TİM REPORT
Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı
Sayı: 242 Nisan 2025



Sanayide Kalıcı Rekabetin Anahtarı Dijital Dönüşüm

İhracat Rotası:
Tarih, Kültür ve Ekonominin Kesişim Noktası: İspanya

Enerji:
Türkiye'nin Rüzgârı Enerjiye Güç Veriyor

Teknoloji:
Tarımda Verimlilik Dijitalleşme ile Yeni Bir Boyut Kazanıyor

YAPARLAR

yaparlar.com

MADE IN TÜRKİYE MADE IN

YAPAR MANUEL TRANSPALET

Ağır Yüklerinizi Hafifletiyoruz



YPT 25 / YPT 30

MANUEL TRANSPALET

2500 KG / 3000 KG



FLEX FPT 25

MANUEL TRANSPALET

2500 KG



YPT 25P

INOX PASLANMAZ TRANSPALET

2500 KG



YPT 20PS

YAZICILI TERAZİLİ TRANSPALET

2000 KG

yaparistif.com

/yaparmaterialhandling

YERLİ ÜRETİM

YAPAR

MANUEL TRANSPALET

içindekiler

10
TÜRKİYE'NİN MART AYI İHRACATI 23,4 MİLYAR DOLAR OLDU
Mart ayı ihracatı 23,4 milyar dolar olan Türkiye'nin, ilk çeyrek ihracatı 65,3 milyar dolara, 12 aylık ihracat ise 263,4 milyar dolara ulaştı.

24
SANAYİDE KALICI REKABETİN ANAHTARI DİJİTAL DÖNÜŞÜM
Geçmişte buhar ve elektrikle başlayan dönüşüm, bugün dijital teknolojilerle yepyeni bir çağa kapı aralıyor. Değişen pazar dinamikleri ve rekabetçi piyasa koşullarında önemi giderek artan dijital teknolojiler, üretimin sınırlarını genişletirken rekabeti ve verimliliği en üst seviyeye taşıyor.

34
TÜRKİYE EKONOMİSİ DENGELİ BÜYÜME SEYRİNDE
Ekonomik reformlar sonucunda 2024 yılında OECD ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ekonomilerden biri olan Türkiye, yılı küresel ortalamanın üzerinde bir büyüme ile kapattı.

44
TARİH, KÜLTÜR VE EKONOMİNİN KESİŞİM NOKTASI İSPANYA
Tarihsel gücünü ve kültürel zenginliğini modern dünyayla harmanlayan İspanya, Avrupa'nın altıncı büyük ekonomisi olarak küresel arenada etkili bir rol üstleniyor.

52
TÜRKİYE'NİN RÜZGÂRI ENERJİYE GÜÇ VERİYOR
Türkiye'nin sürdürülebilir enerji dönüşümünde kilit rol oynayan rüzgâr enerjisinin toplam kurulu gücü şubat ayı itibarıyla 13.046 megavata ulaştı.

64
BAŞARI HİKÂYESİ KARACA
Ekonomik ve toplumsal dönüşümlerle değişen tüketici beklentilerini her zaman yakından takip ederek ürünlerini geliştiren Karaca, sadece bir ürün tedarikçisi olmaktan çıkarak deneyim sunan bir markaya dönüştü.

68
TARIMDA VERİMLİLİK DİJİTALLEŞME İLE YENİ BİR BOYUT KAZANIYOR
Yapay zekâ, büyük veri ve otomasyon ile köklü bir dönüşüm yaşayan tarım sektörü, dijital teknolojilerin entegrasyonu ile daha sürdürülebilir ve verimli bir geleceğe doğru ilerliyor.

74
DOĞANIN EN RENKLİ HEDİYESİ: MASALSI KUMSALLAR
Güneyden kuzeye dünyanın birçok farklı yerinde bulunan, doğanın sabrı ile jeolojik süreçlerin bir yansıması olan renkli kumsallar, altın rengi kumsal normunun dışına çıkarak doğanın ne kadar narin ve değerli olduğunu hatırlatıyor.



Türkiye'nin yedi bölgesinde yaklaşık 280 rüzgâr santrali ve 4.360'tan fazla rüzgâr türbini faaliyet gösteriyor.



CVS Hava Kent Yapı Kooperatifi Yönetim Kurulu Başkanı Erkut Çavuş: "Yerel kimliği ön planda tutarak hem bölgeye özgü yaşam alışkanlıklarını yansıtıyor hem de global pazarda rekabetçi bir fiyat ve kaliteli yaşam alanları sunmayı hedefliyoruz. Bu stratejiyle yerel değerler ve küresel vizyon arasında bir denge kurarak, her iki pazarda da başarılı olmayı amaçlıyoruz."





TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ
BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Birol CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Mustafa SEÇİLMİŞ
Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

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

viyamedya

AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR
Serpil YENİHAYAT

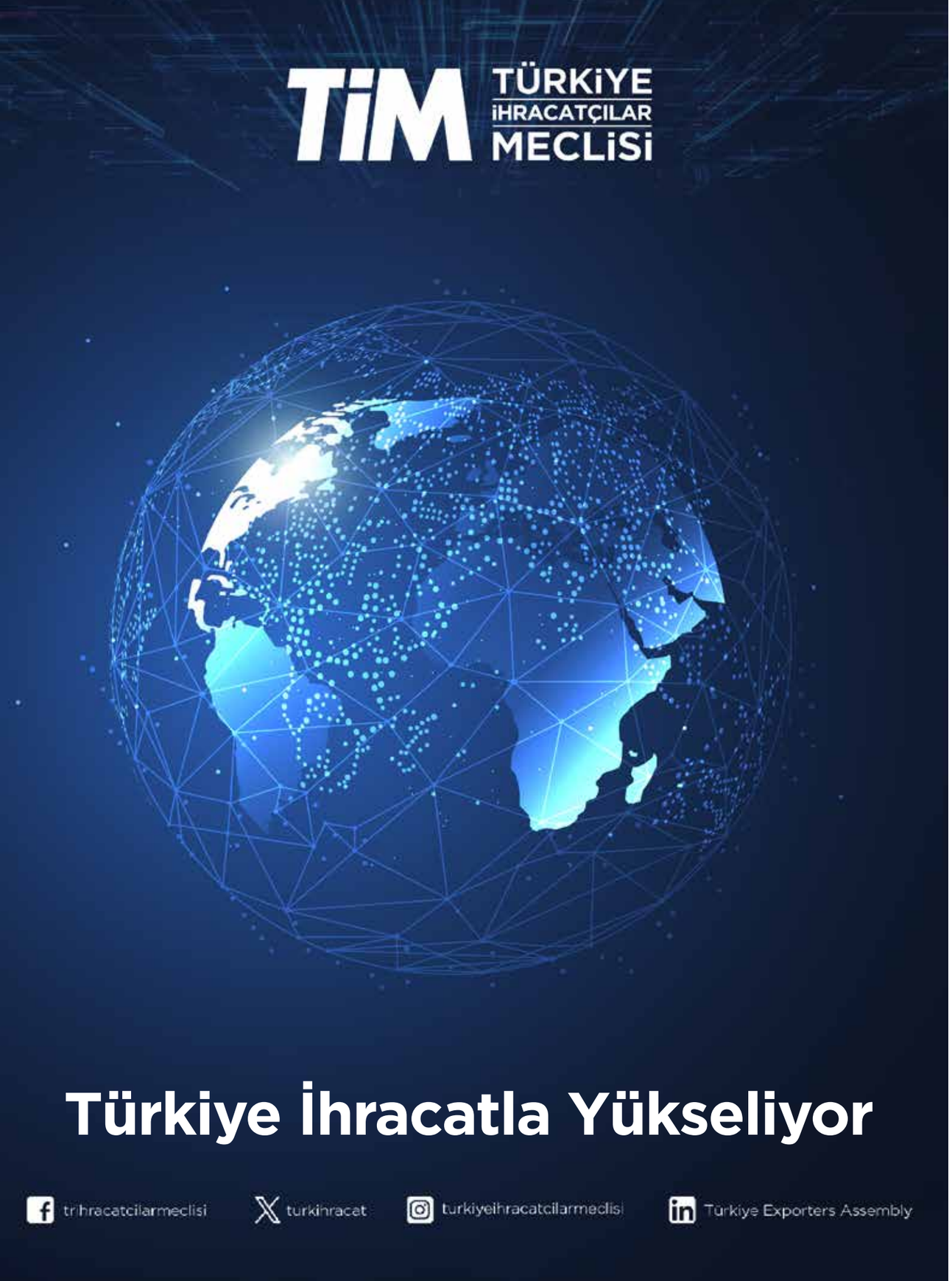
GRAFİK TASARIM
Hira DOLGUN

EDİTÖR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

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

/viyamedya



MUSTAFA GÜLTEPE
TİM Başkanı



Zorluklar da Var, Umut Veren Gelişmeler de

İhracat ailesi olarak mart ayını 23,4 milyar dolarlık ihracatla kapattık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,2 artıdayız. Aylık 23 milyar doların üzerindeki her performans, ülkemizin üretim gücünü ve ihracatçımızın azmini ortaya koyması açısından önemli. Küresel belirsizliklerin hüküm sürdüğü bir ortamda elde ettiğimiz bu sonucu başarı olarak değerlendirebiliriz.

Mart ayı ihracatında özellikle savunma sanayimizdeki yüzde 140'lık artışın altını çizmek istiyorum. Savunma sanayimizin ihracatındaki bu artış sadece geleneksel sektörlerde değil, yüksek katma değerli üretim alanlarında da başarı yakaladığımızı gösteriyor. Ancak geleneksel sektörlerimizdeki gerilemeyi göz ardı edemeyiz. Hazır giyim, halı ve makinenin de aralarında bulunduğu altı sektörümüz, üç ayın tamamını eksiyle kapattı. Bu tablo, 2025 yılı için belirlediğimiz 280 milyar dolarlık ihracat hedefi açısından bize net bir uyarı veriyor.

Mart ayı verileriyle birlikte ilk çeyrek performansımız da ortaya çıktı. Yılın ilk çeyreğini 65,3 milyar dolarla geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,5 artıda tamamladık. 2025'teki 280 milyar dolarlık hedefimize ulaşabilmemiz için bu oranı en az yüzde 7'ye çıkarmamız gerektiğini unutmamalıyız. Maliyetlerle kur arasındaki dengenin bozulması, ihracatçılarımızın üretim maliyetlerini ciddi şekilde artırdı. Son iki yılda üretimde Avrupa'daki birçok ülkeden bile pahalı hâle geldik. Bu durum sanayicimizin rekabet gücünü olumsuz etkiliyor. Enflasyonla mücadelede atılan adımlar elbette önemli; ancak süreç yalnızca para politikalarıyla değil, üretimi ve ihracatı destekleyen politikalarla birlikte yürütülmeli. Sanayicimizin yükünü hafifletmeden sürdürülebilir bir büyümeyi yakalamayacağımızı bilmemiz gerekiyor.

ABD'nin açıkladığı yeni gümrük tarifeleri ülkemiz için önemli fırsatlar sunuyor. Sektörlere göre değişse de Asyalı rakiplerimize göre ortalama yüzde 25'e varan bir avantaj elde ediyoruz. Ancak bir gerçeği unutmamalıyız. Biz hâlen üretimde dolar bazında Asya'ya göre yüzde 50-60 daha pahalıyız. Yani en düşük tarife artışının uygulandığı ülkeler arasında olmamıza rağmen ABD'li alıcılara yine pahalı gelebiliriz. Yeni durumu avantaja çevirebilmek için son iki yılda kaybettiğimiz rekabetçiliğimizi geri almalıyız. Bunun da yolu belli. Maliyetlerle kur arasında bozulan dengeyi yeniden kurmalıyız. Rekabetçilikle ilgili sorunları aşabilirsek özellikle kimya, otomotiv, hazır giyim, tekstil, halı ve mobilya gibi sektörlerimizin ihracatını 2-3 kat artırabiliriz. Orta vadede ise iki ülke arasında 100 milyar dolarlık dış ticaret hacmine ulaşabiliriz.

İhracat ailemizi güçlendirmek için sahada olmaya, firmalarımızı yeni pazarlara taşımaya ve onlara rehberlik etmeye devam ediyoruz. Bu kapsamda ticaret heyeti programlarımızı hız kesmeden sürdürüyoruz. Geçen ay Bulgaristan Ticaret Heyetimizi geniş bir katılımla gerçekleştirdik. Bu ay Çin'e gideceğiz. Mayıs ayında da Arnavutluk, ABD, Güney Afrika, Tunus, Irak ve İspanya'ya heyetler düzenleyeceğiz. Yıl boyunca ABD'nin farklı eyaletlerinde de sahada olacağız.

Potansiyelimiz büyük, temelimiz sağlam. İhracatçımızın çabalarını kararlı politikalarla destekleyip rekabetçiliğimizi yeniden kazanırsak, ülkemizi ihracatta yeni bir lige taşıyabiliriz.

DÜNYA TURU

DÜNYA

ELEKTRİKLİ ARAÇ SATIŞLARI YÜZDE 18 ORANINDA ARTTI

Araştırma şirketi Rho Motion tarafından yapılan açıklamaya göre dünyada toplam elektrikli ve plug-in hibrit araç satışları 2025 yılı Ocak ayında yıllık bazda yüzde 18 oranında artış kaydetti. Açıklamada ayrıca, Avrupa elektrikli araç pazarının AB karbon emisyon hedeflerinin yürürlüğe girmesiyle yıla güçlü bir temelde başladığı, ancak Çin'deki satışların Çin yeni yılı nedeniyle aylık yüzde 43 oranında bir düşüş gösterdiği vurgulandı. Diğer taraftan, elektrikli araç satışlarında Avrupa ve ABD pazarındaki büyümenin şubat ayından bu yana ilk kez Çin'i geride bıraktığı Rho Motion'ın raporunda ifade edilmiştir.

ÇİN

KÜRESEL E-TİCARET LİDERLİĞİNİ KORUYOR

Çin'in çevrim içi perakende pazarı, 2024'te perakende satışlarındaki yüzde 7,2'lik büyümeyle küresel liderliğini sürdürmeye devam ediyor. Yetkililer, Pekin'de düzenlenen Ulusal E-Ticaret Konferansı'nda 2024'teki ilerlemeyi gözden geçirdi ve 2025 önceliklerini belirledi.Konferansta, dijital dönüşümde ve e-ticaretin ekonominin çeşitli sektörlerinde yakaladığı başarılar vurgulandı. Diğer öne çıkan konular arasında endüstriyel e-ticaret entegrasyonu, İpek Yolu e-ticaret iş birliği ve dijital ticarete ilişkin eylem planları yer aldı. Çin Ticaret Bakanlığı, dijital tüketimin genişletilmesi, endüstriyel dönüşümün desteklenmesi ve yüksek kaliteli uluslararası e-ticaret iş birliğinin teşvik edilmesi için odaklanmış bir çaba çağrısında bulundu.

AB

TRUMP'A RAĞMEN DİJİTAL KURALLARI UYGULAMA SÖZÜ VERİLDİ

Avrupa Birliği (AB), ABD Başkanı Donald Trump'ın ABD'li teknoloji şirketlerine dijital vergi uygulayan ülkelere gümrük vergisi koymakla tehdit etmesinin ardından dijital kurallarını uygulayacağına ve gerekirse yasalarını "kararlı bir şekilde" savunacağına söz verdi. Trump ise yayımladığı muhtırada, Amerikan şirketlerine uygulanan "dijital hizmet vergileri, cezaları, uygulamaları ve politikalarına" yanıt olarak gümrük vergilerini değerlendireceğini söyledi.
Avrupa Komisyonu ise "AB'de faaliyet gösteren tüm şirketlere karşı yasalarımızı her zaman adil ve ayrımcılık yapmadan uyguladık ve uygulamaya devam edeceğiz." dedi.

KANADA

MADENCİLİK SEKTÖRÜ İÇİN 5 MİLYON DOLARLIK YATIRIM

Kanada ülke yönetimi, Madencilik Sektörünün Yenilenmesi ile Ticarileşmesinin Hızlandırılması ağını desteklemek amacıyla Madencilik Sektörü Yenileme Uygulamaları Merkezi'ne 5 milyon Kanada Doları tutarında yatırım yapacağını açıkladı. Söz konusu yatırım fonu, Kanada'nın, küresel net sıfır karbon salınımı teknolojilerine geçişi hızlandırmasına ve ülkenin sürdürülebilir madencilikteki liderliğini güçlendirmesine yardımcı olacak.
Kanada Buluşlar, Bilim ile Sanayi Bakanı François-Philippe Champagne bildirisinde, "Kanada'nın madencilik sektörü büyüdükçe, Kanadalılar için de fırsatlar artıyor. Gelecekteki net sıfır karbon salınımına sahip bir ekonominin temellerini atmak için çok iyi konumdayız." dedi.

GÜNEY KORE

STRATEJİK SEKTÖRLER İÇİN 34 MİLYAR DOLARLIK FON

Güney Kore hükûmeti, yoğunlaşan küresel rekabet ve korumacılık ortamında çipler ve otomobiller gibi stratejik teknolojilerle uğraşan şirketlere finansal destek sağlamak için 34 milyar dolarlık bir fon kuracağını açıkladı. Hükûmet, "yeni ABD yönetimi altında artan dış belirsizlik ortamında, ileri stratejik endüstrilerdeki rekabet gücü ulusal ekonomik güvenliğin çekirdeği hâline geldi" diyerek bunu "silah dumanı olmayan bir savaş" olarak adlandırdı. Ayrıca bu hareketi desteklemek için dünyanın dört bir yanından ileri teknoloji endüstrilerinde çalışan yetenekleri çekmeyi amaçlayan yeni politikalar da duyuruldu.

FİLİPİNLER

DİJİTAL EKONOMİSİ BÜYÜMEYİ SÜRDÜRECEK

Analistler, e-ticaret ve finansal teknoloji (fintech) sektörlerindeki büyümenin devam etmesi ve yapay zekâ teknolojilerinin benimsenmesinin artmasıyla Filipin dijital ekonomisinin bu yıl da güçlü kalmasının beklendiğini açıkladı. Filipin Kalkınma Çalışmaları Enstitüsü Kıdemli Araştırma Görevlisi John Paolo R. Rivera, "Filipin dijital ekonomisinin 2025 yılında yüzde15 ila yüzde 20'lik bir genişlemeyle sağlam bir büyümeyi sürdürmesi öngörülüyor. Ana itici güçler arasında e-ticaret, fintech ve veri merkezleri ve 5G bağlantısı gibi dijital altyapı geliştirme yer alacak. Fintech, özellikle dijital cüzdanlar ve mikro kredi platformları, bankacılık hizmetlerinden yeterince yararlanamayan nüfusa hitap edecek." dedi.

Kaynak: *Ticaret Bakanlığı*

Türkiye'nin Mart Ayı İhracatı 23,4 Milyar Dolar Oldu

Otomotiv, en çok ihracat yapan sektörler sıralamasında 3,5 milyar dolarla mart ayında da liderliğini korudu. Kimyevi maddeler 2,7 milyar dolarla ikinci, çelik ise 1,5 milyar dolarla üçüncü sırada yer aldı.



Türkiye'nin mart ayı ihracatı 23,4 milyar dolar oldu. 2025'in ilk çeyrek ihracatı 65,3 milyar dolara, 12 aylık ihracat ise 263,4 milyar dolara ulaştı. Mart ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Ankara'da açıklandı.

"TARİHİMİZİN EN YÜKSEK İKİNCİ MART AYI İHRACAT RAKAMINI ELDE ETTİK"

Toplantıda konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, kararlılıkla uyguladıkları ekonomik programın, olumlu sonuçlar vermeye devam ettiğini bildirdi. Pandemi döneminde dahi büyüme performansını sürdürmeyi başaran Türkiye ekonomisinin, 2020'de yüzde 1,9, 2021'de yüzde 11,4, 2022'de yüzde 5,5, 2023'te yüzde 5,1, 2024'te ise yüzde 3,2 oranında büyüdüğünü hatırlattı. Ticaret Bakanı Bolat, mart ayı dış ticaret verilerinin müjde niteliğinde olduğunun altını çizerek "Tarihimizin en yüksek ikinci mart ayı ihracat rakamını elde ettik, yüzde 3,2'lik artışla 23,4 milyar dolara ulaştık. İki takvim gününün kaybedilmesine rağmen bu başarıyı ihracatçılarımızla birlikte elde ettik." ifadelerini kullandı.

Mart 2025'te elde edilen 23,4 milyar doların aylık bazda cumhuriyet tarihinin en yüksek beşinci ihracatı olduğunu dikkati çeken Bolat, takvim etkisi olmasaydı bu rakamın çok daha yüksek seviyelerde olabileceğini belirtti. Bakan Bolat, son 22 ayın 13'ünde aylık ihracat rekoru kırıldığına işaret ederek, şunları kaydetti: "Cumhuriyet tarihimizin, yıllıklandırılmış en yüksek rakamına martta ulaştık. Son 12 ayda, 263,4 milyar dolar mal ihracatı gerçekleştirdik, bu da yıllıkta yüzde 2,1, toplamda ise 5,5 milyar dolar ilave artış anlamına geliyor. 28 Mart'ta 2,6 milyar dolar günlük ihracatla, Cumhuriyet tarihimizin en yüksek ikinci günlük ihracat rakamını elde ettik. Martta ithalatımız ise geçen yılın aynı ayına göre yüzde 2,3 artarak, 30,7 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu durum, uluslararası doğalgaz fiyatlarındaki yükseliş nedeniyle enerji ithalatında yaşanan artış etkisiyle oldu. Altın ve enerji hariç tutulduğunda, ithalatımız mart ayında yüzde 0,9 oranında sınırlı olarak artmıştır."

