadın Girişimcilere Yönelik Çalıştayın yol haritası oluşturulacaktır.

2019 yılında TİM Danışmanı Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından TİM Kadın Konseyi adına hazırlanan Sürdürülebilirlik Raporu sonuçları kapsamında, 2020 yılından itibaren uygulanabilecek ürünlerde sürdürülebilirliğin bir etiket ile belgelendirilmesi için gerekli ekosisteme ilişkin öneriler sunulması hedeflenmektedir.

Yeni Nesil TİM Ofisleri

1 Milyar dolar üzerinde ihracat yapan 18 ilde; ihracat farkındalığını arttıracak, işlem süreçlerini hızlandıracak, düzenlenecek eğitimler ile çok amaçlı hizmet verecek Yeni Nesil TİM Ofisleri açılması planlanmaktadır. Bu iller; İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir, Ankara, Gaziantep, Sakarya, Manisa, Denizli, Hatay, Kayseri, Konya, Adana, Mersin, Antalya, Trabzon, Eskişehir, Tekirdağ şeklinde olup Eximbank şubesinin olmadığı 2 il için Eximbank'ın yapılanma hazırlıkları aşamasında Eximbank ile irtibat sağlanmaktadır.

İlk Yurt Dışı Temsilciliği: TİM KKTC Ofisi



2019 yılında TİM, inovasyon, girişimcilik ve küresel ticaret alanlarındaki tecrübelerini aktarmak ve birlikte eğitim çalışmaları yürütmek üzere Kıbrıs Türk Sanayi Odası (KTSO) bünyesinde TİM KKTC Ofisinin kurulmasına ve KKTC ihracatının geliştirilmesine yönelik işbirliği anlaşması imzalanmıştır. Bu kapsamda, 2020 yılında yine bir ilke imza atarak, ilk yurtdışı temsilcilik çalışması anlamında, 10 Ocak 2020 tarihinde TİM KKTC Ofisi açılmıştır.

Söz konusu ofis ile TİM'in Türkiye'de ihracatçılara yönelik sunduğu hizmetlerin, KKTC ihracatçılarına sunulmasına imkan sağlayacak mekanizmalar oluşturulacaktır. Ayrıca, KKTC ihracatında yeni açılımlar sağlayacak olan mevzuatların geliştirilmesine yönelik know-how aktarımı sağlanacaktır. KKTC'de ihracatın finansmanına yönelik imkanların artırılması için ortak çalışmalar yapılacaktır. Çalıştay, konferans, seminer, ortak komite, teknik heyet ziyaretleri, bilgi paylaşımları aracılığıyla mutabakata varılmış alanlarda ortak proje ve faaliyetler düzenlenecektir. KKTC ve Türkiye'den ihracatçıları arasında işbirlikleri oluşturulması amacıyla diyalog kanalı oluşturulacaktır. 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 sağlanacaktır. TİM ayrıca, ticaretin dijitalleşmesi ve e-ticaret konusunda KTISO'ya teknik ve eğitim desteği verecektir. KKTC'de katma değer, teknoloji ve rekabet edebilirlik seviyesi yüksek, ihracatı yapılabilecek yatırım alanları tespit edilecektir. Türk ihracatçılarının örgütlenmesi, Türk ihracatının artırılması

ve Türk ürünlerinin tanıtımı ve bilinirliğinin artırılması amacıyla KTSO tarafından duyuru/tanıtım/reklam çalışmaları yapılacaktır.

Yurtdışı Kurum ve STK'larla İşbirlikleri

Uluslararası platformlarda, Türkiye'nin ihracatla ilgili özel sektörün bilgi ve iletişim merkezi olma ilkesi çerçevesinde, TİM tarafından 2020 yılında muhtelif çalışmalar yürütülecektir. Bu çerçevede, ihracatın çözüm merkezi olma yolunda ikili ilişkilerin gerek Ticaret Heyetleri ve Karma Ekonomik Komisyonlar yoluyla Bakanlıklarla, gerekse yurtiçi yurtdışı STK'lar ile birlikte ortaklaşa yürütülen projeler yoluyla daha da ileriye taşınması hedeflenmektedir.