"TÜRKİYE YÜZYILI'NI HEP BİRLİKTE TİCARET YÜZYILI YAPACAĞIZ"

Bakan Bolat, ihracatçılara bu yıl 33 milyar liralık destek paketi tahsis edildiğini anımsatarak Türk Eximbank'ın sermayesinin 22 ayda 4,5 kat artırıldığını dile getirdi. İhracatçılar için kazandıkları dövizi Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasında (TCMB) bozdurma zorunluluk oranını yüzde 25'e düşürdüklerine dikkati çeken Bolat, sözlerini şöyle tamamladı: "İhracatı Geliştirme AŞ'nin (İGE) kefalet verdiği miktar 106 milyar liraya çıkarıldı. Geçtiğimiz ay İGE 36 milyar lira daha ihracatçılar için kefalet paketi tahsis etti. Bu gelişmelerle beraber Türkiye Yüzyılı'nı hep birlikte ihracat yüzyılı, ticaret yüzyılı yapacağız."

"İLK ÇEYREKTE İHRACATIMIZ 63,3 MİLYAR DOLARA ULAŞTI"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, mart ayı ile birlikte ilk çeyrek verilerinin de netleştiğini söyledi. İlk çeyreği artıda tamamlamalarına rağmen hedefin gerisinde kaldıklarını vurgulayan Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, mart ayında 23,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,2 artıdayız. 2025'in ilk çeyreğindeki ihracatımız 63,3 milyar dolara, 12 aylık ihracat ise 263,4 milyar dolara ulaştı. İlk üç aylık ihracatta yüzde 2,5, 12 aylık ihracatta 2,1 artıdayız. Mart ayında hizmet ihracatımızın 7,9 milyar dolar civarında geleceğini tahmin ediyoruz. Sektörler özelinde baktığımızda otomotiv 3,5 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi, 2,7 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1 milyar 550 milyon dolarla çelik, 1 milyar 482 milyon dolarla elektrik elektronik ve 1 milyar 417 milyon dolarla hazır giyim takip etti. İlk beşte henüz yer almamakla birlikte savunma ve havacılık sektörümüzün ihracatındaki artışının altını çizmek istiyorum. Savunma ve havacılık ihracatında Mart 2024'göre 526 milyon dolarlık artış yakaladık. Otomotivde 297, hububatta ise 88 milyon dolar artıdayız. Demir ve demir dışı metallerle, fındık ve mücevherin de aralarında bulunduğu yedi sektörümüz üç aydır artı yazıyor. Hazır giyim, makine ve halıyla birlikte altı sektörümüz ise ilk üç ayın tamamını ekside kapattı."

"İHRACAT AİLESİNE 1.141 YENİ FİRMA KATILDI"

Mustafa Gültepe, firmaların yasal merkezini baz alan TİM verilerine göre geçen ay 50 ilin ihracatını artırdığını bildirdi. En çok ihracat yapan beş ilin İstanbul, Kocaeli, Bursa, Ankara ve İzmir şeklinde sıralandığını anlatan Gültepe, "Çankırı tarihinin en yüksek ihracat değerine ulaştı. Mart'ta ilk kez ihracat yapan firma sayımız 1.141 oldu. Bu firmalarımızın ihracata katkısı 72,2 milyon dolarla sınırlı kaldı. İlk çeyrekte ihracat ailemize katılan 3 bin 275 firmamızın toplam katkısı ise 380 milyon dolara ulaştı. Geçen ay birim ihracat değerimiz 1,49 dolara yükselirken parite kaynaklı 52,2 milyon dolarlık kaybımız oldu. İlk 3 ayda parite kaynaklı kaybımız 859 milyon dolara ulaştı." diye konuştu. Geçen ay en çok ihracat yapılan ülkelerin Almanya, Birleşik Krallık, ABD, İtalya ve Fransa şeklinde sıralandığını bildiren Gültepe, 56 ülkede yüzde 50'nin, 99 ülkede yüzde 10'un üzerinde ihracat artışı kaydettiklerini söyledi.

"ABD PAZARINDA AVANTAJ İÇİN REKABETÇİLİĞİMİZİ İYİLEŞTİRMELİYİZ"

Güncel gelişmeleri de değerlendiren Gültepe, ABD Başkanı Donald Trump'ın açıkladığı yeni gümrük tarifesinde Türkiye'nin yüzde 10'la asgari vergi uygulanacak ülkeler arasında yer aldığını hatırlattı. Bu durumun Türkiye için avantaj olabileceğine dikkat çeken Gültepe, şöyle devam etti: "Asya'daki rakiplerimize göre gümrük vergilerinde avantajlı duruma geçmiş gibi görünüyoruz. Ama bizim önce rekabetçiliğimizi güçlendirmemiz gerekiyor. ABD en önemli ticaret ortaklarımızdan biri. İhracatta ikinci büyük pazarımız. 2024'te 16,3 milyar dolarlık ihracata karşılık, 16,2 milyar dolarlık ithalatımız var. 32,5 milyar dolarlık dış ticaretimizde bir denge olduğunu görüyoruz. Yeni dönemde bu dengeyi lehimize çevirmek için sektör bazında çalışmalara başladık. 2028'deki 375 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmemiz için ABD pazarındaki payımızı artırmak durumundayız. Bunu yapabilecek potansiyelimiz var. Rekabet gücümüzü yeniden kazanırsak ABD'ye ihracatta çok hızlı bir sıçrama yakalayabiliriz."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "2025'in ilk çeyreğindeki ihracatımız 63,3 milyar dolara, 12 aylık ihracat ise 263,4 milyar dolara ulaştı. Üç aylık ihracatta yüzde 2,5, 12 aylık ihracatta yüzde 2,1 artıdayız."



Prof. Dr. Ömer Bolat: "Tarihimizin en yüksek ikinci mart ayı ihracat rakamını elde ettik. İki takvim gününün kaybedilmesine rağmen bu başarıyı ihracatçılarımızla birlikte gerçekleştirdik."



Türkiye'nin Enerjide Bağımsızlık Hedefleri Çalıştayda Konuşuldu

Toplam elektrik üretiminde yenilenebilir enerjinin payını yüzde 42'ye çıkararak enerji bağımsızlığı yolunda önemli bir seviyeye ulaşan Türkiye'nin enerjideki geleceği Yenilenebilir Enerji Teknolojileri Çalıştayı'nda ele alındı.





TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "2023 yılı itibarıyla güneş enerjisi kapasitemizi 9,7, rüzgâr enerjisi kapasitemizi de 10,3 gigavata çıkardık. Bu kurulumlarda yerli üretim ve tedarik, bizim için son derece önemli."

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen Yenilenebilir Enerji Teknolojileri Çalıştayı, TİM Dış Ticaret Kompleksi Şehit Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. İTÜ Enerji Enstitüsü Müdürü ve Yenilenebilir Enerji Anabilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Adnan Midilli'nin moderatörlüğündeki çalıştayın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'nin kurulu yenilenebilir enerji kapasitesiyle dünyada 11'inci, Avrupa'da ise beşinci sırada yer aldığını bildirdi.

"YENİLENEBİLİR ENERJİ KAPASİTEMİZİ YILLIK ORTALAMA YÜZDE 16,4 ARTIRMALIYIZ"

Türkiye'nin güneş ve rüzgâr enerjisi başta olmak üzere birçok alanda büyük yatırımlarla küresel rekabet gücünü arttırdığını anlatan Gültepe, şöyle devam etti: "TİM olarak bu gelişimi desteklemek, ihracatçılarımızın önünü açmak, katma değerli ihracat kapasitemizi artırmak için iki yıl önce Yenilenebilir Enerji Teknolojileri Çalışma Grubu'nu kurduk. Yenilenebilir enerji ürünlerini ihraç edebilmek için, aynı zamanda iyi bir kullanıcı olmamız gerekiyor. Türkiye'nin yenilenebilir enerji kapasitesi 2023 yılı sonu itibarıyla 58,8 gigavat seviyesine ulaştı. Bu kapasitenin önemli bir kısmını hidroelektrik enerjisi oluşturuyor. Ülkemiz, toplam elektrik üretiminde yenilenebilir enerjinin payını yüzde 42'ye çıkararak enerji bağımsızlığı yolunda önemli bir seviyeye ulaştı. Özellikle güneş enerjisinde dikkat çekici artışlar kaydediyoruz. 2023 yılı itibarıyla güneş enerjisi kapasitemiz 9,7 gigavata ulaştı.

Bu büyüklük ülkemizin güneş enerjisinde bölgesel lider olma hedefine önemli bir katkı sağlıyor. Rüzgâr enerjisi kapasitemizi de 2023 yılı itibarıyla 10,3 gigavata çıkardık. Bu kurulumlarda yerli üretim ve tedarik, bizim için son derece önemli. Çünkü bu teknolojileri hem ülkemizde kullanıp, hem de dünyanın dört bir köşesine ihraç etmek istiyoruz. Bu anlamda başarılı bir grafik çizdiğimizi söyleyebilirim. Ancak, küresel hedeflere ulaşmak için daha fazla çaba sarf etmemiz gerektiğinin bilincindeyiz. Dünyada 2030'a kadar yenilenebilir enerji kapasitesinin üç katına çıkarılması hedefleniyor. Bizim de bu hedef kapsamında yenilenebilir enerji kapasitemizi yıllık ortalama yüzde 16,4 artırmamız gerekiyor. Bu gerçekten hareketle düzenlediğimiz çalıştayımızda sektör temsilcileri ve ekosistem paydaşlarımızla yol haritamızı belirleyeceğiz."

"YENİLENEBİLİR ENERJİNİN BÜYÜKLÜĞÜ 1,2 TRİLYON DOLAR"

TİM Başkan Vekili ve Yenilenebilir Enerji Teknolojileri Çalışma Grubu Başkanı Çetin Tecdelioğlu konuşmasında, sanayiyi geliştirmek ve özellikle katma değerli ihracatı artırmak için yenilenebilir enerji konusunu büyük bir ciddiyetle ele almak zorunda olduklarını vurguladı. Tecdelioğlu, "2023'te yenilenebilir enerjinin büyüklüğü 1,2 trilyon dolara ulaşmış bulunuyor. Bu büyük pastadan Türkiye, yüzde 1,5 gibi çok küçük pay alıyor. 2023'te pazarın büyüklüğünün 2,5 trilyon dolara ulaşması bekleniyor. Bu tarihe kadar ülkemizin alüminyumunu, bakırını, paslanmazını, kimyasal grubunu birçok başlıktaki mevcut kaynaklarımızla dünyanın beklentilerini karşılayacak hâle getirip katma değerli ihracatımızı artırabiliriz. İşte bu hedef doğrultusunda farkındalığı artırmak için buradayız." dedi.

İş dünyasının hayatına son dönemde Yeşil Taksonomi diye bir kavram girdiğini belirten Tecdelioğlu, şöyle devam etti: "Bu kavramı önümüzdeki dönemde çok duyacağız. Taksonomi nedir, bizi nasıl etkileyecek? Geçtiğimiz günlerde Taksonomi Yönetmeliği yayımlandı. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, firmaların yaptığı sürdürülebilirlik raporlarını bu yönetmelik çerçevesinde çizilen kriterleri taşıyorsa kabul edecek. Yani Taksonomi Yönetmeliği sürdürülebilirlik raporlarının Bakanlık tarafından belirlenmiş reçetesi olacak. 2027 yılından itibaren SPK'ya kayıtlı, Bankacılık Kanunu kapsamındaki işletmeler tüm sigortacılık işletmeleri, bireysel emeklilik şirketleri ile birçok kurum ve kuruluş artık taksonomiyi mecbur hâle getirecek."

> Dünyada 2030'a kadar yenilenebilir enerji kapasitesinin üç katına çıkarılması hedefleniyor. Türkiye'nin ise bu hedef kapsamında yenilenebilir enerji kapasitesini yıllık ortalama yüzde 16,4 artırması gerekiyor.

"STRATEJİK OTONOMİ İÇİN ENERJİ BAĞIMSIZLIĞI KRİTİK"

Prof. Dr. Kerem Alkin, jeopolitik risklerin ülkeleri enerji başta olmak üzere kritik sektörlerde ve alanlarda kendi kendine yeterli hâle gelme arzusunu artırdığını söyledi. "Stratejik Otonomi" olarak adlandırılan bu arayışta enerjinin en kritik başlıklardan biri olduğunu vurgulayan Alkin, "Türkiye başta olmak üzere bütün ülkeler enerjide bağımsızlığı stratejik bir konu olarak ele almak zorundalar." diye konuştu.

TİM Başkan Vekili ve Yenilenebilir Enerji Teknolojileri Çalışma Grubu Başkanı Çetin Tecdelioğlu: "2023'te yenilenebilir enerjinin büyüklüğü 1,2 trilyon dolara ulaşırken Türkiye, bu büyük pastadan yüzde 1,5 gibi çok küçük pay alıyor."



TİM Tarım Kurulu Toplantısı'nda Sektörün Geleceği Değerlendirildi



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen TİM Tarım Kurulu Toplantısı, İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Salonu'nda gerçekleştirildi. Toplantıya, TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, Tarım ve Orman Bakan Yardımcısı Dr. Ahmet Bağcı ve TİM Tarım Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu ile İhracatçı Birlik Başkanları katıldı.

Toplantıda, tarımsal üretim ve ihracat alanındaki mevcut sorunlar detaylı bir şekilde ele alınarak, sektörün geleceğine yönelik stratejiler masaya yatırıldı. Katılımcılar, tarım ürünlerinin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmak, ihracatçıların önündeki engelleri kaldırmak ve sektörde sürdürülebilir bir büyümeyi sağlamak amacıyla görüş alışverişinde bulundu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "2028'de 50 milyar dolarlık tarım ürünleri ihracatı hedefimizi yakalayabilmemiz için tarımsal desteklerin artırılması ve çeşitlendirilmesi büyük önem taşıyor."



"MEVCUT TARIM ALANLARIMIZDA VERİMLİLİĞİ ARTIRMALIYIZ"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, toplantıda yaptığı konuşmada, tarımsal üretim ve güvenli gıdaya erişimin stratejik bir konu olduğuna dikkat çekerek, Türkiye'nin bu alanda uzun yıllara dayanan birikime, zengin bir ürün çeşitliliğine ve ileri teknolojili sanayi altyapısına sahip olduğunu belirtti. Gültepe, "Bu avantajlarımızı ülkemiz için fırsata dönüştürebiliriz. Ancak mevcut tarım alanlarımızda verimliliği artırmak durumundayız. Bunun yanı sıra sürdürülebilir üretime odaklanmalı, dijital kapasitemizi artırmalı ve işlenmiş ürünlerle katma değeri yüksek ihracata yönelmeliyiz. Ayrıca, tarımsal ürünlerde marka oluşturmamız önem arz ediyor." dedi.

TİM olarak 2024'te gerçekleştirilen Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Toplantısı'nda Tarım ve Orman Bakanı'nın da katılımıyla önemli konuları ele aldıklarını belirten Gültepe, "Tarımsal ve hayvansal üretimde sürdürülebilirlik, AB'ye yönelik ihracatta uygulanan kontenjanlar, tarım ürünleri maliyetlerinin rekabetçiliği ve ürün güvenliğinin geliştirilmesi gibi konular gündeme geldi. Bugün de Bakan Yardımcılarımızla bu başlıkları daha da derinleştirme arzusundayız. 2028'de 50 milyar dolarlık tarım ürünleri ihracatı hedefimizi yakalayabilmemiz için tarımsal desteklerin artırılması ve çeşitlendirilmesi büyük önem taşıyor." diye konuştu.

"TARIMIN İHRACAT KAPASİTESİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK ADIMLAR ATIYORUZ"

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, tarım sektörünün Türkiye ekonomisindeki önemine vurgu yaparak, üreticilerin ve ihracatçıların küresel rekabet gücünü artırmak için yoğun bir çaba sarf ettiklerini belirtti. Ağar, "Tarım sektörü ülkemizin temel taşlarından biri. Üreticilerimiz ve ihracatçılarımız, Türk tarımını daha güçlü bir konuma taşımak için büyük bir özveriyle çalışıyor. Bakanlık olarak, Tarım ve Orman Bakanlığımız başta olmak üzere ilgili tüm kurumlarla iş birliği içinde, ihracat kapasitesini artırmaya yönelik adımlar atıyoruz." dedi.

Türkiye'nin genel ihracat rakamlarına değinen Ağar, 2024 yılında toplam ihracatın 261,8 milyar dolar olarak gerçekleştiğini, tarım ürünleri ihracatının ise bir önceki yıla göre yüzde 5,42 artış göstererek 32,5 milyar dolara ulaştığını açıkladı. Sektörel bazda da dikkat çeken rakamlar elde edildiğini belirten Ağar, "Meyve ve sebze mamulleri ihracatımız 4,1 milyar dolar, sebze ihracatımız 3,5 milyar dolar, fındık ve fındık



mamulleri ihracatımız 2,6 milyar dolar, su ürünleri ihracatımız ise yaklaşık 2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu başarının arkasındaki tüm ihracatçılarımıza gönülden teşekkür ediyorum." ifadelerini kullandı.

"GATE PROJESİ, DÜNYA TARIM TİCARETİNE AÇILAN STRATEJİK BİR KAPI"

Ticaret Bakan Yardımcısı Ağar, küresel ticarette değişen dinamiklerin Türk tarım ürünleri ihracatına etkilerine de dikkat çekerek, "Son yıllarda hızla değişen korumacı politikalar ve küresel belirsizlikler, ihracatçılarımız açısından zorluklar yaratıyor. ABD'nin uyguladığı ve gelecekte uygulayabileceği politikalar dünya ticaretinde belirsizlikler oluşturuyor. Bakanlık olarak, bu süreçleri yakından takip ediyor ve ihracatçılarımızın karşılaşabileceği zorlukları fırsata çevirmek için çalışıyoruz." dedi.

Tarım ve gıda sektöründe ihracatı artırmak için geliştirilen stratejik projelere değinen Ağar, 15 Ocak 2025'te açıklanan "İhracatta 2025 Yılı Eylem Planı" kapsamında yer alan ve teknik engelleri aşmayı hedefleyen Gıda ve Tarım İhracatındaki Teknik Engellerin Aşılması (GATE) Projesi'nin büyük önem taşıdığını belirtti.

Ağar, "GATE projesini, dünya tarım ticaretine açılan stratejik bir kapı olarak görüyoruz. 2025 yılı içerisinde öncelikli olarak belirlediğimiz beş ürün için hedef pazar ülkelerle ihracat süreçlerini kolaylaştıracağız. Tarım ve Orman Bakanlığımız ile iş birliği içinde, tarım ürünlerimizin ihracat önündeki en büyük engellerden biri olan Sağlık ve Bitki Sağlığı Önlemleri (SPS) ve teknik engelleri aşarak, dış pazarlarda daha güçlü bir yer edinmesini sağlayacağız." dedi.

Ticaret Bakan Yardımcısı Ağar, Türkiye'nin tarım ihracatında sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için çalışmaların hız kesmeden devam edeceğini belirterek, tüm paydaşlarla birlikte sektörün rekabet gücünü artırmaya yönelik adımlar atmaya devam edeceklerini vurguladı.

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar: "Hem verimliliği artırmak hem de girdilerin doğru kullanımını sağlamak için tarımda teknoloji konusuna odaklanacağız."



2024 yılında tarım ürünleri ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 5,42 artış göstererek 32,5 milyar dolara ulaştı. Sektörel bazda meyve ve sebze mamulleri 4,1 milyar dolar, fındık ve fındık mamulleri 2,6 milyar dolar, su ürünleri ise yaklaşık 2 milyar dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirdi.

"TARIMDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN TEKNOLOJİYİ ETKİN KULLANACAĞIZ"

Tarım sektöründe 2025 yılı için önemli hedefler belirlediklerini söyleyen Tarım ve Orman Bakan Yardımcısı Dr. Ahmet Bağcı, üreticilerin haklarını korumak adına yoğun çaba gösterdiklerini vurgulayarak, "2024 yılı bizim ve üreticiler için zor geçti. Ancak tarımsal gayri safi yurt dışı hasıla, ülke gayri safi yurt dışı hasıladan daha yüksek bir artış gösterdi. Tarımsal ihracatımız ise yüzde 5'e yakın bir artış gösterdi." dedi.

Bakanlığın iki ana hedefinin gıda arz güvenliği ve gıda güvenilirliği olduğunu belirten Bağcı, zaman zaman bu konuların ihracat ve dış ticaret rejimi açısından zorluklar yarattığını ifade etti. 2025 yılı içinde tarım diplomasisinin önemine vurgu yapan Bağcı, "Gıda ihracatı bir ülkeye giriş kapısıdır. Tarımın ardından diğer sektörlerin de ihracat potansiyeli artar. Bu farkındalığı güçlendirmek için çeşitli programlar düzenleyeceğiz." ifadelerini kullandı.

Bağcı, tarımda sürdürülebilirliğin sağlanması için en önemli çözüm yolunun teknolojiyi etkin kullanmak olduğunun altını çizerek, "Hem verimliliği artırmak hem de girdilerin doğru kullanımını sağlamak için bu alana odaklanacağız." şeklinde konuştu.

"PROAKTİF ÖNLEMLER ALARAK GELİŞMELERE HIZLI ADAPTE OLMALIYIZ"

TİM Tarım Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu ise sektörün ihracattan üretime, regülasyonlardan teşvik mekanizmalarına kadar daha güçlü hâle gelmesi için yürütülen çalışmaların çok değerli olduğuna vurgu yaparak, "Bizler sadece ihracat yapmıyor, aynı zamanda halkımız için üretiyoruz. Amacımız en iyi kaliteyi en iyi fiyatla sofralarımıza getirmek ve fazlasıyla da katma değeri yüksek ürünler üretip ihraç ederek ülkemize net döviz girdisi sağlamaktır." şeklinde konuştu.

Mutlu, Tarım ve Orman Bakanlığının üreticilerin desteklenmesi, tarım politikalarının sürdürülebilirliği ve sektörün gelişimi adına yürüttüğü çalışmaların önemine dikkat çekerek, "Bu kapsamda, bu yıl düzenlenen 4. Tarım Şurası'na TİM Tarım Kurulu Başkanlarımızın katılması sektörün geleceği adına kritik bir adımdır. Bu süreçte sağlanan destek ve iş birliği için Bakan Yardımcımız Sayın Ahmet Bağcı'ya teşekkür ederim." diye konuştu.

TİM olarak sektörün gelişimini yakından takip ettiklerini belirten Mutlu, "TİM Tarım Bültenleri, aylık raporlar ve sektör toplantıları ile güncel verileri paylaşmayı sürdüreceğiz. Bugün detayları sunulacak olan GATE Projesi, Ticaret ve Tarım Bakanlıklarımızla yürüttüğümüz güçlü iş birliğinin somut bir örneğidir. Bu proje kapsamında, ülkeler ve sektörler bazında problemler tespit edilerek tarım sektörümüzün güçlendirilmesi hedeflenmektedir." ifadelerini kullandı. Hedeflerinin 2027 yılına kadar Türkiye'nin tarımsal üretimini ve ihracatını artırarak döviz girdisini güçlendirmek ve cari açığı yönetilebilir seviyeye getirmek olduğunu belirten Mutlu, "Tarım sektöründe proaktif önlemler alarak gelişmelere hızlı adapte olmalıyız." dedi.

TİM Tarım Kurulu Başkanı Melisa Tokgöz Mutlu: "Amacımız en iyi kaliteyi en iyi fiyatla sofralarımıza getirmek ve fazlasıyla da katma değeri yüksek ürünler üretip ihraç ederek ülkemize net döviz girdisi sağlamaktır."



İşCep
İhracat Bedeli Kabul Belgesi (İBKB) işlemleri şimdi İşCep Ticari'de!
İBKB İşlemleri ile gelen ihracat bedellerinizi İşCep Ticari'den kolayca eşleştirebilir, oluşturduğunuz İBKB'lerinizi görüntüleyebilir, yazdırabilir ve paylaşabilirsiniz.
Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr
İşCep'ten keşfet

Bulgaristan ile Ticarette Yeni Hedef 10 Milyar Dolar

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından Bulgaristan'ın başkenti Sofya'da düzenlenen ticaret heyeti programında Türk ihracatçıları, Bulgar iş dünyası temsilcileriyle bir araya gelerek, 350'den fazla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi.



Türkiye'nin Bulgaristan'a ihracatını artırmak ve yeni yatırım imkânları oluşturmak amacıyla düzenlenen Türkiye-Bulgaristan Ticaret Heyeti ve B2B Görüşmeleri etkinliği, Sofya'da gerçekleştirildi. Ticaret Bakanlığının koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Bulgar-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (BULTİŞAD) iş birliğiyle düzenlenen etkinlikte, Türk ve Bulgar firma temsilcileri ikili iş görüşmelerinde bulunmak için bir araya geldi.

Programın açılış törenine Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Bulgaristan Ekonomi ve Sanayi Bakanı Petar Dilov, Türkiye'nin Sofya Büyükelçisi Mehmet Sait Uyanık, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe, Bulgar-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Burhan Nemutlu ve Bulgaristan Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Tsvetan Simeonov katıldı.

Ticaret Bakanı Prof.Dr. Ömer Bolat: "İki ülkedeki insanlarımızın azimli çalışmalarıyla, ekonomik ve ticari ilişkilerimizde güzel neticeler almaya devam edeceğimizden şüphe duymuyorum."



"İŞ İNSANLARIMIZ, BU İLİŞKİNİN EN ÖNEMLİ YAPI TAŞLARINDAN BİRİDİR"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, etkinlikte yaptığı konuşmada, Türkiye ve Bulgaristan'ın yalnızca komşu değil, aynı zamanda güçlü ekonomik ve ticari bağlara sahip iki dost ülke olduğunu vurguladı. Ticaret, yatırım, turizm ve enerji gibi birçok alanda iş birliğinin giderek derinleştiğini belirten Bolat, "İş insanlarımız, bu ilişkinin en önemli yapı taşlarından biridir. İki ülke arasındaki ekonomik köprüleri inşa eden, istihdam yaratan, yenilikçi projeleri hayata geçiren siz değerli girişimciler, bu dostluğun en büyük güvencesisiniz." dedi.

İki ülke arasındaki mevcut iş birliği fırsatlarını artırmanın, ikili ticaret hacmini genişletmenin ve ortak projeler yürütmenin en önemli amaçları olduğunu ifade eden Bolat, "Bu kapsamda, Türkiye, güçlü ve dinamik bir ticaret heyetiyle burada. Bu heyetin Bulgaristan ile ticari ilişkilerimizi perçinleyecek ve her alanda ileriye taşıyacak bir adım olacağına inanıyoruz." diye konuştu.

> Etkinlikte, ticaretin ve yatırımların daha da teşvik edilmesi için sürücüler, iş insanları ve teknik uzmanlar için vize kolaylığı sağlanmasının gerekliliği konusunda mutabakata varıldı.

"İKİ ÜLKE ARASINDAKİ SİNERJİ TÜM BÖLGEYE EKONOMİK FAYDA SAĞLIYOR"

Türkiye'nin Bulgaristan'ın en önemli ticaret ortaklarından biri olduğunu, 2024 itibarıyla iki ülke arasındaki ticaret hacminin 7,8 milyar dolara ulaştığını, yatırımlar ve ortak projeler ile her geçen gün büyüdüğünü söyleyen Bolat, "Türk ve Bulgar iş dünyası arasındaki sinerji, sadece iki ülkeye değil, tüm bölgeye ekonomik fayda sağlıyor." ifadesini kullandı.

Özellikle enerji, lojistik, otomotiv, maden ve metaller, tarım gibi sektörlerde iş birliği potansiyelinin çok yüksek olduğunu ifade eden Bolat, şunları kaydetti: "Bulgaristan, Avrupa'ya açılan kapımız; Türkiye ise Bulgar iş dünyasının Asya, Orta Doğu ve Afrika pazarlarına erişimini sağlayan stratejik bir ortaktır. Bu bağlamda, karşılıklı yatırımlarımızı artırarak her iki ülkenin ekonomisini güçlendirmek ortak hedefimizdir. İki ülkenin güçlü iş birliği iradesi ve iş insanlarımızın azimli çalışmaları bir araya geldiğinde, ekonomik ve ticari ilişkilerimizde güzel neticeler almaya devam edeceğimizden şüphe duymuyorum. Bu etkinliğin, iki ülke arasındaki olumlu diyaloğu bir adım daha ileriye taşıyacağına yürekten inanıyorum."

"SON 10 YILDA BULGARİSTAN'A İHRACATIMIZ ARTIŞ TRENDİNDE"

Törenin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Bulgaristan'ın tarih boyunca küresel ticaretteki önemini koruduğunu belirterek, Sofya'nın İpek Yolu'nu Avrupa'ya bağlayan geçiş noktası, Tuna Nehri havzası ve Karadeniz limanlarıyla ticarette kritik bir rol oynadığını vurguladı.

Yeni iş birliklerinin temelini atmak amacıyla farklı sektörlerden 21 firma ile Bulgaristan'da bulunduklarını ifade eden Gültepe, Bulgaristan'ın Türkiye'nin en önemli ticaret ortaklarından biri olduğuna dikkat çekti. Gültepe, "2024 yılında ikili ticaret hacmimiz 8 milyar dolara yaklaştı. Geçen yıl yaklaşık 12 bin firmamız Bulgaristan'a ihracat yaptı. Son 10 yıla baktığımızda, Bulgaristan'a ihracatımızın genel olarak artış trendinde olduğunu görüyoruz. Ancak bazı yıllar arzu ettiğimiz performansın gerisinde kaldığımızı söylemek durumundayım. Bu nedenle ikili ticaretimizi istikrara kavuşturmak öncelikli hedefimiz olmalı." şeklinde konuştu.

"KÜRESEL TİCARETTE HER ZAMAN SAĞLAM VE İSTİKRARLI KOMŞULARA İHTİYAÇ VAR"

Bulgaristan'ın Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 13. ülke olduğunu belirten Gültepe, 2024'te 5,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildiğini ve en çok ihracat yapılan sektörlerin demir ve demir dışı metaller, kimya ve maden olduğunu aktardı. "Bu dönemde 16 sektörümüz Bulgaristan'a ihracatını artırmayı başardı. Tüm sektörlerimizin başarılarını bu yıl da devam ettirmesini arzu ediyoruz." dedi.

İstikrarlı ve güçlü ticari ilişkilerin önemine vurgu yapan Gültepe, "Küresel ticarette her zaman sağlam ve istikrarlı komşulara ihtiyaç var. Bu anlamda, dost ve komşu ülkemiz Bulgaristan'la ilişkilerimizin gelişmesi elbette önemli. Karşılıklı kazanç sağlayarak ülkelerimizin refahını temin edecek ticari ilişkilerimizi geliştirme imkânını iyi değerlendirmemiz gerekiyor." diyerek sözlerini tamamladı.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Karşılıklı kazanç sağlayarak ülkelerimizin refahını temin edecek ticari ilişkilerimizi geliştirme imkânını iyi değerlendirmemiz gerekiyor."



Kadın Girişimcilere 94,5 milyon TL'lik Finansman Sağlandı

Bir yıl önce "Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Güçlü Türkiye" sloganıyla başlatılan TİM WINGS Projesi kapsamında 29 firma, TSE-K 645 Kadın Girişimci Belgelendirme Kriterini almaya hak kazandı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), geçen yıl 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde kamuoyuyla paylaştığı TİM WINGS Projesi ile kadın girişimcilerin finansman kapasitesini güçlendirmeye devam ediyor. Proje kapsamında kadın girişimcilere bir yılda 94,5 milyon liralık uygun maliyetli finasman desteği sağlandı.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, kadınların erkeklerle eşit koşullarda hayatın her alanında sorumluluk üstlenmediği toplumların küresel yarışta öne geçme şansı bulunmadığının altını çizdi. Türkiye'de kadınların üretimden ihracata girişimcilik ekosisteminde yer almalarını arzu ettiklerini vurgulayan Gültepe, şöyle devam etti: "İşte bu bilinçle, bir yıl önce, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde TİM WINGS projemizi başlattık. 'Güçlü Kadın, Güçlü İhracat, Güçlü Türkiye' sloganıyla çıktığımız yolculukta TSE ile iş birliği yaparak 'TSE-K 645 Kadın Girişimci Belgelendirme Kriteri'ni oluşturduk. Bu kriter, kadın girişimciliğinin net tanımlarla çerçevesini belirlemeyi ve kadınların iş dünyasında daha fazla söz sahibi olmasını amaçlıyor. Bir yılda 29 firmamız belgeyi almaya hak kazandı. Yıl sonuna kadar bu sayının 100'e ulaşmasını hedefliyoruz. Belgeye sahip üç firma Türk Eximbank'tan toplam 14,1 milyon liralık kredi kullandı. İGE AŞ de belge sahibi 11 firmaya, toplamda 80,4 milyon lira tutarında öz kaynak ve hazine destekli finansman sağladı. Böylece bir yılda kullandırılan finansman hacmi toplamda 94,5 milyon liraya ulaştı. Proje başlandığında İGE kefalet desteğine erişim sağlanan banka sayısı da dörtten sekize yükseldi. Böylece daha fazla kadın girişimci, uygun şartlarda finansmana ulaşma imkânına sahip oldu."

"TİM TARİHİNDE İLK KEZ KADIN UR-GE PROJESİ BAŞLATTIK"

Mustafa Gültepe, kadın girişimcilerin sadece finansal desteklerle değil, aynı zamanda eğitim ve danışmanlık programlarıyla da güçlenmesini istediklerini belirtti. Akbank ile iş birliği yaparak "İhracatta Sınırları Aş" mottosuyla eğitim programı başlattıklarını bildiren Gültepe, sözlerini şöyle tamamladı: "Gaziantep, İzmir, Bursa, Ankara, İstanbul ve Antalya'da gerçekleştirdiğimiz eğitimlere 600'ü aşkın katılım oldu. Bu eğitimler sayesinde kadın girişimcilerimiz ihracatta rekabet gücünü artırmak için bilgi ve becerilerini geliştirdi. Bununla da yetinmedik. Kadın ihracatçılarımızı uluslararası arenada güçlendirmek için TİM tarihinde ilk defa tekstil ve hazır giyim sektörlerine odaklanan bir kadın UR-GE projesi başlattık. Ticaret Bakanlığı tarafından destek kapsamına alınan projeyle 29 kadın ihracatçımızın ihtiyaç analizi, eğitim ve danışmanlık, yurt dışı pazarlama ve tanıtım faaliyetleri gibi kapsamlı desteklerle uluslararası rekabet güçlerini artıracağız."



ABD'NİN YENİ İTHALAT VERGİLERİ VE VERGİLERİN BEŞ ETKİSİ



CAN FUAT GÜRLESEL

185 ülkeye ilave vergi uygulamasına geçen ABD, tüm ülkeler için ayrı hesaplanan ilave vergi oranlarını belirledi. Yüzde 10 ithalat vergisi uygulanan Türkiye, daha yüksek vergilerin getirildiği ülkeler karşısında ABD pazarında avantaj elde edecek.

Amerika Birleşik Devletleri (ABD) yeni yönetimi, 2 Nisan tarihinden itibaren geçerli olmak üzere ithalatta ilave vergiler uygulamaya başladı. Yeni yönetim, seçimler öncesi vadettiği üzere tüm ülkelere yönelik olarak karşılıklı ilave ithalat vergileri getirdi. Tüm ülkeler için ayrı hesaplanan ilave vergi oranları belirlendi. ABD, mevcut Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları çerçevesinde zaten gümrük vergileri uyguluyordu. İlave vergiler mevcut vergilerin üzerine eklenmek üzere uygulamaya başlandı ve 185 ülkeye ilave vergi uygulamasına geçildi. Ayrıca çelik, alüminyum ve bakırlar ile otomotiv ana ve yan sanayi için de sektör bazlı yüzde 25 ilave ithalat vergisi getirildi. ABD'nin vergi uyguladığı ülkeler de muhtemelen ABD'ye karşı ilave vergiler uygulayacaktır. Bu çerçevede ABD'nin uygulamaya başladığı ilave ithalat vergilerinin beş alanda önemli etkileri olacaktır.

ÇOK TARAFLI VE KURALLI KÜRESEL TİCARET SONA ERİYOR

İkinci dünya savaşından sonra kurulan ekonomik sistem içinde ticaretin çok taraflı ve kurallı hâle getirilmesi, ticari engellerin kademeli olarak kaldırılması ve adil bir rekabet ortamının oluşturulması da hedeflenmiştir. Bu amaçla 1948 yılında başlayan çok taraflı ticaret görüşmeleri, 2005 yılında dünya ticaretinde serbesti ile önemli bir hedefe ulaşmıştır. DTÖ serbest ticaretin uygulanmasında düzenleyici ve hakem rolü üstlenmiştir. 2005 yılında sağlanan serbesti ile küresel ticaret yıllık ortalama yüzde 10'un üzerinde büyüme göstermiştir. 2005 sonrasında yaşanan 2008 küresel kriz, pandemi krizi ve savaşlara rağmen serbest ticaret sistemi çalışmıştır.

ABD yönetimi, uygulamaya başladığı ilave gümrük vergileri ile serbest, kurallı ve çok taraflı ticaret sistemine adeta son vermiş (veya ara vermiş) bulunmaktadır. ABD, 185 ülkeye ilave ithalat vergileri uygulamaya başladı. ABD'nin bu uygulamasına karşın diğer ülkeler de ABD'ye karşı ilave vergiler uygulayabilecek. Nitekim Çin, 10 Nisan'dan itibaren geçerli olmak üzere ABD'den ithalatı yapılan mallara yüzde 34 ilave vergi getirdi. Başta Avrupa Birliği, Kanada ve Meksika olmak üzere diğer ülkeler de ABD'ye karşı ilave vergiler getirme hazırlığında. Ülkelerin karşılıklı olarak uygulayacakları ithalat vergileri küresel ticarette tedarik zincirlerinin kırılmasına ve ticaretin daralmasına yol açacak. Böylece küresel ticaret, dünya ekonomisinin büyüme dinamiği olmaktan uzaklaşacaktır.

DÜNYA EKONOMİSİNDE ENDİŞE HÂKİM

Dünya ekonomisi 2020 yılından sonra önemli bir dalgalanma göstermektedir. 2020 yılında yaşanan salgın ile daralan dünya ekonomisi 2021 yılında geri dönüş ile hızlı büyümüş, 2022 yılında da kısmen yüksek hızlı büyüme gerçekleşmiştir. 2022 başında başlayan Rusya-Ukrayna savaşının yarattığı küresel enflasyon karşısında uygulanmaya başlanan sıkı para politikaları ve özellikle gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan yaşam maliyeti krizi ile dünya ekonomisi 2023 ve 2024 yıllarında yüzde 3'ün altında büyümüştür. Enflasyonun yavaşladığı ve sıkı para politikalarının kademeli olarak gevşeyeceği 2025 yılında küresel ekonomide toparlanmanın başlaması beklenirken bu kez ithalat vergileriyle ortaya çıkan koşullar sonucu dünya ekonomisinde yavaşlama ve resesyon olasılıkları belirmiştir. İthalat vergilerinin öncelikle ABD ekonomisini yavaşlatacağı tahmin edilmektedir. Ardından dış ticaret fazlası veren ve ekonomik büyülemeleri ihracata dayalı olan AB ülkeleri ile Çin başta olmak üzere, Japonya, Güney Kore, Vietnam, Hindistan ve diğer Asya ülkelerinde ABD'ye olan ihracatın azalacağı varsayımıyla ekonomik büyümelerin yavaşlaması beklenmektedir.

ABD'nin uygulamaya başladığı vergilerin ve diğer ülkelerin buna katılması hâlinde dünya ekonomisi için ortaya çıkan bir diğer risk enflasyonun yeniden artış eğilimine girmesidir. Öncelikle ABD'de 2025 yılında daha yüksek bir enflasyon yaşanacaktır. Diğer ülkelerde de karşıt vergi uygulamalarına göre enflasyonların daha yüksek geçekleşmesi olasıdır.

PARA POLİTİKALARI İÇİN FARKLI BEKLENTİLER

2025 yılında para politikaları için ana senaryo enflasyondaki düşüşün sürmesi ve ekonomilerin kademeli olarak toparlanması varsayımına bağlı kademeli faiz indirimleri yapılması ve sıkı para politikalarının normalleşmeye başlamasıydı. Ancak ABD'nin başlattığı ticaret savaşları sonucu para politikaları için farklı senaryolar ortaya çıkmaya başladı. Ticaret savaşlarının olası yavaşlama/resesyon etkileri ile enflasyon etkileri önceliklendirilerek farklı beklentiler oluşuyor. Buna göre finansal piyasalar, ilk olarak ABD Merkez Bankasının olası resesyon riski karşısında 2025 yılında 4-5 faiz indirimi yapabileceğini fiyatlamaktadır. Ticaret savaşlarının enflasyonist etkisi düşünüldüğünde ise ABD Merkez Bankası, 2025 yılında ilave 1 veya 2 faiz indirimi yapabilecek. Bu iki senaryo içinden ikincisi daha ağır bastığından ABD Merkez Bankası, enflasyon riskine öncelik verecektir.

TİCARET SAPMALARI VE YENİ TİCARET İSTİLALARI

Uygulanan ilave ithalat vergileri, ticarette sapmalara ve yeni istilalara yol açacaktır. Asya ülkeleri, ABD pazarında zorlanacak ve başta AB pazarı olmak üzere diğer pazarlarda agresif bir ticaret politikası izleyecektir. Yine Asya başta olmak üzere ABD pazarında zorlanacak ülkeler alternatif pazarlara yönelecektir. Çin ve Hindistan ile diğer ihracatçı ülkelerin alternatif pazarlarda uygulayacakları agresif ticaret politikaları rekabeti de daha da artıracaktır. Alternatif pazarlarda yoğun bir fiyat rekabeti oluşacaktır. Alternatif pazarlar karşılaşacakları agresif ihracat girişimleri karşısında başta Çin ve Hindistan olmak üzere üçüncü ülkelere ilave vergiler uygulayabilecektir. Böylesi bir durum ticaret savaşlarını yatay olarak da genişletecektir.