Ayrıca bu yıl ilk defa, Avrupa Komisyonu'nun, KOBİ'lere yönelik sunduğu ücretsiz danışmanlık hizmetleri sağlayan kurumları ile iş birlikleri geliştirilmiştir. Bu kapsamda, 2020 yılında girişimcilere ve ihracatçılara farkındalığı arttırmak, uluslararası rekabette öne çıkarmak ve daha bilinçli, daha stratejik kararlar vermelerini sağlamak amacıyla çeşitli eğitim programlarının düzenlenmesi planlanmaktadır.

TİM'in Türkiye'de Yatırım Ortamının İyileştirilmesine Yönelik Proje ve Çalışmalara Katkısı

2001 yıldan bu yana kamu ve özel sektör temsilcilerinden (TİM, TOBB, DEİK, TÜSİAD, MÜSİAD, YASED) oluşan yapısıyla, çok sayıda yapısal reformun gerçekleştirilmesini sağlayan, yatırım ortamının iyileştirilmesi çalışmalarını destekleyen ve yerli ve yabancı yatırımcılar nezdinde belirli bir bilinirliği olan bir platform niteliğine kavuşan Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Koordinasyon Kurulu (YOİKK) çalışmaları doğrultusunda, TİM faaliyet alanları ile ilgili olan tüm çalışma gruplarına önemli katkılar sağlanmaktadır. Özellikle Ar-Ge, Katma Değerli Üretim ve Sertifikasyon Çalışma Grubu kapsamında, TİM'in ilgili olduğu eylem maddelerine yönelik muhtelif çalışmalar yürütülmektedir. Bu minvalde, ihracatçı firmaların dış pazarlarda ihtiyaç duyduğu sertifikasyon konusunda bilgiye erişimin ve kurumsal desteğin sağlanmasına yönelik mekanizmalar geliştirilmesi eylem maddesi kapsamında, İhracat Ana Planındaki 5 sektördeki 134 firmaya yönelik anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anketten elde edilen veriler ışığında öncelikli olarak Türkiye'de verilebilecek sertifikalar için ilgili kurumlarla iletişime geçilmesi ve ihracatta gerekli olan sertifikaların dijital ortama taşınması konusunda harekete geçilmiştir. Küresel Yenilik Endeksi Yol Haritasının hazırlanması eylem maddesi kapsamında ise, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) ile temaslarda bulunulmuş ve endekste Türkiye'nin konumunun yükseltilmesine yönelik yol haritası oluşturma çalışmalarına devam edilecektir.

TİM-KOSGEB Geniş Kapsamlı İşbirliği Süreci ve Uluslararasılaşma Hamlesi

KOSGEB tarafından devreye alınan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) ihracata özendirilmesi kapsamında ihracat destekleri, pazar analizi, finansmanı ve dijital dönüşümünü kapsayan Yurtdışı Pazar Destek Programı'nın daha fazla KOBİ'ye ulaşımı sağlanarak ihracatın tabana yayılması amacıyla 2019 yılında TİM ile KOSGEB arasında kurulan yakın işbirliği çalışmalarına büyük bir hızla devam edilecektir. Bu kapsamda, 2020 yılında her ay en az 2 farklı ilde TİM KOBİ İhracat Seferberliği Programları düzenlenerek ihracat ile ilgili güncel düzenlemeler ve süreçler tüm KOBİ'lerin bilgisine sunulacaktır. Ayrıca, 2020 yılında İstanbul'da bulunan ve TİM'in merkezinin yanı sıra İMMİB, İTKİB ve İİB'in de bulunduğu Dış Ticaret Kompleksi'nde KOSGEB İrtibat Ofisi açılacaktır. Bu irtibat ofisi ile birlikte ihracatçılara KOSGEB'in sağladığı teşvik ve destek programları hakkında ilk elden bilgilendirme ve başvuru imkanı tanınacaktır.





www.tim.org.tr

 iOS & Android

 turkihracat

 turkiyeihracatcilarmeclisi

 Türkiye İhracatçılar Meclisi

 trihracatcilarmeclisi