TÜRKİYE İÇİN FIRSATLAR VE RİSKLER VAR

ABD, Türkiye'ye dönük ilave yüzde 10 ithalat vergisi uygulayacak. Türkiye, ABD'nin çok daha yüksek vergiler uygulayacağı, Çin, Vietnam, Hindistan, Kamboçya, Endonezya, Bangladeş ve Tayland gibi ülkeler karşısında ABD pazarında avantaj elde edecektir. Türkiye, bu ülkelerin ABD'ye ihracatındaki birçok ürün için alternatif tedarikçi ülke olacak.

Türkiye için en önemli risk ise ABD pazarında zorlanacak olan ülkelerin, başta AB pazarımız olmak üzere ihracatta agresif politikalar uygulamaları olacaktır. Bu ülkeler Türkiye pazarına da agresif giriş yapacaktır. Çin, Hindistan, Vietnam ve Endonezya en tehlikeli ülkeler olacaktır. Türkiye, ihtisas gümrükleri, standartlar, EGS koşulları ile en son olarak ilave ithalat vergileri önlemlerini kullanarak yeni ticaret istilalarına karşı üreticileri koruyabilmelidir.

YAZARIN NOTU

Ülkelerin karşılıklı olarak uygulayacakları ithalat vergileri küresel ticarette tedarik zincirlerinin kırılmasına ve ticaretin daralmasına yol açacak. Böylece küresel ticaret, dünya ekonomisinin büyüme dinamiği olmaktan uzaklaşacak.

Sanayide Kalıcı Rekabetin Anahtarı
Dijital Dönüşüm



Geçmişte buhar ve elektrikle başlayan dönüşüm, bugün dijital teknolojilerle yepyeni bir çağa kapı aralıyor. Değişen pazar dinamikleri ve rekabetçi piyasa koşullarında önemi giderek artan dijital teknolojiler, üretimin sınırlarını genişletirken rekabeti ve verimliliği en üst seviyeye taşıyor.

Üretim biçimlerinin değişimi, her yeni dönemde toplumları ve ekonomileri kökten etkiledi. 18. yüzyılın sonlarında su ve buhar gücünün üretime entegre edilmesiyle başlayan ilk Sanayi Devriminden bu güne çok şey değişti. Buharlı makineler, el işçiliğine dayalı üretimi geride bırakarak fabrikalaşmanın önünü açtı. Elektriğin üretime dâhil olmasıyla sanayide ikinci büyük dönüşüm yaşandı ve iş bölümü, verimlilik anlayışını yeniden şekillendirerek sanayinin, kitlesel üretimin merkezi hâline gelmesini sağladı.

Sanayi, tıpkı geçmişte olduğu gibi bugün de değişen koşullara uyum sağlayarak gelişmeye devam ediyor. Geçmişte buhar ve elektrikle başlayan dönüşüm, bugün dijital teknolojilerle yepyeni bir çağa kapı aralıyor. Bu kez dönüşümün merkezinde yapay zekâ ve makine öğrenim teknolojileri yer alıyor. Dijital teknolojilerin sanayiye entegrasyonu, üretimin sınırlarını genişletirken rekabeti ve verimliliği en üst seviyeye taşıyor.

Dijital teknolojiler, yapay zekâ, büyük veri analitiği ve nesnelerin interneti gibi yenilikler sanayiye yeni bir boyut kazandırıyor. Artık fabrikalar yalnızca üretim yapan tesisler değil, akıllı sistemlerle yönetilen, sürekli veri analiz eden ve kendini optimize eden yapılar hâline geliyor. Siber-fiziksel sistemler, makinelerin birbirleriyle iletişim kurarak daha etkin çalışmasını sağlıyor.

ESNEK VE VERİMLİ ÜRETİM SÜRECİ VADEDİYOR

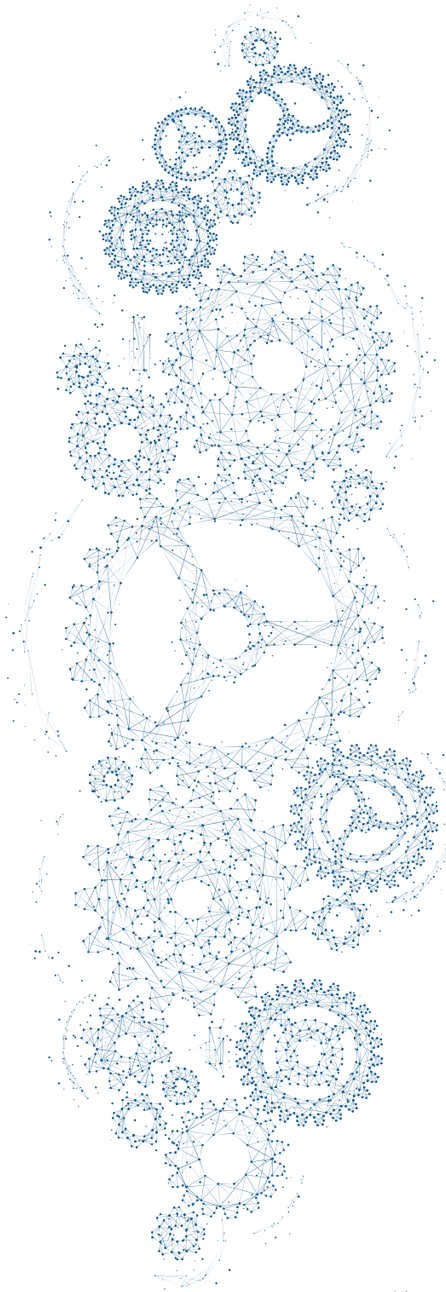
Yapay zekâ ve makine öğrenimi, sanayi sektöründe üretim süreçlerinden tedarik zinciri yönetimine, kalite kontrolden müşteri ilişkilerine kadar geniş bir yelpazede kullanılıyor ve verimliliği artırmanın yanı sıra maliyetleri düşürerek şirketlerin rekabet gücünü yükseltmelerinde aktif rol oynuyor.

Akıllı sistemler ve otomasyon teknolojileri, sanayide hem insan-makine hem de makine-makine etkileşimlerini daha etkin hâle getirerek üretim süreçlerine yeni bir boyut kazandırıyor. Bu noktada, kesintisiz ve yüksek hızda endüstriyel haberleşme sistemleri, dijital dönüşümün başarısında kritik bir rol oynuyor. Endüstriyel otomasyon sistemlerinde haberleşme teknolojilerinin önemi giderek artarken bu alandaki yenilikler sanayicilere daha esnek ve verimli üretim süreçleri sunuyor. Günümüzde sanayi şirketleri için dijitalleşme yalnızca bir teknoloji yatırımı olmanın ötesinde, sürdürülebilirlik ve rekabet avantajı sağlayan stratejik bir gereklilik olarak öne çıkıyor.

İNSAN ODAKLI DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijital dönüşümün merkezinde insan faktörü var. Teknoloji ile birlikte iş yapış modellerinin de değiştiği bu süreçte, mevcut iş gücünün yeniden eğitilmesi ve geleceğe uyum sağlayacak yeni nesil çalışanların yetiştirilmesi büyük önem taşıyor. Sanayi şirketleri, çalışanlarını dijital dönüşüm süreçlerine entegre ederek, verimliliklerini artırmanın yanı sıra iş sürekliliğini de güvence altına alıyor.

Türkiye'de sanayi sektörü, dijitalleşme yolculuğunda önemli adımlar atarken, yenilikçi haberleşme sistemleri ve otomasyon





çözümleri bu sürecin en kritik bileşenleri arasında yer alıyor. Dijital teknolojilerin üretim süreçlerine entegrasyonu, yalnızca mevcut işleyişi iyileştirmekle kalmayıp, sanayinin gelecekteki rekabet gücünü de belirleyen unsurlar arasında bulunuyor. Bu nedenle sanayi şirketleri için dijital dönüşüm, sürdürülebilir büyümenin anahtarlarından biri olmaya devam ediyor.

ENDÜSTRİYEL HABERLEŞMEDE YENİ DÖNEM

Geleneksel endüstriyel haberleşme sistemlerinden 10 kata kadar daha hızlı veri aktarımı sağlayan yeni nesil haberleşme teknolojileri, sanayi şirketlerine gerçek zamanlı veri akışı ve şeffaf süreç yönetimi gibi önemli avantajlar sunuyor. Bu sayede üreticiler, Sanayi 4.0'ın gerekliliklerine uyum sağlayarak daha esnek, verimli ve yenilikçi üretim modellerine geçiş yapabiliyor. Yüksek hızda ve güvenilir iletişim altyapısı, üretim süreçlerinde karar alma mekanizmalarını güçlendirerek işletmelere rekabet avantajı sağlıyor.

Sanayide dijitalleşme süreci, yalnızca teknolojik dönüşümle sınırlı kalmayıp iş yapış modellerini ve insan kaynağını da içine alan bütüncül bir yaklaşımla ele alınıyor. İş gücünün dijital yetkinliklerinin artırılması, bu dönüşüm sürecinin başarısını doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer alıyor. Geleneksel üretim modellerinin yerini akıllı fabrikalara bırakmasıyla birlikte, çalışanların yeni teknolojilere uyum sağlaması ve dijital becerilerini geliştirmesi kaçınılmaz hâle geliyor.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM DESTEK PROGRAMI İŞLETMELERE YOL AÇACAK

Türkiye'nin teknolojik yetkinliğini yükselterek katma değerli ürünler üretilmesini amaçlayan Dijital Dönüşüm Destek Programı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2024 yılında devreye alındı. Dijital Türkiye vizyonunun ve Milli Teknoloji Hamlesinin ortak hedefleri kapsamında hayata geçirilen destek programı kapsamında, teknolojik ürün ve çözümlerin işletme süreçlerine entegre edilmesi ile işletmelerin üretim ve tedarik zinciri süreçlerini iyileştirerek verimliliklerinin artırılması ve küresel rekabette üstünlük kazandırılması amaçlanıyor.

İmalat sanayinde en az beş yıldır faaliyet gösteren KOBİ'ler ile büyük işletmelerin desteklenecek program ile dijital dönüşüm yolculuğuna başlamış veya dijital olgunluk seviyesinde ilerlemiş rekabetçi işletme sayısının artırılması hedefleniyor. Program kapsamında verilecek destekler ile:

- İş süreçleri dijitalleştirilerek maliyetler azaltılacak.
- Daha az kaynak kullanımı ile daha hızlı ve verimli üretim sonucu maliyetler düşürülecek.
- Üretim süreçleri daha sıkı kontrol edilerek hata oranı azaltılacak ve kalite artışı sağlanacak.
- Müşteri memnuniyeti artırılacak.
- Yerli işletmeler küresel pazarda daha rekabetçi olacak.
- Teknoloji tedarikçileri ulusal/uluslararası teknoloji şirketleri ile iş birliği yaparak ürün geliştirme bilgi ve yetkinliklerini geliştirecek.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM ENDEKSİ 2023 RAPORU'NA GÖRE TÜRKİYE'NİN DİJİTALLEŞME PERFORMANSI

2020	3,00
2021	3,20
2022	3,9
2023	3,9

(Derecelendirme 5 üzerinden yapılıyor.)

TÜRKİYE'DEKİ İŞLETMELERİN YÜZDE 17,5'İ YAPAY ZEKÂ KULLANIYOR

Türkiye, güçlü sanayi altyapısı ve yüksek üretim kabiliyeti ile küresel rekabetin önemli aktörlerinden biri olma yolunda ilerlerken dijital dönüşüm bu sürecin temel unsurlarından biri hâline geldi. Deloitte'un "Dijital Tüketici Trendleri 2024" raporuna göre, yapay zekânın ülkemizdeki kullanım oranı yüzde 52'ye ulaşarak küresel ortalama olan yüzde 42'nin üzerine çıktı. İstanbul Ticaret Odası Stratejik Araştırmalar Merkezinin (İTOSAM) raporuna göre ise 2000 yılında sadece beş olan yapay zekâ firma sayısı, 2024 yılında 1.195'e yükseldi. Ayrıca Türkiye, sahip olduğu 22 bin 735 endüstriyel robot ile dünya genelinde en yüksek robot stokuna sahip 18. ülke konumunda.

Yapay Zekâ Politikaları Derneği (AIPA) tarafından hazırlanan "Gelecek Araştırması: İşletmelerde Yapay Zeka Algısı-3" raporuna göre 2023 yılı itibarıyla Türkiye'deki işletmelerin yüzde 17,5'i yapay zekâ kullanıyor. Bu oran, 2021'de yüzde 14,5 ve 2022'de yüzde 15,2'ydi. Yapay zekânın en çok kullanıldığı alanlar arasında yüzde 27,7 ile pazarlama ve yüzde 25,3 ile müşteri ilişkileri ve analitiği öne çıkıyor.

TÜRKİYE'NİN DİJİTALLEŞME PERFORMANSI SABİT KALDI

Bilişim Sanayicileri Derneğinin (TÜBİSAD), Türkiye'nin dijital dönüşüm sürecini analiz ettiği Türkiye'nin Dijital Dönüşüm Endeksi 2023 raporuna göre Türkiye'nin dijitalleşme performansında geçen yıla kıyasla belirgin bir değişim yaşanmadı. Endeks, önceki yıl olduğu gibi 5 üzerinden 3,09 olarak hesaplandı. Raporun detaylarına bakıldığında, dijitalleşme seviyesini belirleyen 61 alt göstergeden 29'unun yükseldiği, 30'unun ise gerilediği görülüyor. Geriye kalan iki gösterge ise sabit kaldı.

Son beş yıllık veriler, Türkiye'nin dijital dönüşüm hızının ekonomik istikrar, eğitim sistemi ve hukuk gibi kurumsal yapılarla doğrudan bağlantılı olduğunu ortaya koyuyor. Özellikle ekonomik istikrarın sarsılması, dijitalleşme sürecinin yavaşlamasına sebep olurken ekonominin yeniden dengelenmesine yönelik beklenti, süreci hızlandırıcı bir etki yaratıyor. Dijitalleşme sürecinde en büyük engellerden biri ise ülkenin genel ekosisteminin yeterince güçlü olmaması ve yasal altyapının bu dönüşüme tam olarak uyum sağlayamaması olarak öne çıkıyor.

Ekosistemin yanı sıra eğitim sisteminin güçlendirilmesi ve nitelikli iş gücünün ülkede tutulması yönündeki politikalar da dijital dönüşüm üzerinde önemli bir etkiye sahip. Bununla birlikte dijitalleşen ekonomi alt bileşeni, düzenli olarak genel endeks puanını aşağıya çeken unsurlar arasında yer alıyor. Türkiye'nin ekonomik yapısında dijitalleşmenin beklenen etkileri ise henüz yeterince hissedilmiyor.

> İstanbul Ticaret Odası Stratejik Araştırmalar Merkezinin (İTOSAM) raporuna göre Türkiye, sahip olduğu 22 bin 735 endüstriyel robot ile dünya genelinde en yüksek robot stokuna sahip 18. ülke konumunda.



“DİJİTAL TEKNOLOJİLER SANAYİYE UZUN VADELİ AVANTAJ SAĞLAYABİLİR”



Önder Şenol
CLPA Türkiye Müdürü

Türkiye’de sanayide dijital dönüşüm giderek hız kazanıyor, ancak hâlâ atılması gereken önemli adımlar var. Özellikle KOBİ’lerin bu sürece dâhil edilmesi büyük önem taşıyor. Katma değeri yüksek üretime geçiş için AR-GE yatırımlarının artırılması, yenilikçi üretim modellerinin benimsenmesi ve yerli teknoloji üretiminin teşvik edilmesi gerekiyor. Finansmana erişim ve devlet destekleri önemli bir katkı sağlasa da işletmelerin dijitalleşme süreçlerini daha hızlı tamamlamaları için daha kapsamlı ve sürdürülebilir çözümlere ihtiyaç duyuluyor. Sanayinin rekabet gücünü artırmak adına mevcut yetkinliklerin analiz edilerek stratejik yatırımlar yapılması dijital dönüşümü hızlandırmak adına büyük önem taşıyor.

“DİJİTAL TEKNOLOJİLER, ORGANİZASYONUN TÜM KATMANLARINDA BENİMSENMELİ”

Dijital dönüşümde başarılı olabilmek için öncelikle kapsamlı bir yol haritası oluşturulmalı. Bir fabrikanın dijital ekosisteme uyum sağlamasında iki kritik başlık yer alıyor. Bunlar, mevcut durumun net bir şekilde analiz edilmesi ve ulaşılmak istenilen noktanın belirlenmesi olarak öne çıkıyor. Bu süreçte temel adımlar, dijital yetkinliklerin tespiti, ihtiyaç duyulan teknolojilerin belirlenmesi ve güçlü bir yetenek havuzunun oluşturulması. Ancak dönüşüm yalnızca teknolojik yatırımlarla sınırlı olmamalı; iş modelleri, üretim süreçleri ve insan kaynağı da bu sürecin ayrılmaz bir parçası olarak ele alınmalı. Çünkü dijital dönüşüm, yalnızca bilgi teknolojileri departmanının sorumluluğunda değil organizasyonun tüm katmanlarında benimsenmesi gereken bir dönüşüm süreci.

Operatörden yönetime kadar tüm çalışanların bu ekosistemde kendine yer bulması, dönüşümün sürdürülebilir başarısında kilit rol oynuyor. Genç ve dinamik nüfusumuz, dijital dönüşüme uyum sağlamak için büyük bir potansiyele sahip. Gençleri bu dönüşümün gereksinimlerine uygun şekilde yetiştirerek yeni dünya düzeninin ihtiyaçlarına cevap verebilecek bir iş gücü oluşturabiliriz. Böylece hem yenilikçi iş alanları yaratabilir hem de ekonomiye daha fazla katma değer sağlayabiliriz.

“DİJİTAL DÖNÜŞÜM SAYESİNDE İŞ GÜCÜ DAHA VERİMLİ KULLANILIYOR”

Dünya ekonomisinde söz sahibi ülkelerin gelecek vizyonlarına baktığımızda, bilime ve teknolojiye hâkim, yeni teknolojiler geliştirebilen ve bunları bilinçli şekilde kullanarak toplumsal ve ekonomik faydaya dönüştürebilen yapılar oluşturduklarını görüyoruz. Türkiye ise güçlü üretim kabiliyetiyle küresel pazarda büyük bir potansiyele sahip. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir olması için rekabet gücünü artırmak büyük önem taşıyor. Rekabetçi kalabilmek ise üretim kalitesini yükseltirken maliyetleri optimize etmeyi gerektiriyor. Bunu başarmanın en etkili yolu ise dijital dönüşümden geçiyor. Fabrikaların dijitalleşmesi ilk etapta maliyetli gibi görünebilir. Ancak doğru stratejiyle bu yatırım kısa sürede geri döner ve işletmelere uzun vadede önemli avantajlar sağlar. Dijital dönüşüm sayesinde iş gücü daha verimli kullanılır, operasyonel maliyetler düşerken rekabet gücü de artar. Pazardaki yerini korumak hatta rakiplerinden pay almak isteyen işletmeler için bu dönüşüm artık bir tercih değil, bir zorunluluk hâline geldi.

> Sanayinin rekabet gücünü artırmak adına mevcut yetkinliklerin analiz edilerek stratejik yatırımlar yapılması dijital dönüşümü hızlandırmak adına büyük önem taşıyor.

“DİJİTALLEŞME SANAYİDE SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME İÇİN KRİTİK BİR KALDIRAÇ”



Davut Eren Şadoğlu
İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi Yöneticisi

Türkiye’de sanayide dijital dönüşüm hız kazandı ve KOBİ’ler için KOSGEB ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından sunulan destekler önemli bir itici güç sağladı. Dijital Dönüşüm Destek Programı, özellikle finansman konusunda firmalara teşvik sunuyor. Ancak işletmelerin dijitalleşme yolculuğunda yaşadığı en büyük sorun, mevcut bir yol haritalarının olmamasından kaynaklanıyor.

Dijital dönüşüm sadece yeni teknolojiler satın almak değil, aynı zamanda süreçlerin yalınlaştırılması ve verinin etkin kullanılması anlamına geliyor. Standartlaşmamış ve israflarla dolu süreçlerde dijitalleşme beklenen verimi getirmiyor. Bu nedenle firmaların önce yalın dönüşüm süreçlerini tamamlaması, ardından dijital çözümlere yönelmesi kritik önem taşıyor.

“DİJİTAL DÖNÜŞÜM STRATEJİK BİR YOL HARİTASINA OTURTULMALI”

Türkiye’nin rekabet gücünü artırması için dijital dönüşümün stratejik bir yol haritasına oturtulması gerekiyor. İnsan kaynağımız güçlü, ancak teknolojiye adaptasyonun sürdürülebilir olması için çalışanların dijital yetkinliklerini artıracak eğitimlerin önceliklendirilmesi şart.

Öte yandan, yalın dönüşüm tamamlanmadan dijitalleşmeye geçmek, israfları ve düzensizlikleri otomatikleştirmekten öteye gitmeyecektir. İşletmelerin önce süreçlerini optimize etmesi, ardından veriye dayalı yönetim modellerine geçmesi gerekmektedir.

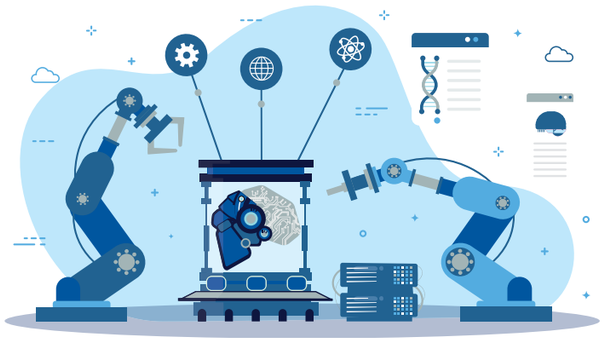
“DİJİTALLEŞME, ULUSLARARASI PAZARDA REKABET AVANTAJI SAĞLIYOR”

Dijitalleşme artık bir tercih değil, zorunluluk. Küresel pazarda rekabetçi kalabilmek için firmaların veriye dayalı karar alma, hızlı adaptasyon ve müşteri beklentilerine çevik yanıt verme becerisine sahip olması gerekiyor.

Özellikle yapay zekâ ve sensör destekli çözümler, işletmelerin hata oranlarını düşürmesini, verimliliklerini artırmasını ve pazara daha hızlı tepki vermesini sağlıyor. İhracat yapan firmalar için dijitalleşme, uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlayan en önemli faktörlerden biri hâline gelmiş durumda.

Özetle, Türkiye sanayisinin sürdürülebilir büyümesi ve küresel rekabet gücünü artırması için dijital dönüşüm kritik bir kaldıraç olacak.

> Küresel pazarda rekabetçi kalabilmek için firmaların veriye dayalı karar alma, hızlı adaptasyon ve müşteri beklentilerine çevik yanıt verme becerisine sahip olması gerekiyor.



"DİJİTAL DÖNÜŞÜM STRATEJİK BİR KALKINMA HAMLESİ OLARAK ELE ALINMALI"



Burak C. Alkayış
İstanbul Sanayi Odası Dijital Dönüşüm Uzmanı

Türkiye'de sanayi sektörü dijital dönüşüm açısından hâlen geçiş aşamasındadır. Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından yayımlanan 2023 Dijital Dönüşüm Endeksi verilerine göre Türkiye'nin genel endeks skoru 3,2 seviyesine ulaşmış olsa da sektörler arasında dijitalleşme düzeylerinde belirgin farklılıklar söz konusu. Özellikle sanayi sektörü özelinde bakıldığında, dijital dönüşümün yaygınlaşmasını ve derinleşmesini engelleyen bazı yapısal zorluklar dikkat çekiyor. Bu zorlukların başında dijital altyapının yetersizliği, KOBİ'lerin finansmana erişimde yaşadığı güçlükler ve dijital yetkinliğe sahip nitelikli insan kaynağı eksikliği yer alıyor.

Sanayi özelinde yaşanan bu yapısal zorluklara rağmen "Dijital Türkiye" vizyonu kapsamında geliştirilen kamu politikaları ve uygulamalar, ülkemizin dijital kapasitesinin artırılmasına yönelik güçlü bir iradeyi ortaya koyuyor. KOSGEB, TÜBİTAK, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı gibi kurumlar tarafından sağlanan teşvikler ile Milli Teknoloji Hamlesi ve Dijital Türkiye gibi ulusal inisiyatifler, firmaların dijitalleşme süreçlerine yönelik yatırımlarını desteklemekte ve bu alandaki kapasite gelişimini teşvik ediyor.

Ülkemiz sanayisinin küresel rekabette başarılı olabilmesi için dijital dönüşüm stratejik bir kalkınma hamlesi olarak ele alınmalı. Bu sebeple yüksek katma değerli sektörlerde dijitalleşme önceliklendirilmeli, dikey entegrasyon desteklenmelidir. Sanayi politikaları, her sektörün dijital olgunluk düzeyini ve potansiyelini dikkate alacak şekilde farklılaştırılmalıdır.

> "Dijital Türkiye" vizyonu kapsamında geliştirilen kamu politikaları ve uygulamalar, ülkemizin dijital kapasitesinin artırılmasına yönelik güçlü bir iradeyi ortaya koyuyor.

"DİJİTAL DÖNÜŞÜM, SANAYİNİN REKABETÇİLİĞİ İÇİN BİR ZORUNLULUK"

İstanbul Sanayi Odası dijital dönüşüm odağında eğitim programları ve projelerle sanayiye önemli destekler sunuyor. İSO Akademinin dijital dönüşüm özelinde gerçekleştirdiği kapsamlı eğitim programları ve İSO'nun ortak olduğu AI EDIH Türkiye Dijital İnovasyon Merkezi kapsamında planlanan eğitimler, sektörün dijital yetenek ihtiyacını karşılamada önemli rol oynuyor. Ayrıca İSO Sanayide Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından yürütülen "Dijital Dönüşüm Olgunluk Analizi ve Yol Haritası" çalışması, sanayi işletmelerinin dijital dönüşüm süreçlerini sistematik ve kurumlara özel bir yaklaşımla desteklemeyi amaçlıyor.

Dijital dönüşüm, sanayinin sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği açısından artık stratejik bir zorunluluktur. Dijital teknolojiler; otomasyon, veri analitiği ve yapay zekâ yoluyla işletmelere yüzde 15–20 düzeyinde verimlilik artışı sağlıyor, maliyetleri düşürüyor ve operasyonel esneklik kazandırıyor. Kişiselleştirilmiş ürünler, hızlı teslimat ve kesintisiz deneyim talep eden yeni nesil müşteriler, dijital kabiliyetleri yüksek firmalara rekabet avantajı sağlıyor. Pandemi sonrası ortaya çıkan krizler, dijital altyapının tedarik zinciri dayanıklılığında belirleyici olduğunu gösterdi. Platform ekonomisi, veri odaklı iş modelleri ve ikiz dönüşüm gibi yaklaşımlar da sanayi yapısını dönüştürüyor. Türkiye'nin küresel değer zincirlerinde daha üst konumlara çıkabilmesi için dijital dönüşümün ulusal bir öncelik olarak benimsenmesi ve bu sürecin tüm paydaşlarla eşgüdüm içinde yürütülmesi kritik önem taşıyor.

"DEVLET DESTEKLERİ, DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİNİ OLUMLU ETKİLİYOR"



Ömer Cinpir
MEXT Teknoloji Merkezi Dijital Dönüşüm Lideri

Dijital dönüşüm, sanayi sektörlerinde rekabetçiliği artırmak ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemek için kritik bir süreçtir. Türkiye'de bu alandaki gelişmeler önem taşırken ileri otomasyon, nesnelerin interneti (IoT), yapay zekâ ve veri analitiği gibi yeni teknolojilerin kullanımı artmakta, ancak her sektör bu dönüşümü aynı hızda gerçekleştirememektedir. Karşılaşılan temel zorluklar arasında yetersiz dijital altyapı, yüksek yatırım maliyetleri, dijital okuryazarlığın düşük seviyede olması verilebilir. Ayrıca, dijital dönüşüm stratejisinin eksikliği ve dönüşüm kültürünün kurum geneline yaygınlaştırılması sırasında karşılaşılan organizasyonel direnç de önemli engeller arasında yer alıyor.

Devlet destekleri, dijital dönüşüm sürecini olumlu yönde etkiliyor. MEXT olarak Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve KOSGEB destekleri kapsamında sanayi kuruluşlarının dijital dönüşüm stratejilerinin ve firmaya özel önceliklendirilmiş yol haritaları ile uyumlu yatırım kalemlerini belirlemesini sağlayarak sanayimizin dijital dönüşümü sürecine katkı sağlıyoruz.

Buna ek olarak ülkemiz sanayisinin yapay zekâ odaklı ikiz dönüşüm sürecini hızlandırmak için MEXT önderliğinde kurulan AI EDIH Türkiye Konsorsiyumu ile Avrupa Dijital İnovasyon Merkezleri Ağı'na (ADİM/EDIH) katılım sağlandı. Bu oluşum ile ülke sanayisinin dönüşümüne önemli katkılar sağlanması hedefleniyor.

"ŞİRKETLER DİJİTALLEŞME KONUSUNDA NET BİR VİZYON GELİŞTİRMELİ"

Küresel rekabet ortamında Türkiye sanayisinin dijital dönüşümde başarılı olabilmesi için somut bir strateji izlenmesi gerekiyor. Şirketler, dijitalleşme konusunda net bir vizyon geliştirerek bunu destekleyecek spesifik hedefler belirlemeli. Dijital dönüşüm süreci, çalışanların dijital becerilerinin geliştirilmesi için kapsamlı eğitim programları ile desteklenmeli, kültürel ve organizasyonel dönüşümün hızlandırıcısı olarak işlev görmeli.

Buna paralel olarak MEXT, kapsayıcı müfredatıyla tepe yöneticiden sahadaki çalışma arkadaşlarımıza kadar ihtiyaca yönelik özel eğitimler tasarlıyor. Organizasyon içinde de dijital dönüşüm sürecini destekleyecek, etkili iletişim kurabilen, yenilikçi düşünen ve değişime açık dönüşüm elçileri belirleyerek onları üç ay süren kapsamlı bir yetkinlik gelişim programına dâhil ediyor. Eğitim sonrasında dönüşüm elçilerinin, şirket içinde bir iç eğitmen gibi rol alarak organizasyonun dönüşümüne katkı sağlaması bekleniyor. Bu süreçte MEXT danışmanları, dönüşüm elçilerine mentörlük desteği sunmaya devam ediyor.

İşe alım süreçlerinde dijital yetkinlikleri öncelikli kriter olarak değerlendiren bir yetenek havuzu oluşturulmalı; eğitim ve gelişim programları belirli ihtiyaçlara göre özelleştirilmeli, organizasyonel yapılar dijital dönüşümle uyumlu olarak gözden geçirilmeli. Sanayideki mevcut iş gücüne ek olarak MEXT, gençlere, kadınlara ve öğretmenlere dijital ve yeşil dönüşüm yetkinlikleri kazandırılmasına yönelik sosyal fayda odaklı projeler gerçekleştirmeli.

İşe alım süreçlerinde dijital yetkinlikleri öncelikli kriter olarak değerlendiren bir yetenek havuzu oluşturulması gerekiyor.

> İşe alım süreçlerinde dijital yetkinlikleri öncelikli kriter olarak değerlendiren bir yetenek havuzu oluşturulması gerekiyor.

KENDİ HATASINDAN DERS ALMAYAN, ÇİN'DEN KORKMAKLA KALIR



PROF. DR. EMRE ALKİN

Türkiye ve ABD'nin, Çin'e karşı düştüğü durumdan bence herkesin ders çıkarması gerekiyor.

Trump'ın Çin ile ilgili açıklamalarını, ilave gümrük vergisi adımlarını yakından izlemekteyim. Dış ticarette koruma önlemlerini çok seven, önünü sonunu düşünmeden uygulayan bir ülkenin evladı olarak Trump'ın attığı tüm adımların ABD'ye enflasyon olarak geri döneceğini söyleyebilirim.

Gayet iyi hatırlıyorum: 2010'dan önce ABD'ye yaptığımız sayısız seyahatlerde, başta CATO ile USTR olmak üzere birçok sivil toplum kuruluşu ve devlet görevlisini, Dünya Ticaret Örgütü kurallarını sürekli çiğnemekte olan Çin ile ilgili uyarmıştık. Aldığımız cevap hep şuydu: "İhracat yapmak herkesin hakkı."

QIZ gibi İsrail ile iyi geçinen ülkelere kotasız ve tarifesiz ABD'ye ihracat imkânı veren uygulamalar ile Çin'e karşı gösterilen gevşekliğin bize verdiği mesaj şuydu: "Amerika dış ticaret açığı vermekten korkmaz, zaten kendi parası cinsiden verilen açığı önemsemez, bu arada kime karşı dış ticaret açığı vereceğini kendi belirler."

Biz ise defalarca, bu yaklaşımın doğru olmadığını onlara anlattık. Diğer taraftan Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin, sürekli dış ticaret vermek adına uyguladıkları hırslı politikanın yanlışlığının da altını çiziyorduk. Zengin ülkelerin daha fazla zenginleşmek adına yaptıkları işler sadece ekonomik değil diplomatik açıdan bile uygun değildi.

Konumuza geri dönersek. Çin bugün dünyanın bir numaralı ihracatçısı konumunda. Milyarlarca ürünü ucuza satan bir ülke konumundan çoktan çıktı. Küresel olarak yapay zekâ patentlerinin yüzde 61'ine sahip. Düşük maliyetli ama etkili yüksek teknoloji-ürünleri üretiyor. Dünyanın en büyük nüfuslarından birine sahip ama insansız çalışan teknolojilerde en önde gidiyor. Ayrıca bölgedeki rakiplerine göre 4-5 kat daha pahalı iş gücüyle bunu başarıyor.

Elbette ABD başkanının feryadının içi boş değil. Ancak kendisinin inşaat üzerinden zenginleşmesine sebep olan sürecin mimarı olan "gevşek dış ticaret rejimini" eleştirmesine kuşkuyla bakıyorum. İsterseniz önce USTR yani Amerikan Devletinin Dış Ticaret ile ilgilenen resmi kurumunun rakamlarına bakalım.

Çin ürünleri, ABD'nin toplam ithalatı içinde yüzde 13,4 civarında. Japonya, Almanya, Güney Kore ve Vietnam gibi ülkelerin Çin'den ithalatları da bu oran civarında. Uygulanan düşük kur-yüksek faiz politikası sebebiyle Türkiye'nin bu ülkelerin arasına girmesi an meselesi.

Yukarıda belirttiğim gibi ABD'nin Çin'den ithalatı toplam ithalatın yüzde 13,4'ü olsa da eyalet bazında bakıldığında çok çarpıcı görüntüler çıkıyor. Örneğin, Kaliforniya ve Nevada'da bu oran sırasıyla yüzde 25 ve yüzde 26, kuzeydeki Washington eyaleti yüzde 18, New Mexico'da yüzde 18 civarında. Bunlar Çin'e bakan batı tarafındaki eyaletler. Doğu'ya gidildiğinde Wisconsin yüzde 17, Illinois yüzde 19, Minnesota yüzde 17, Güney Carolina yüzde 16, Tennessee yüzde 17 civarında seyrediyor. Özetle ülkenin önemli eyaletlerinde Çin mallarının istilası yaşanıyor diyebilirim.

Demek ki korkunun ecele faydası yok. Olan olmuş bir kere. Ancak bilinen başka bir gerçek de var: Çin'deki fabrikalarda üretim yapan Amerikan markaları söz konusu üretimlerinin yarısından fazlasını yine ABD'ye satıyor. Özetle Çin'den gelen ithalatın büyük bir kısmı zaten Amerikan firmalarının tasarladıkları ürünler. Nike ve Apple bunun en kıdemli örnekleri. Dolayısıyla Amerikan markalarının Trump'ın politikaları sebebiyle Çin'deki üretimlerinden vazgeçeceklerini şu aşamada iddia etmek oldukça güç. Yüksek ithalat vergisine rağmen bir yolunu bulacaklardır. ABD markalarının önemli bir kısmı tüketicinin bağımlılık yaşadığı ve alternatifsiz ürünleri pazara sunmakta olduğu için fiyatına rağmen alıcı bulmakta. Dolayısıyla Trump'ın marifetleri bu ürünlerin ABD'de üretilmesini sağlamayacağı gibi, enflasyonun yükselmesinin sonucunu da yaratacak.

Asıl çözülmesi gereken mesele dünyanın her ülkesinde yaşanıyor. Kamunun ciddi büyüyerek hem vergiler hem de iç borçlanma ile tasarrufları sömürmesi. Tüm bunların enflasyonist etkilerinin görmezden gelinmesi. Dış ticarette rekabetçiliğin kaybolmasının sebebini Çin'de aramak yerine, ülkelerin kendi elleriyle yaptıkları diplomatik, ekonomik hataları ve çarpık eğitim sistemlerinde aramak bence en doğrusu.

Türkiye ve ABD'nin, Çin'e karşı düştüğü durumdan bence herkesin ders çıkarması gerekir.

> Çin bugün dünyanın bir numaralı ihracatçısı konumunda. Küresel olarak yapay zekâ patentlerinin yüzde 61'ini elinde bulunduruyor. Dünyanın en büyük nüfuslarından birine sahip ama insansız çalışan teknolojilerde en önde gidiyor. Ayrıca bölgedeki rakiplerine göre 4-5 kat daha pahalı iş gücüyle bunu başarıyor.

YAZARIN NOTU

Asıl çözülmesi gereken mesele, kamunun ciddi büyüyerek hem vergiler hem de iç borçlanma ile tasarrufları sömürmesi ve tüm bunların enflasyonist etkilerinin görmezden gelinmesi. Dış ticarette rekabetçiliğin kaybolmasının sebebini Çin'de aramak yerine, ülkelerin kendi elleriyle yaptıkları diplomatik, ekonomik hataları ve çarpık eğitim sistemlerinde aramak bence en doğrusu.



Türkiye Ekonomisi Dengeli Büyüme Seyrinde



Türkiye'nin, enflasyonla mücadelede attığı kararlı adımlar olumlu sonuç verdi. Ekonomik reformlar sonucunda 2024 yılında OECD ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ekonomilerden biri olan Türkiye, yılı küresel ortalamanın üzerinde bir büyüme ile kapattı.

Türkiye, 2024 yılında enflasyonla mücadele ve ekonomik istikrarı sağlama hedefiyle bir dizi ekonomik politika hayata geçirdi. Ekonomik politikalarla sürdürülebilir büyüme ve ihracat artışı hedeflendiği için enflasyonla mücadele kapsamında sıkı para politikaları uygulandı. Bu kapsamda da Merkez Bankası, faiz oranlarını yüzde 8,5'ten yüzde 50'ye çıkararak enflasyonu kontrol altına almaya çalıştı. Bu adımlar sonucunda enflasyon mayıs ayında yüzde 75'in üzerine çıkarken yıl sonunda yüzde 40 seviyelerine geriledi. Türkiye'nin yıl boyunca uyguladığı sıkı para politikaları da enflasyonun kontrol altına alınmasına katkı sağladı.

Ekonomik anlamda yapılan reformlar sonucunda Türkiye, 2024 yılında OECD ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ekonomilerden biri olmasıyla dikkat çekti. Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, ekonomik görünüme ilişkin yapmış olduğu değerlendirmesinde 2024 yılında iç talebin 2,1 puan, net dış talebin ise 1,1 puan katkısıyla dengeli büyümenin sağlandığını söyledi. "Enflasyondaki düşüşle birlikte daha olumlu finansal koşullar, politikalarımızın öngörülebilirliğinin ve güvenin artması ekonomik faaliyeti olumlu etkileyecektir." dedi.

BÜYÜMENİN ARKASINDAKİ YOL HARİTASI

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2024 yılında üretim yöntemiyle hesaplanan gayrisafi yurt içi hasıla (GSYH), cari fiyatlarla 43 trilyon 410 milyar 514 milyon lira olarak gerçekleşti. Bu rakam, bir önceki yıla kıyasla yüzde 63,5'lik bir artışı işaret ediyor. Kişi başına düşen GSYH ise 2024 yılında cari fiyatlarla 507 bin 615 lira olarak hesaplanırken dolar bazında ise 15 bin 463 dolara ulaştı. Buna göre Türkiye ekonomisi geçen yılı yüzde 3,2'lik büyüme ile tamamladı.

Sektörel bazda incelendiğinde, 2024 yılında zincirlenmiş hacim endeksine göre en yüksek büyüme yüzde 9,3 ile inşaat sektöründe kaydedildi. Ürün üzerindeki vergiler eksi sübvansiyonlar yüzde 7,7, finans ve sigorta faaliyetleri yüzde 4,9, tarım yüzde 3,9, bilgi ve iletişim faaliyetleri yüzde 3,4, hizmetler yüzde 3,1, gayrimenkul faaliyetleri yüzde 2,4, kamu yönetimi, eğitim, sağlık ve sosyal hizmetler yüzde 1,8, mesleki ve idari hizmetler yüzde 1,4, diğer hizmet faaliyetleri yüzde 1,2 ve sanayi yüzde 0,5 büyüme gösterdi.

HANE HALKI TÜKETİMİ ARTARKEN İTHALAT GERİLEDİ

Türkiye ekonomisinde 2024 yılı, tüketim harcamalarının artışı ve dış ticaretteki dalgalanmalarla şekillendi. TÜİK verilerine göre hane halkının nihai tüketim harcamaları, zincirlenmiş hacim endeksiyle değerlendirildiğinde bir önceki yıla kıyasla yüzde 3,7 artış gösterdi. Bu harcamaların GSYH içindeki payı ise yüzde 59,2 olarak hesaplandı. Yalnızca yılın son çeyreği incelendiğinde, tüketim harcamalarının bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3,9 yükseldiği görüldü.

Dış ticarette ise ihracat ve ithalat farklı yönlerde ilerledi. 2024 genelinde mal ve hizmet ihracatı zincirlenmiş hacim endeksine göre yüzde 0,9 artış yaşarken ithalat yüzde 4,1 oranında geriledi. Ancak yılın son çeyreğinde ihracatta yüzde 2'lik bir düşüş görüldü. Aynı dönemde ithalat ise yüzde 1,6 oranında artış kaydetti.

TÜRKİYE İÇİN 2025 BÜYÜME TAHMİNİ YÜKSELTİLDİ

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), "Belirsizlikte Yönlendirme" başlıklı ara dönem Ekonomik Görünüm Raporu'nda Türkiye ekonomisine dair güncellenmiş büyüme tahminlerini paylaştı. Rapora göre, Türkiye'nin 2024 yılı büyüme oranı yüzde

> Maliye Bakanı Mehmet Şimşek: "Enflasyondaki düşüşle birlikte daha olumlu finansal koşullar, politikalarımızın öngörülebilirliğinin ve güvenin artması ekonomik faaliyeti olumlu etkileyecektir."

2025 yılı için küresel ekonomik büyüme tahminini yüzde 3,2'den yüzde 3,1'e düşüren OECD, ABD ekonomisi için yüzde 2,2 Euro Bölgesi için yüzde 1, Çin ekonomisi için ise yüzde 4,8 büyüme beklendiğini söyledi.

3,2 olarak tahmin edilirken, 2025 yılına ilişkin önceki yüzde 2,6'lık öngörü yüzde 3,1 seviyesine yükseltildi. Küresel ekonomiye dair yapılan değerlendirmelerde ise 2024 yılı için büyüme beklentisi yüzde 3,1 olarak revize edildi.

Dünya genelinde enflasyonun düşüş eğiliminde olduğu vurgulanan raporda, Türkiye'de enflasyonun yıl sonunda yüzde 31,4 seviyesine ulaşacağı, 2026'da ise yüzde 17,1'e kadar gerileyeceği öngörüsü yer aldı. OECD, Türkiye'nin ekonomik büyüme performansının küresel ortalamanın üzerinde olduğunu belirtiyor.

2024'te yüzde 3,2 büyüme kaydeden Türkiye'nin, 2025'te yüzde 3,1 büyüme yaşaması tahmin ediliyor. Küresel büyüme beklentisi de yüzde 3,1 seviyesinde olduğundan, Türkiye'nin dünya ekonomisi ile paralel bir büyüme eğilimi gösterdiği ifade ediliyor. OECD, 2026 yılı için Türkiye'nin büyüme tahminini yüzde 3,9 olarak belirledi. Bu büyümenin sürekliliğini sağlamak için yapısal reformların devam etmesi şart. Finansal istikrarın korunması ve dış ekonomik faktörlerin yakından izlenmesi, gelecekteki ekonomik performans açısından kritik olacak.

"İSTİKRARLI ŞEKİLDE BÜYÜMEYE DEVAM ETMEMİZ GEREKİYOR"

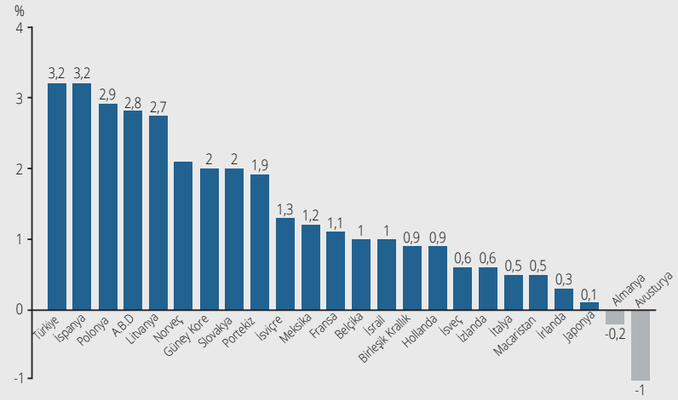


Mustafa Gültepe
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı

Türkiye ekonomisi, geçen yıl yüzde 3,2 büyüyerek küresel belirsizliklere rağmen istikrarlı performans sergiledi. Uluslararası beklentilerin bir miktar üzerinde gerçekleşen bu büyüme oranı, ekonomimizin dayanıklılığını bir kez daha kanıtlamış oldu. Hem ihracatta hem de küresel ekonomiler arasında ilk 10 ülke arasına girmeyi hedefliyoruz. Dolayısıyla istikrarlı şekilde büyümeye devam etmemiz gerekiyor.

2024 yılında yerleşik hane halklarının tüketimi yüzde 3,7 artış kaydetti. İhracatımız da büyümeye 1,1 puan pozitif katkı verdi. Böylece büyümenin dinamosu olduğunu kanıtladı. Bu durumdan oldukça memnunuz çünkü en sağlıklı büyüme, üretimle ve ihracatla olandır ancak yılın son çeyreğinde net ihracatın büyümeye katkısı negatif oldu. Bu süreç, küresel talep dalgalanmalarına ve rekabetçilikteki gerilemeye işaret ediyor. Sanayicimizin yatırım iştahı yüksek olmasına rağmen dış talepteki daralma ve rekabet gücündeki kayıplar, ihracatımızı olumsuz etkiliyor. Bu tabloyu iyi okumak gerekiyor. 2024, ihracatımızın rekabetçilikle sınandığı bir yıl oldu. Bu sorunu aşabilirsek önümüzdeki dönemde ihracat, büyümenin dinamosu olmaya devam edecektir.

TÜRKİYE, 2024'TE OECD'NİN EN HIZLI BÜYÜYEN İKİ EKONOMİSİNDEN BİRİ OLDU



Kaynak: *TÜİK, Trading Economics*

Türkiye'nin 2024 yılında büyüme oranı yüzde 3,2 olarak gerçekleşti. OECD'nin Türkiye için 2025 yılına ilişkin önceki yüzde 2,6'lık öngörüsü ise yüzde 3,1 seviyesine yükseltildi.

ENFLASYON YÜKSEK KALMAYA DEVAM EDECEK

Raporda, Türkiye'de uygulanan sıkı para politikalarının enflasyonda kademeli bir düşüş sağlayabileceği ancak fiyat artışlarının hâlâ yüksek seviyelerde kalacağı belirtiliyor. 2024 sonunda yüzde 31,4 seviyesinde olması beklenen enflasyonun, 2026 itibarıyla yüzde 17,1'e gerilemesi öngörülüyor. OECD Genel Sekreteri Mathias Cormann, dünya ekonomisinin dirençli bir büyüme göstermesine rağmen Türkiye gibi ülkelerde enflasyonist baskının devam ettiğini vurgulayarak bu durumun dikkatle takip edilmesi gerektiğini belirtti.

Küresel ekonomik büyüme tahminini bu yıl için yüzde 3,2'den yüzde 3,1'e düşüren OECD, ABD ekonomisinin bu yıl yüzde 2,2 büyüyeceğini, ancak 2026'da yüzde 1,6'ya gerileyeceği tahmininde bulundu. Euro Bölgesi'nde büyümenin bu yıl yüzde 1, 2026'da ise yüzde 1,2 olacağını, Çin ekonomisi için ise bu yıl yüzde 4,8, 2026'da yüzde 4,4'lük bir büyüme beklendiğini söyledi.

OECD tarafından yapılan küresel değerlendirme ise şöyle oldu: "Küresel GSYH büyümesinin, bazı G20 ekonomilerinde ticaret engellerinin artması ve artan jeopolitik ve politika belirsizliğinin yatırım ve hane halkı harcamaları üzerinde baskı oluşturması nedeniyle 2024 yılında yüzde 3,2'den 2025 yılında yüzde 3,1'e ve 2026 yılında yüzde 3,0'a düşeceği tahmin edilmektedir."



“Zamanın Gereksinimlerine Uygun, Çağdaş Çözümler Sunuyoruz”

“Sosyal sorumluluk projelerini barındıran, yaşam kalitesini artıran, çevreyle dost konutlar üretiyoruz.” diyen CVS Hava Kent Yapı Kooperatifi Yönetim Kurulu Başkanı Erkut Çavuş, yeni nesil kooperatifçiliği; profesyonellik, sürdürülebilirlik ve sahip oldukları yenilikçi bakış açısı şeklinde tanımlıyor.

Türkiye'de konut edinme yolları arasında kooperatifçilik hâlâ güçlü bir yer tutuyor. Her üç konuttan birinin hâlâ kooperatifler aracılığıyla edinildiği ülkemizde, özellikle büyük şehirlerin dışında kalan bölgelerde bu yöntem, barınma ihtiyacına ekonomik ve toplumsal çözümler sunmaya devam ediyor. Ancak günümüz dünyasının ihtiyaçları, kooperatifçilik anlayışını da dönüştürmeyi zorunlu kılıyor. Bu dönüşümün öncülerinden biri ise CVS Hava Kent Yapı Kooperatifi.

“Yeni Nesil Kooperatifçilik” anlayışıyla geleneksel imece modelinin ötesine geçerek, profesyonel ve liyakat esaslı bir yapı kurduklarını vurgulayan Çavuş, “Mühendislik, mimarlık, yönetim ve finans alanlarında uzmanlaşmış bir kadro ile çalışıyor, ekonomiyi dikkatle takip ediyoruz.” diyerek, sistemin sağlam temeller üzerine inşa edildiğinin altını çiziyor. Yeni nesil kooperatifçiliğin detaylarını, Türkiye'de konut üretiminde nelerin değiştiğini, Hava Kent'in vizyonunu ve bu modelin, geleceğin şehirlerine nasıl ilham vereceğini Erkut Çavuş ile konuştuk.

Türkiye'de kooperatifçiliğin geçmişi oldukça eskiye dayanıyor. Geleneksel anlayıştan farklı olarak “Yeni Nesil Kooperatifçilik” anlayışını benimseyen CVS Hava Kent'in uyguladığı modeli nasıl tanımlarsınız, yeni nesil kooperatifçilik, mevcut yapıdan hangi özellikleri ile ayrışıyor?

Türkiye'de her üç konuttan biri hâlâ kooperatif aracılığıyla ediniliyor. Özellikle büyük şehirlerde özel sektör müteahhitlerinin projeleri daha yaygınken Anadolu şehirleri ve Ankara gibi bölgelerde kooperatifçilik hızla devam ediyor. Bizim Hava Kent'teki yaklaşımımız, kooperatifçiliği bir adım daha ileri taşıyarak “Yeni Nesil Kooperatifçilik” anlayışını benimsemek. Eski modele göre çok daha profesyonel bir uygulama yapıyoruz.

Geleneksel kooperatifler genellikle imece usulü çalışırken biz burada profesyonellik ve liyakat sistemini ön planda tutuyoruz. Mühendislik, mimarlık, yönetim ve finans alanlarında uzmanlaşmış bir kadro ile çalışıyor, ekonomiyi dikkatle takip ediyoruz. Bu sayede, sadece kooperatifçilik değil, aynı zamanda konut üretiminde de zamanın gereksinimlerine uygun, çağdaş çözümler sunuyoruz.

Yeni nesil kooperatifçilik anlayışımız, geleneksel yapıdan birkaç açıdan ayrılıyor. Öncelikle sadece basit konut üretimi değil, sosyal konut projelerine de ağırlık veriyoruz. Konutlarımızda çevre dostu çözümler ve sürdürülebilirlik ön planda. Örneğin, gri su dönüşüm sistemleri gibi ekolojik sistemler entegre ediyoruz. Bu yaklaşım hem ekonomik hem de çevresel açıdan daha bilinçli bir yaşam alanı sunuyor. Eski kooperatiflerin aksine Hava Kent olarak sosyal sorumluluk projelerini de barındıran, yaşam kalitesini artıran, çevreyle dost konutlar üretiyoruz. Yeni nesil kooperatifçiliği, işte bu profesyonellik, sürdürülebilirlik ve yenilikçi bakış açısıyla tanımlıyorum.

Türkiye ve dünya konut fiyatlarının hızla arttığı bir dönemden geçerken siz, sosyal konut projelerinde kâr amacı gütmeyen bir modelle hareket ediyorsunuz. Projelerin finansman ve sürdürülebilirliğini sağlama noktasında nasıl bir yol izliyorsunuz?

Asıl ayrıştığımız nokta burada yatıyor. Kooperatiflerin temel özelliği, kâr amacı gütmemeleridir çünkü kooperatifin sermayesini tüccar kendi cebinden karşılamaz. Aksine projelerin üretimi, son nihai tüketicilerin sermayesiyle başlar. Bu modelde, üretim finansmanı doğrudan tüketicilerden sağlanır, yani herhangi bir borçlanmaya veya krediye ihtiyaç duyulmaz. Bu, geleneksel inşaat modeline kıyasla önemli bir fark yaratır.

Özellikle şu anda faiz oranlarının yüksek olduğu bir dönemde, kooperatif modelinin avantajları çok daha belirgin hâle geliyor. Borçlanarak üretilen konutlarda, faiz yükümlülüğü, projelerin maliyetini artırırken bu artış doğrudan tüketicinin cebine yansır. Ancak kooperatif modelinde, faize dayalı maliyet artışı söz konusu değildir, çünkü projelerin finansmanı doğrudan tüketicilerden sağlanmaktadır. Bu sayede, faiz oranlarındaki dalgalanmalardan etkilenmeden daha uygun fiyatlarla konut üretimi gerçekleştirebiliyoruz.

Kooperatifçiliği daha geniş bir perspektiften ele aldığımızda, aslında bu bir iş modeli olduğunu söyleyebiliriz. Birçok kişinin ortak bir amaçla aynı hedefe doğru hareket ettiği bir yapıdır. Bu model, yalnızca konut yapımında değil, birçok farklı alanda da uygulanabilir. Örneğin, topraktan konut üretimi, proje gayrimenkul



CVS Hava Kent Yapı Kooperatifi Yönetim Kurulu Başkanı Erkut Çavuş: “Yerel kimliği ön planda tutarak hem bölgeye özgü yaşam alışkanlıklarını yansıtıyor hem de global pazarda rekabetçi bir fiyat ve kaliteli yaşam alanları sunmayı hedefliyoruz. Bu stratejiyle, yerel değerler ve küresel vizyon arasında bir denge kurarak, her iki pazarda da başarılı olmayı amaçlıyoruz.”

“İnsanların İhtiyaçlarını Karşılayacak Yaşam Alanları Üretmeye Odaklanıyoruz”

Yerel kimliği ön plana çıkarmamızın ardında, öncelikle hedeflediğimiz pazarın demografik yapısına ve kültürel özelliklerine duyduğumuz saygı yatıyor. Türkiye'de, ortalama bir konutta 3,3 kişi yaşıyor ve bu, konut üreticilerinin aile dostu ve geniş alanlar sunmalarını gerektiriyor.

Diğer taraftan, küresel pazarda rekabet edebilmek için yerel kimliği kaybetmeden, modern üretim ve finansal çözümleri entegre etmek gerekiyor. Dışarıdaki rekabet genellikle üretimsel ve finansal unsurlar üzerine kurulu. Bu noktada, cephe kaplamaları, maliyet düşürücü teknolojiler ve inşaat sürecini hızlandıracak çözümler gibi yenilikçi yaklaşımlar devreye giriyor. Hava Kent olarak bulunduğumuz bölgelerdeki insanların yaşam tarzını ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayacak konutlar ve yaşam alanları üretmeye odaklanıyoruz. Yerel kimliği ön planda tutarak hem bölgeye özgü yaşam alışkanlıklarını yansıtıyor hem de global pazarda rekabetçi bir fiyat ve kaliteli yaşam alanları sunmayı hedefliyoruz. Bu stratejiyle, yerel değerler ve küresel vizyon arasında bir denge kurarak, her iki pazarda da başarılı olmayı amaçlıyoruz.





yatırım fonları gibi finansal yapılar da kooperatifçi bir anlayışa dayalıdır. Burada önemli olan, tüm bu modellerin benzer bir temele dayanmasıdır: Tüketicinin, ortak amaç doğrultusunda bir araya gelip, birlikte hareket ederek üretim sürecine katılması. Böylece finansal sürdürülebilirlik sağlanırken tüketicinin riskleri azaltılıyor ve daha güvenli bir yapı oluşturuluyor. Bu, geleneksel müteahhitlik modelinden farklı olarak hem ekonomik hem de sosyal olarak daha sürdürülebilir bir iş modeli sunuyor.

Dünya genelinde büyüyen konut krizine karşı çözüm isteniyorsa devlet, özel sektör ve toplum iş birliğiyle sosyal konut projelerinin üretiminin artırılması şart. Bu konuda Türkiye nasıl ilerliyor?

Konut krizine karşı sosyal konut projelerinin üretiminin artırılması için devlet, özel sektör ve toplum iş birliğinin büyük önemi var. Türkiye, bu konuda önemli bir ilerleme kaydetmiş durumda. Devlet eliyle TOKİ ve Emlak Konut gibi kuruluşlar aracılığıyla birçok bölgede sosyal konut projeleri üretiliyor ve daha uygun fiyatlarla konutlar sağlanmaya devam ediyor. Ancak, özel sektör açısından bakıldığında, sosyal konut üretimi hâlâ bazı zorluklarla karşı karşıya. Bunun başlıca nedeni, özellikle büyük şehirlerde arazi fiyatlarının çok yüksek olması.

Türkiye'de sosyal konut üretimi için büyük bir fırsat ve zorunluluk var. Özellikle İstanbul'da beklenen büyük deprem, kentsel dönüşüm süreçlerinin hızlandırılmasını gerektiriyor. Ancak burada en büyük engel, mülkiyet kanunundaki sıkıntılar. Kentsel dönüşüm projelerinde müteahhitlerin eski binaları yıkıp yerine yenilerini yapması artık finansal olarak neredeyse imkânsız hâle gelmiş durumda. Bu süreçte daha çok rant kaygıları öne çıkıyor, oysa asıl amaç insanların can güvenliğini sağlamak olmalı. Hızla toparlanacak bir kentsel dönüşüm modeli, ada bazlı dönüşüm gibi projelerle hayata geçirilebilir. Böylece müteahhitler için yeterli ek paylar verilerek sosyal konut projeleri hızla geliştirilebilir.

Fikirtepe'deki örnek, bu sürecin nasıl kötü bir şekilde yönetilebileceğine dair önemli bir ders veriyor. Bölgedeki kayıt dışı yapılar ve eski gecekondu yerleşimlerinin sorunları çözülmeden, arsalar üzerinden yapılan dönüşüm projeleri istenilen başarıyı elde edemedi. Bu noktada, mülkiyet kanunlarının doğru bir şekilde yönlendirilmesi ve arsaların daha düzenli bir şekilde dönüştürülmesi gerekiyor.

Sosyal konut dediğimizde, bu sadece "uygun fiyatlı" konut anlamına gelmiyor. Aslında toplu konut projeleri, belirli standartlara sahip, site şeklinde inşa edilen, sosyal alanlar (basketbol sahası, çocuk oyun alanları gibi) barındıran konutlar anlamına geliyor. Sosyal konut, lüks konutla karıştırılmamalı. Sosyal konut, ulaşılabilir ve sağlıklı yaşam alanları sunmalıdır. Bu tür projelerin daha yaygın hâle gelmesi için ulaşılabilir konut dengesinin de iyi kurulması gerekiyor. Sosyal konut projeleri, yalnızca düşük gelirli kesimlere yönelik değil, aynı zamanda orta sınıf için de uygun fiyatlı, erişilebilir konutlar sunabilmelidir.

Türkiye'de konut sektöründe yatırım yapmayı düşünen bireyler için kooperatif modeli, gayrimenkul yatırım fonlarına kıyasla nasıl bir avantaj sunuyor?

Gayrimenkul yatırım fonları, özellikle yeni regülasyonlarla birlikte büyüyen bir alan olsa da hâlâ daha fazla gelişime ihtiyaç duyuyor. Bu fonlar, yatırımcıların hisse olarak alım yapabildiği bir model sunuyor, ancak doğrudan konut sahibi olmanızı sağlamaz. Yani, gayrimenkul yatırım fonlarında, yatırımcılar portföylerine katkı sağlamak amacıyla hisse alırken, konut sahibi olma imkânı bulunmaz.

Diğer yandan, kooperatif modeli, yatırımcıların doğrudan konut sahibi olabilmesi açısından önemli bir avantaj sunuyor. Kooperatifler, belirli bir proje ya da konut grubunda yer almak isteyen bireylere mülk edinme fırsatı tanır. Yani, kooperatife girip o projede ev sahibi olabilirsiniz. Eğer hedefiniz yalnızca paranızın değerlenmesi ise, gayrimenkul yatırım fonları ya da proje gayrimenkul fonları sizin için daha uygun olabilir.

Biz de CVS Portföy olarak gayrimenkul yatırım fonu modelini uyguluyoruz ve yatırımcılarımıza farklı ölçeklerde yatırım yapma fırsatı sunuyoruz. Gayrimenkul yatırım fonlarımız, küçük bütçelerle büyük projelere ortak olma imkânı sağlayarak, yatırımcılara profesyonel yönetilen bir gayrimenkul yatırım aracına dâhil olma şansı tanıyor. Ancak doğrudan konut sahibi olmayı hedefleyenler için kooperatif modeli hâlâ daha etkili bir çözüm olarak öne çıkıyor.

Gayrimenkul yatırım fonlarının Türkiye'deki mevcut durum ve geleceği hakkında görüşleriniz nelerdir? Tulpar Holding bünyesinde kurduğunuz bir gayrimenkul yatırım fonu bulunuyor. Bu fonla yatırımcılara hangi fırsatları sunuyorsunuz?

Türkiye'de gayrimenkul yatırım fonlarının geleceğinin, mevcut regülasyonların gelişimine ve sektördeki dinamizme bağlı olarak şekilleneceğini öngörüyoruz. Şu anda, bu fonların daha efektif ve erişilebilir bir hâle gelmesi için düzenlemelerin iyileştirilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Yatırımcılar ve tüketiciler için gayrimenkul yatırım fonlarının daha yaygın ve kullanışlı olabilmesi adına sürekli güncellenmesi gereken bir yapı bulunuyor.

> Hava Kent olarak yerel kimliği ön planda tutuyoruz ve böylece hem bölgeye özgü yaşam alışkanlıklarını yansıtıyor hem de global pazarda rekabetçi bir fiyat ve kaliteli yaşam alanları sunmayı hedefliyoruz.





Sosyal konut, lüks konutla karıştırılmamalı. Bu tür projeler, yalnızca düşük gelirli kesimlere yönelik değil, aynı zamanda orta sınıf için de uygun fiyatlı, erişilebilir konutlar sunabilmelidir.



“Türkiye’de Konut ve Sosyal Konut Projelerine Yönelik Talep Daha Güçlü”

Dünya genelindeki gayrimenkul yatırım trendlerine baktığımızda, konut ihtiyacının hâlâ temel odak noktası olduğunu görüyoruz. Ancak bazı bölgelerde alışveriş merkezi talebi azalmış durumda; bunun başlıca nedeni online alışverişin hızla yayılması. Aynı şekilde, otel ve turizm yatırımları da bölgesel farklılıklar gösteriyor. Turizmin daha yoğun olduğu bölgelerde bu tür yatırımlar önemli bir yer tutmaya devam ederken diğer bölgelerde daha sınırlı kalabiliyor.

Türkiye ile dünya genelindeki gayrimenkul trendlerini karşılaştırdığımızda, ortak noktalardan biri konut ihtiyacının her iki taraf için de ön planda olması. Ancak Türkiye'deki dinamikler, gelişmiş ülkelerden biraz daha farklı. Türkiye'de, özellikle büyük şehirlerdeki hızlı nüfus artışı ve kentleşme, konut talebini sürekli olarak yüksek tutuyor. Öte yandan, gelişmiş ülkelerde sosyal konut talebi genellikle daha düşük olsa da Türkiye'de bu alanda hâlâ büyük fırsatlar bulunuyor. Türkiye'deki yüksek arazi fiyatları ve kentsel dönüşüm süreci gibi faktörler, konut üretiminde daha karmaşık bir yapıyı beraberinde getiriyor. Dünya genelindeki gayrimenkul trendleriyle Türkiye'deki gelişmeler arasında benzerlikler olsa da Türkiye'nin büyüyen nüfusu ve gelişen ekonomik yapısı, özellikle konut ve sosyal konut projelerine olan talebi daha güçlü kılıyor.

Tulpar Holding olarak hem gayrimenkul yatırım fonumuz hem de proje gayrimenkul yatırım fonumuzla yatırımcılara çeşitli fırsatlar sunuyoruz. Bu fonlar sayesinde, küçük bütçelerle büyük projelere ortak olabilme imkânı sağlıyoruz. Küçük yatırımcıların, büyük alım satım işlemleri ve proje geliştirme fırsatlarına dâhil olmalarını mümkün kılarken, hacmi arttırarak kârı da yükseltiyoruz. Bu modelde, bireysel yatırımcılığın ötesine geçiyoruz ve profesyonel, liyakat sahibi ekiplerin uzmanlığına dayalı yatırım stratejileri ile daha büyük, daha sağlam fırsatlar yaratıyoruz. Yatırımcılar, sadece finansal kazanç sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda uzman kadroların oluşturduğu projelere katılma fırsatı da buluyor.

Türkiye’nin uluslararası marka değerini yükseltmek için hangi adımlar atılmalı? Sizce globalde ses getiren bir Türk markası yaratmanın en kritik noktaları neler?

Türkiye’nin uluslararası marka değerini yükseltmek için, öncelikle tasarımın daha ön planda olması gerekiyor. Türk markalarının global alanda tanınabilirliğini artırmak için, tasarım ve estetik kaygılarının ön plana çıkması gerekir. Tasarım, bir markanın sadece işlevselliğiyle değil, aynı zamanda kültürel bir ifade biçimi olarak da öne çıkmasını sağlar. Bu nedenle, tasarımsal özgünlük ve kalite, Türk markalarının küresel pazarda daha fazla dikkat çekmesini sağlayacak önemli faktörlerdir.

Türkiye'de marka değerini artırmak için bazı mevzuatların esnetilmesi veya daha yenilikçi bir yaklaşımın benimsenmesi de kritik. Tasarıma dayalı regülasyonların gelişmesi ve yaratıcı süreçlere daha fazla alan tanınması, markaların küresel pazarlarda rekabet gücünü artıracaktır. Ayrıca, dünya çapında marka değeri yüksek şehirler olan Barcelona, Londra, New York ve Dubai gibi yerlerde tasarımsal kaygıların daha az olmasına rağmen, bu şehirlerdeki markalar ve projeler hâlâ büyük ilgi görüyor. Bu durum, tasarımın işlevselliğiyle birleştiğinde büyük bir marka değeri yaratılabileceğini gösteriyor. Globalde ses getiren bir Türk markası yaratmak için tasarımın, yenilikçi yaklaşımın ve kültürel değerlerin harmanlanması gerekiyor. Türk markaları, estetik açıdan güçlü ve fonksiyonel tasarımlar sunarak dünya çapında tanınan ve tercih edilen markalar hâline gelebilir.

> Globalde ses getiren bir Türk markası yaratmak için tasarımın, yenilikçi yaklaşımın ve kültürel değerlerin harmanlanması gerekiyor.

GLOBAL BİR OYUNCU OLMA YOLUNDA
EMİN ADIMLARLA İLERLİYORUZ!

50 Ülkeye İhracat
550’den Fazla Ruhsatlı Ürün
319 Milyon Kutu Üretim Kapasitesi
62.000 m² Alana Kurulu Üretim Tesisi
EU-GMP Sertifikası



POLİFARMA
"Önce Hayat"

www.polifarma.com.tr
/polifarmailac
/polifarmailac

PF-BR-SP-52.Rev.No:0

Tarih, Kültür ve Ekonominin Kesişim Noktası

İspanya

Tarihsel gücünü ve kültürel zenginliğini modern dünyayla harmanlayan İspanya, Avrupa'nın altıncı büyük ekonomisi olarak, küresel arenada etkili bir rol üstleniyor.

İspanya, Roma İmparatorluğu'ndan Osmanlı'yı dahi etkileyen Endülüs Medeniyeti'ne, keşifler çağının öncülerinden büyük sömürge imparatorluğuna kadar tarih boyunca güçlü bir aktör olmayı başardı. Günümüzde ise Avrupa Birliği'nin (AB) en önemli ekonomilerinden biri olarak konumlanıyor. Avrupa kıtasının güneybatısında, İber Yarımadası üzerinde yer alan ülke, AB'nin ve Batı Avrupa'nın Fransa'dan sonra en büyük ikinci ülkesidir.

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan İspanya, tarihin derinliklerinden gelen bir mirası günümüze taşıyor. Antik çağlardan itibaren Roma, Vizigot, Endülüs Emevîleri ve Hristiyan krallıklarının hâkimiyetine giren İspanya, her dönemde kendine özgü bir kimlik geliştirdi. Bu da ülkeyi, kültürel anlamda Avrupa'nın en dikkat çekici ülkelerinden biri hâline getirdi.

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde 49 kültürel ve doğal mirası bulunan İspanya'nın köklü geçmişi, ülkenin kültürel, ekonomik ve jeopolitik yapısını şekillendirdiği gibi aynı zamanda küresel arenada önemli bir aktör olmasını sağlıyor.


Sobrellano Sarayı, Kantabria

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde 49 kültürel ve doğal mirası bulunan İspanya, tarihin derinliklerinden gelen mirası günümüze taşıyor.

NÜFUS, EKONOMİK DENGENİN BELİRLEYİCİ UNSURLARINDAN

Batı Avrupa'nın en geniş arazili ve en düşük nüfus yoğunluğuna sahip ülkelerinden biri olan İspanya'da nüfusun dağılımı, ülkedeki ekonomik ve siyasi dengeleri belirlemede önemli rol oynuyor. Nüfus ülke içinde eşit olmayan bir şekilde dağılıyor. Büyük şehirlerde ve kıyı şeridinde yoğunlaşan nüfusun yüzde 80'i kentsel alanlarda yaşıyor.

Nüfusun en yoğun olduğu bölgelerin başında, ülkenin merkezine inşa edilmiş olan Başkent Madrid ile Barselona ve Valensiya geliyor. Ülke topraklarının yüzde 50'den fazlasını oluşturan dört bölgede (Aragon, Castilla y Leon, Castilla-La Mancha ve Extremadura), nüfus yoğunluğu kilometrekareye 30 kişiden az ve bu dört bölge, ülkenin toplam nüfusunun yaklaşık yüzde 15'ini barındırıyor.

OTOMOTİV SANAYİSİNİN KÜRESELDEKİ ÖNEMLİ AKTÖRÜ

İspanya, Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomilerinden biri olarak, sanayi ve üretim alanında önemli bir güce sahip. Ülkenin ekonomisi, otomotiv, tekstil, kimya, turizm, gıda ve içecek gibi sektörlerde çeşitlilik gösteriyor. Özellikle otomotiv endüstrisi, İspanya'nın ihracat performansında büyük bir paya sahip. Volkswagen, Seat ve Renault gibi dünya devlerinin, İspanya'da üretim tesisleri bulunuyor.

%2,91
Büyüme Oranı

1.731
milyon dolar
GSYİH

35.789
dolar
Kişi Başı GSYİH
(IMF 2024 tahmini)

Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomilerinden biri olan İspanya'nın ekonomisi, otomotiv, tekstil, kimya, turizm, gıda ve içecek gibi sektörlerde çeşitlilik gösteriyor.

İhracat performansıyla da dikkat çeken ülkenin, başlıca ihracat ürünleri arasında otomobiller, makine ve ekipmanlar, kimyasal ürünler ve gıda maddeleri yer alıyor. İspanya, özellikle zeytinyağı, şarap ve turunçgiller gibi tarım ürünleriyle dünya pazarında da önemli bir paya sahip. İhracatının büyük bir kısmı AB ülkelerine yönelik olsa da son yıllarda Latin Amerika, Asya ve Afrika gibi bölgelere yapılan ihracatın artış gösterdiği görülüyor. Bu da İspanya'nın küresel ticaret ağındaki etkisini daha da güçlendiriyor.

YENİLENEBİLİR ENERJİYE YATIRIM HAMLESİ

İspanya, zengin mineral rezervleriyle Batı Avrupa'nın en önemli madencilik ülkelerinden biri olmasına rağmen, petrol ve doğal gaz kaynakları açısından sınırlı bir varlığa sahip. Demir dışı metaller ve değerli mineraller konusunda Avrupa'nın önde gelen üreticileri arasında yer alan ülkede, 100'e yakın farklı mineral ve maden rezervi bulunuyor. Başlıca madenlerin başında metaller ve mineraller arasında bakır, altın, demir, kurşun, çinko, alüminyum, magnezyum, civa, potasyum, flor, bentonit, kükürt, deniz ve kaya tuzu, kalay, kireçtaşı, tungsten ve kuvars geliyor.

İspanya, petrol ve doğal gaz açısından ise büyük ölçüde dışa bağımlı. Ülke, petrol ve doğal gazda ihtiyacının yüzde 99'unu, kömür ihtiyacının ise yüzde 70'ini ithal ediyor. Hem enerji bağımsızlığını artırmak hem de çevresel sürdürülebilirliği sağlamak isteyen İspanya, son yıllarda yenilenebilir enerji sektörüne büyük yatırımlar yapmaya başladı. Yenilenebilir enerji alanında Avrupa'nın öncülerinden biri olan ülke, 2030 yılında yenilenebilir enerjinin toplam enerji üretimindeki payını yüzde 42'ye çıkarmayı hedefliyor. Uzun vadeli planlar doğrultusunda, 2050 yılı itibarıyla ülkenin enerji ihtiyacının tamamının yenilenebilir kaynaklardan karşılanması ve sera gazı emisyonlarının 1990 seviyelerine kıyasla yüzde 20-21 oranında azaltılması öngörülüyor. Enerji verimliliğinin ise 2030 yılına kadar yüzde 39,6 oranında artırılması planlanlanıyor.



48,3
milyon
Nüfus
(IMF 2024 tahmini)

504.782
kilometrekare
Yüz ölçümü

2024'TE TURİZM REKORU KIRILDI

Dünyanın en çok ziyaret edilen ülkeleri arasında yer alan İspanya'nın ekonomik büyümesi, turizm ve hizmet sektöründe yaşanan gelişmelerle de destekleniyor. Ülke, Avrupa'nın en çok ziyaret edilen turistik destinasyonlarından biri olarak turizm gelirleriyle ekonomisini güçlendiriyor. 2024 yılında ise turizm verileriyle ekonomik anlamda yeni bir zirveye ulaşıldı. Endüstri ve Turizm Bakanı Jordi Hereu'nun açıkladığı rakamlara göre ülkeye gelen turist sayısı geçen yıla kıyasla yaklaşık yüzde 10 artarak 94 milyona ulaştı. Bu, İspanya'nın turizm tarihinde kaydedilen en yüksek ziyaretçi sayısı oldu. Bakan Hereu, turistlerin toplam harcamalarının da 2023'e göre yüzde 16 artış göstererek 126 milyar euro'ya yükseldiğini belirtti.

İspanya'nın, sosyal ve çevresel kaliteden yola çıkarak oluşturduğu turizm modeline önem verdiğini söyleyen Hereu, "Niteliksel olarak genişlemede bizi başarılı olmaya zorlayan bu niceliksel ilerleme devam ediyor ve ancak bu şekilde küresel turizmde liderliğimizi koruyabiliriz. Uzun mesafeli ve katma değeri yüksek pazarlarda daha yüksek büyüme oranlarına sahibiz. Bunu sürdürmek ve derinleştirmek istiyoruz." dedi.

İspanya turizminin 2025 yılında da büyümeye devam etmesini ve 2025'in ilk çeyreğinde 2024'e göre turist sayısında yüzde 9, turist harcamalarında ise yüzde 16'lık bir artış yaşanmasını öngörüyor. İspanya'ya gelen turistlerde İngilizler ilk sırada yer alırken onları Fransızlar, Almanlar, İtalyanlar, Hollandalılar ve Amerikalılar izliyor.



Plaza de España, Sevilla



La Sagra de Familia, Barcelona

Yenilenebilir enerji alanında Avrupa'nın öncülerinden biri olan İspanya, 2030 yılında yenilenebilir enerjinin toplam enerji üretimindeki payını yüzde 42'ye çıkarmayı hedefliyor.



İspanya'nın Birbirinden Farklı Turistik Değer Barındıran Şehirleri

- **Barselona ve Madrid:** Avrupa'nın en hareketli şehirlerinden olan bu iki başkent, kültürel ve sanatsal açıdan büyük bir çekim merkezi.
- **Endülüs Bölgesi:** Granada'daki El Hamra Sarayı, Sevilla'nın tarihi sokakları ve Cordoba'daki Kurtuba Camii ile bölge, İslam ve Avrupa kültürlerinin eşsiz sentezlerini barındırıyor.
- **Valensiya ve Bilbao:** İspanya'da gastronomi ve modern sanatın kalbinin attığı iki şehir.
- **İbiza ve Kanarya Adaları:** Dünyaca ünlü plajlara ve popüler bir eğlence hayatına sahip olan bu iki destinasyonu milyonlar ziyaret ediyor.


Bilbao Old Town

Türkiye ile arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkiler güçlenmeye devam eden İspanya, Ticaret Bakanlığının 2025 yılı için ihracatta hedef ülke olarak belirlediği 55 ülke arasında da yer alıyor.

TÜRKİYE VE İSPANYA ARASINDAKİ TİCARET HACMİ ARTIŞTA

Avrupa için stratejik bir ticari partner olan Türkiye'nin, İspanya ile arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkiler güçlenmeye devam ediyor. Bu da iki ülke arasındaki ticaret hacmine olumlu yansıyor. İspanya ayrıca Ticaret Bakanlığının 2025 yılı için ihracatta hedef ülke olarak belirlediği 55 ülke arasında da yer alıyor. Türkiye, özellikle sanayi ürünlerine yönelik talebini koruyan İspanya'ya 2024 yılında 9,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Ve en çok ihracat yapılan ülke sıralamasında İspanya yedinci sırada yer aldı.

İki ülke arasındaki ticaret 2025 yılında da hızlı bir başlangıç yaptı. Türkiye, 774 milyon dolarla İspanya'ya tüm zamanların en yüksek ocak ayı ihracatını gerçekleştirdi. Ülkenin İspanya'ya ihracatı ocak ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11,3 arttı ve İspanya, bu dönemde Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı sekizinci ülke oldu. İspanya'ya yapılan ihracatta en büyük payı 255,6 milyon dolarla otomotiv endüstrisi aldı. Sektörler özelindeki sıralama şu şekilde devam etti: 139,3 milyon dolarla kimyevi maddeler ve mamulleri, 125,2 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon, 44,8 milyon dolarla tekstil ve ham maddeleri ve 39,1 milyon dolarla elektrik ve elektronik.

İSPANYA, TÜRKİYE'YE EN ÇOK YATIRIM YAPAN BEŞİNCİ ÜLKE

Türkiye ile İspanya arasındaki resmî diplomatik ilişkiler, 1700'lü yıllara dayanıyor. 1980'lerin ortalarında, İspanya'nın NATO ve Avrupa Birliği'ne katılması ile iki ülkenin benzer liberal ekonomik politikalar izlemesi, ilişkilerin gelişmesine ivme kazandırdı. 2005 yılında başlatılan Medeniyetler İttifakı girişimi ise iki ülke arasındaki iş birliğine yeni bir boyut ekledi.

İspanya ile Türkiye arasındaki köklü diplomatik geçmiş ve güçlü ekonomik bağ, iki ülkenin ortak projeler ve karşılıklı yatırımlar yoluyla iş birliklerini daha da geliştirmelerine olanak sağlıyor. Ekonomik açıdan bakıldığında, İspanya, Türkiye'ye en fazla yatırım yapan beşinci ülke konumunda. 2023 yılı itibarıyla iki ülke arasındaki ticaret hacmi 19,2 milyar dolar seviyesine ulaştı. Türkiye'de faaliyet gösteren yaklaşık 775 İspanyol firmasının doğrudan yatırımları 11,27 milyar euro'ya ulaşırken İspanya'daki Türk yatırımcı firmaların sayısının ise 125 civarında olduğu biliniyor.

2024 yılında turizm tarihinde kaydedilen en yüksek ziyaretçi sayısına ulaşan İspanya'ya gelen turist sayısı, 2023 yılına kıyasla yaklaşık yüzde 10 artarak 94 milyona yükseldi.



ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş, ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kismi Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketleme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021 ve 27 Temmuz 2023 yıllarında toplamda 3 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 65 ülkede, Cat's White® markamız 25 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Turkey are around Ordu-Unye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win. Further accolades followed on 9th September 2021 and 27th July 2023, bringing the total number of awards to three. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 65 countries and our Cat's White® brand in 25 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Turkey's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontak e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentasbentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentasbentonit.com
E-mail	: contact@bentasbentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

Bentaş

We serve to 130 international customers in 75 countries.

As of 2024, the number of countries Bentas Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Turkey's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.





@BentasBentonit | **www.bentasbentonit.com**

TİM TÜRKİYE EXPORTERS ASSEMBLY | AMONG TOP 1000 EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT · WHITE SAND · CAT'S WHITE · rocat

Türkiye'nin Rüzgârı Enerjiye Güç Veriyor



Kullanımı ve teknolojisi en hızlı gelişen yenilenebilir enerji kaynaklarının başında gelen rüzgâr enerjisindeki toplam kurulu güç, şubat ayı itibarıyla 13.046 megavata ulaştı. Rüzgâr, Türkiye'nin sürdürülebilir enerji dönüşümünde kilit rol oynamaya devam ediyor...

Son 22 yılda enerji talebinin üç katına çıktığı Türkiye, enerji arz güvenliğini sağlamak, ekonomisini dış etkilere karşı korumak ve karbon ayak izini azaltmak için son yıllarda yenilenebilir enerji yatırımlarına ağırlık verdi. Yenilenebilir enerji kaynaklarında sahip olduğu kaynak gücü, Türkiye'nin enerji haritasında yepyeni bir dönemin kapılarını aralarken bu dönüşümde en güçlü paydaşlardan biri ise rüzgâr enerjisi...

Günümüzde kullanımı ve teknolojisi en hızlı gelişen yenilenebilir enerji kaynaklarının başında rüzgâr enerjisi dönüşüm sistemleri geliyor. Rüzgâr türbin teknolojisindeki hızlı gelişmeler, rüzgârdan üretilen elektrik enerjisi maliyetlerinin geleneksel güç santralleriyle rekabet edebilecek seviyelere gelmesi ve çevresel etkilerin minimum olması gibi unsurlar rüzgâr enerjisi sistemlerinin yaygınlaşmasının önünü açtı.

Türkiye'nin yedi bölgesine yayılan yaklaşık 280 rüzgâr santrali ve 4.360'tan fazla türbin, kesintisiz bir şekilde enerji üretmeye devam ediyor. Şubat ayı itibarıyla toplam kurulu gücü 13.046 megavata ulaşan rüzgâr enerjisi, Türkiye'nin sürdürülebilir enerji dönüşümünde kilit bir rol oynuyor.

RÜZGÂRIN GÜNLÜK ELEKTRİK ÜRETİMİNDEKİ PAYI YÜZDE 14

2024 yılı itibarıyla Türkiye'nin rüzgâr enerjisi kapasitesi 13.000 megavatı aştı. Bununla birlikte rüzgâr enerjisinin günlük elektrikteki üretim payı ise yaklaşık yüzde 14'e çıktı. Bu oranın, yıl sonuna kadar tamamlanması planlanan farklı projeler sonucunda artması bekleniyor. Rüzgâr enerjisi sektöründeki büyüme yalnızca kurulu güçle sınırlı kalmıyor; aynı zamanda yerli sanayi de güçlenmeye devam ediyor.

Türkiye'de faaliyet gösteren yedi kule, dört kanat, dört jeneratör ve dişli kutusu üretim tesisi, rüzgâr enerjisi ekipmanlarının büyük bir kısmını yerli kaynaklarla karşılıyor. Bunun yanı sıra yüzlerce farklı sanayi kuruluşu da sektöre destek sağlayarak üretim kapasitesini artırmayı sürdürüyor. 2024 yılında Türkiye'nin rüzgâr enerjisi ekipman üretimi, 2,2 milyar dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaştı. Önümüzdeki dönemde yapılacak yatırımlarla bu rakamın 10 milyar dolara çıkması öngörülüyor.

TÜRKİYE, RÜZGÂRDA AVRUPA ÜÇÜNCÜSÜ

Türkiye, 1,5 milyar euro'luk ihracat hacmiyle rüzgâr enerjisi tedarik zincirinde Avrupa'nın en güvenilir ortağı konumunda. Bu kapsamda ülkemiz rüzgâr enerjisi sanayisine yapılacak yatırımlar, enerji bağımlılığı yüksek olan ülkemiz ekonomisinin refahı açısından büyük önem taşıyor. Avrupa Rüzgar Enerjisi Birliği WindEurope'un hazırladığı "2025-2030 İstatistikler ve Görünüm Raporu"ndan derlenen verilere göre Avrupa'da 2024 yılında rüzgâr enerjisinde toplam 16,4 gigavatlık kapasite artışı kaydedildi. Bu büyümenin 13,8 gigavatlık ise kısmı karasal rüzgâr santrallerinden geldi. 2024'te en yüksek karasal rüzgâr kapasitesini sisteme dâhil eden ülke 3,2 gigavat ile Almanya olurken Almanya'yı 1,4 gigavat ile Finlandiya ve 1,3 gigavat ile Türkiye takip etti. İspanya 1,1 gigavat, Fransa ise 1 gigavatlık kapasite artışıyla listede yer aldı.

Aynı raporda, rüzgâr enerjisinde toplam kurulu güç açısından yapılan değerlendirmede ise Türkiye, Avrupa'nın altıncısı oldu. Türkiye'nin, 13,8 gigavat ile altıcı sıraya yerleştiği listenin ilk beşinde yer alan ülke ve toplam kapasiteleri ise şöyle: Almanya 72,7 gigavat, Birleşik Krallık 31,6 gigavat, İspanya 31,2 gigavat, Fransa 24,4 gigavat, İsveç 17,2 gigavat.

Avrupa, güncel olarak 285 gigavat rüzgâr enerjisi kapasitesine

> Türkiye'nin yedi bölgesine yayılan yaklaşık 280 rüzgâr santrali ile 4.360'tan fazla rüzgâr türbini, kesintisiz bir şekilde enerji üretiyor.

AVRUPA'DAKİ KARASAL RÜZGÂR ENERJİSİNDE EN FAZLA KURULUM YAPAN 10 ÜLKEYE AİT VERİLER

Ülke	*Kapasite artışı (MW)*	*Türbin Sayısı*
Almanya	3.292	644
Finlandiya	1.414	235
Türkiye	1.310	272
İspanya	1.183	227
Fransa	1.081	387
İsveç	1.015	165
Polonya	805	244
Birleşik Krallık	739	198
İtalya	685	167
Litvanya	522	83

Kaynak: *Avrupa Rüzgar Enerjisi Birliği*

sahip. Bu kapasitenin, 248 gigavatı karadan, 37 gigavatı açık denizden sağlanıyor. 2025-2030 yılları arasında ise toplam 187 gigavatlık yeni rüzgâr enerjisi kapasitesi kurmayı hedefliyor. Diğer yandan, 2024 yılı itibarıyla Avrupa'da karasal rüzgâr türbinlerinin ortalama kapasitesi 4,6 megavat, deniz üstü rüzgâr türbinlerinin ortalama kapasitesi ise 10,1 megavat olarak belirlendi. Türbin kurulumlarında Almanya 644 türbinle ilk sırada yer alırken, Fransa 387 türbinle ikinci, Türkiye ise 272 türbinle üçüncü sırada konumlandı.

RÜZGÂR ENERJİSİNDE BÜYÜK ATILIM

Yaklaşık 20 yıldır yenilenebilir enerji kaynaklarının sisteme entegrasyonu için uygulanan modeller ve ekosistem krizi ile mücadele için atılan adımlar, Türkiye'nin 2053 yılı net sıfır emisyon hedefine ulaşmasına destek oluyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2024-2028 Stratejik Planı'nda sıfır karbon odaklı enerji dönüşümünü strateji amaçlarından biri olarak belirledi ve bu doğrultuda 2035 yılına yönelik yol haritası ile güneş ve rüzgâr kurulu güç hedeflerini güncelledi.

Yenilenebilir enerji kapasitesini 2035 yılına kadar 120 bin megavata çıkarmayı hedefleyen Türkiye için Yenilenebilir Enerji Kaynak Alanı (YEKA) projeleri büyük önem taşıyor. Şubat ayında düzenlenen YEKA RES 2024 yarışmaları sonucunda, üç ildeki beş bölgede toplam 1.200 megavatlık bağlantı kapasitesi tahsis edildi. Yeni projelerin hayata geçmesiyle birlikte, rüzgâr enerjisinin Türkiye'nin elektrik üretimindeki payı daha da yükselecek.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, YEKA RES-2024 yarışmaları sonrasında yaptığı basın açıklamasında, Türkiye'deki tüm hane halkının elektrik ihtiyacının rüzgâr ve güneş santrallerinden karşılandığını vurguladı. Rüzgâr ve güneş enerjisindeki 33 bin megavat olan kurulu gücü, 120 bin megavata çıkarmayı hedeflediklerini söyleyen Bakan Bayraktar şöyle devam etti: "Bu hedefe ulaşmak için yerli ve yabancı yatırımcıların daha büyük ölçekli projeler geliştirmesi açısından YEKA modelini de hayata geçirmeye devam ediyoruz. Türkiye'de rüzgar enerjisine 1,2 milyar dolarlık bir yatırım gerçekleştirilecek. Yerli ekipman üretimine yönelik bugüne kadar sağladığımız desteklerle üretici sayısını 27'den 500'e çıkardık. Bu süreçte, 50 bin kişiye yeşil istihdam imkânı sağladık."

> Türkiye'nin dört bölgesinde; yüzer hâlde toplam 47 gigavat ve sabit temelli 7 gigavat olmak üzere toplamda 54 gigavatlık deniz üstü rüzgâr santralinin kurulabileceği öngörülüyor.

DENİZ ÜSTÜ RÜZGÂR ENERJİSİNDEKİ POTANSİYEL DİKKAT ÇEKİYOR

Günümüzde rüzgar türbinlerinin büyük çoğunluğu karasal alanlara kurulsa da denizlerin rüzgâr potansiyelinin fazla olması ve kurma teknolojilerindeki son gelişmeler deniz üstü rüzgâr santralleri (Off-Shore) uygulamalarını da yaygınlaştırmaya başladı. Özellikle de yoğun nüfuslu kıyı bölgelerindeki enerji ihtiyacının karşılanmasında, metrekare başına ürettiği enerji ve gigavat ölçeğinde sağladığı temiz kaynak ile deniz üstü rüzgâr enerjisi santralleri dikkat çekmeye başladı. Avrupa Rüzgar Enerjisi Birliği WindEurope'a göre deniz üstü rüzgâr enerjisi kapasitesi 2023'te önceki yıla göre yüzde 24 yükseldi ve 75,2 gigavata ulaştı.

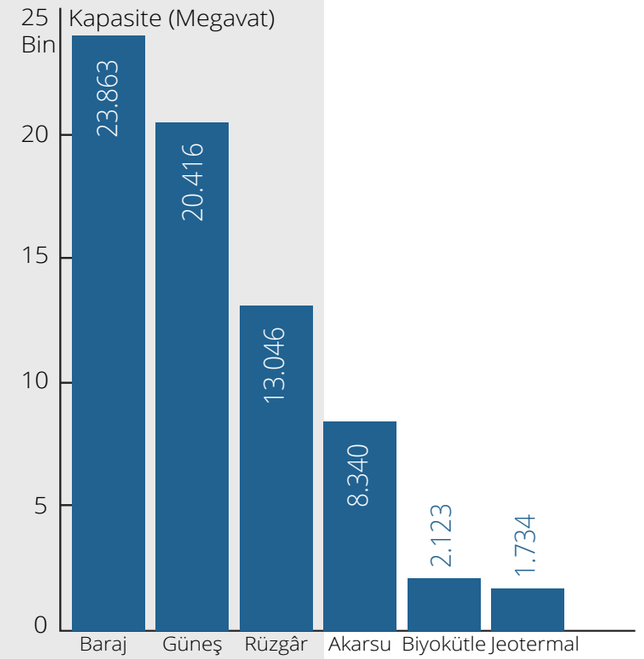
2035 yılına kadar deniz üstü rüzgâr enerjisi için 5 gigavatlık kurulu kapasite oluşturma hedefi belirleyen Türkiye'nin, bu alandaki projelere yönelik çalışmaları sürüyor. Bakanlığın açıklamasına göre Türkiye'nin deniz üstü rüzgar enerjisi projeleri için tahsis edilen YEKA alanları ve büyüklükleri şu şekilde: Bandırma açıklarında 1.111 kilometrekare, Bozcaada açıklarında 299 kilometrekare, Gelibolu açıklarında 75,6 kilometrekare ve Karabiga kıyılarında 410 kilometrekare.

TÜRKİYE'DE 54 GİGAVATLIK DENİZ ÜSTÜ RÜZGÂR SANTRALİ KURULABİLİR

Dünya Bankası Grubu'nun Türkiye'de başarılı bir denizüstü rüzgar enerjisi sektörünün oluşturulması için geleceğe dönük izlenebilecek süreci ortaya koyan yol haritasında ise Türkiye'nin karasularında bulunan deniz üstü rüzgâr enerjisi kaynağı alanlarının toplam 75 gigavatlık teknik potansiyele sahip olduğu öngörülüyor. Rapor, Türkiye'de yüzer ve sabit temelli kurulumlar için dört potansiyel alan bulunduğunu belirtiyor. Karadeniz'de yüzer kurulumlar için 13,9 gigavat ve sabit temelli kurulumlar için 1,3 gigavatlık bir potansiyel tespit edilirken Marmara Denizi'nde yüzer kurulumlar için 19,2 gigavat ve sabit temelli kurulumlar için 2,8 gigavatlık bir potansiyel mevcut.

Çanakkale'de 7,5 gigavat yüzer ve 1,6 gigavat sabit temelli kurulumların, Ayvalık'ta da 2,8 gigavat yüzer ve 1 gigavat sabit temelli kurulumların yapılabileceği hesaplanıyor. Belirlenen küçük alanlarla birlikte Türkiye'nin dört bölgesinde; yüzer hâlde toplam 47 gigavat ve sabit temelli 7 gigavat olmak üzere toplamda 54 gigavatlık deniz üstü rüzgâr santralinin kurulabileceği öngörülüyor.

TÜRKİYE'NİN ELEKTRİK KAPASİTESİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ GÜÇLERİNİN DAĞILIMI



"RÜZGÂR, ENERJİ ARZ GÜVENLİĞİMİZİ GÜÇLENDİRECEK POTANSİYELE SAHİP"



İbrahim Erden
Türkiye Rüzgar Enerjisi Birliği (TÜREB) Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye, yaklaşık 14.000 megavatlık rüzgâr kurulu gücü ile Avrupa'da rüzgâr sanayisinde beşinci, kurulu güçte ise altıncı büyük ülke konumunda. Bu başarıda, 2009 yılında yapılan "yerli aksam" düzenlemesi kritik bir dönüm noktası oldu. Düzenleme sayesinde Türkiye'de türbin ekipmanları ve bileşenlerinin üretimi teşvik edildi ve 2010'lu yıllardan itibaren de yıllık ortalama 800-850 megavat kurulum seviyelerine ulaşıldı. Türkiye'nin enerji ihracatındaki karnesine bakıldığında, birincil enerji kaynaklarını temin etme noktasında yüzde 70'in üzerinde dışa bağımlılığı olduğu görülüyor. Rüzgâr enerjisi, ülkemizin enerji arz güvenliğini güçlendirecek, dışa bağımlılığı azaltacak ve yerli kaynak kullanımını teşvik edecek önemli bir çözüm olarak dikkat çekiyor.

Hatırı sayılır ölçüde rüzgâr potansiyeli olan Türkiye'de sadece rüzgâr yatırımlarının değil sanayisinin de gelişimine katkıda bulunulmalı. 2024 itibarıyla devreye alınan kapasitelerimiz tekrar yükselişe geçti. Önümüzdeki dönemde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) tarafından uygun görüş verilen ve tahsisleri tamamlanmak üzere olan 19.000,00 megavata yakın depolamalı RES kapasiteleriyle birlikte 2026 yılından itibaren sektörümüzün önemli bir sıçrama yapacağını öngörüyoruz. Bununla birlikte Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023'te stratejik ürün ve teknolojik alanları belirleyerek rüzgâr başta olmak üzere yenilenebilir enerji ekipmanlarını listeye dâhil etti. Program, yatırımcıların uzun vadeli yatırım kredisine erişimini kolaylaştırıp yüksek teknoloji yatırımlarını hızlandıracak.

"YATIRIMCILARI ÇEKECEK TEŞVİK PAKETLERİNE İHTİYAÇ VAR"

Türkiye'de rüzgâr enerjisine yönelik devlet teşvikleri ve destek mekanizmaları, yatırımcıları sektöre çekmek adına önemli bir rol oynuyor. Özellikle YEKA ihaleleri ve sabit fiyatlı alım garantileri, sektörde yatırım yapmayı cazip hâle getiren başlıca mekanizmalardan. Ancak bu teşviklerin yetersiz kaldığı noktalar da bulunuyor. Yatırımcıların uzun vadeli planlama yapabilmesi için teşviklerin öngörülebilirliği ve sürekliliği büyük önem taşıyor. Yatırımcılar, enerji depolama projeleri ve hibrit santraller gibi yenilikçi çözümlere yönelirken uzun vadeli finansman modelleri ve uluslararası yatırımcıları Türkiye'ye çekebilecek yeni teşvik paketlerine ihtiyaç duyuluyor.

Türkiye'nin deniz üstü (offshore) rüzgâr enerjisi potansiyeli göz önüne alındığında, bu alandaki yatırımları hızlandıracak özel teşviklerin de devreye alınması bekleniyor. Türkiye'de hâlihazırda kurulu bir deniz üstü rüzgâr santrali bulunmuyor ancak 2035 yılına kadar deniz üstü rüzgâr enerjisi kurulu gücünün 5 gigavat seviyesine ulaşması hedefleniyor. Bu bağlamda henüz mevzuat dışında bu hedefe ulaşmak için yeterli bir ilerleme kaydedilemedi. Uygun sahaların sınırlı olması, karasal sahaların verimliliğinin yüksek ve henüz doldurulmamış sahaların çok miktarda olmasından ötürü yatırımcıları deniz üstü rüzgâr projelerine yönlendirmekte zorluklar yaşanıyor. YEKA-4 ihalesinde de görüldüğü üzere deniz üstü rüzgâr enerji sahalarında da izinlendirilmiş sahalarda projelerin daha hızlı geliştirilebileceği düşünülüyor.

> YEKA ihaleleri ve sabit fiyatlı alım garantileri, sektörde yatırım yapmayı cazip hâle getiren başlıca mekanizmalardan.



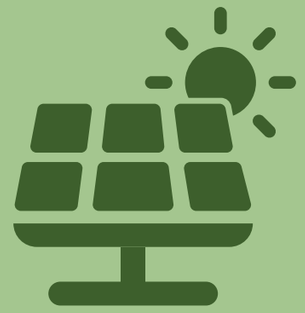
Türkiye Rüzgârın Gücünü **Avantaja Çevirdi**

Rüzgâr enerjisindeki mevcut kapasitesini artıran Türkiye, enerji bağımsızlığı ve sürdürülebilirlik hedeflerine doğru emin adımlarla ilerliyor. 2035 ve 2053 hedefleri doğrultusunda yapılacak yatırımların, ülkenin rüzgâr enerjisi alanındaki liderliğini pekiştirmesi bekleniyor.



13.046 MW

Türkiye'nin rüzgâr enerjisindeki kurulu gücü



120.000 MW

2035 yılına kadar rüzgâr ve güneşteki enerji kapasitesinin ulaşması için belirlenen hedef

%18,7

Rüzgâr enerjisinin yenilenebilir enerji içindeki payı



%14

Türkiye'deki rüzgâr santrallerinin günlük elektrik üretimindeki payı

287

Rüzgar enerjisi kapasitesinde lisanslı santrallerin sayısı

89

Rüzgar enerjisi kapasitesinde lisanssız santrallerin sayısı

48

Türkiye'de rüzgâr santrali bulunan il sayısı

Rüzgâr Enerjisinde İl Bazında Kapasite Dağılımı

İzmir: 1.813 MW

Balıkesir: 1.404 MW

Çanakkale: 1.042 MW

İstanbul: 837 MW

Manisa: 712 MW

Türkiye'nin **7 bölgesinde, 378** rüzgar santrali ve **4.360'tan** fazla **rüzgâr türbini** faaliyet gösteriyor.

Kaynak: *T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Türkiye Elektrik İletim AŞ (TEİAŞ) Enerji Atlası*

Türkiye

Sağlıkta Küresel Marka Olma Yolunda



Türkiye, sağlık sektöründe gerçekleştirdiği yatırımlar ve stratejik planlamalarla küresel sağlık hizmetlerinde önemli bir oyuncu olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. 2002 yılındaki "Sağlıkta Dönüşüm Projesi"yle başlayan atılımlar bugün başarılı sonuçlarını vermeye başladı ve Türkiye, küresel sağlık sektöründe rekabet gücünü yüksek aktörlerden biri hâline geldi.

Sağlık sektörü günümüzde, yalnızca bireylerin hastalıklardan korunmasını ve tedavi edilmesini sağlayan bir sistem olmanın ötesinde; toplumsal refahın, ekonomik kalkınmanın ve sürdürülebilir gelişmenin temel yapı taşlarından biri olarak konumlanıyor. Türkiye ise özellikle son birkaç yıldır bu alana yönelik yapmış olduğu yatırımlarla sağlıkta küreselin önemli aktörlerinden biri hâline geldi. Son yirmi yılda geçirdiği dönüşümle birlikte yalnızca hizmet sunum kapasitesini değil, aynı zamanda kurumsal yapısını, altyapısını ve finansal sürdürülebilirliğini de yeniden şekillendirdi. Kamu-özel iş birlikleri, dijital sağlık uygulamaları ve artan sağlık turizmi potansiyeli gibi dinamiklerle Türkiye, sağlık alanında bölgesel bir cazibe merkezi olmayı başardı.

Bu dönüşüm, yalnızca ulusal düzeyde değil küresel ölçekte de Türkiye'nin sağlık sektörünü stratejik bir güç hâline gelmesini sağladı. Artan sağlık yatırımları, nitelikli insan kaynağı, yaygın hastane ağı, yerli üretim odaklı politikalar ve güçlü kamu sağlığı uygulamaları, Türkiye'yi hem sağlık hizmeti alıcısı hem de sağlayıcısı olarak rekabetçi bir konuma taşıdı

TÜRKİYE KÜRESELE GÖRE DAHA VERİMLİ BİR SAĞLIK MODELİ SUNUYOR

2023 yılında küresel sağlık sektörünün toplam büyüklüğü 8,4 trilyon dolar seviyesine ulaştı. 2024 yılında bu rakamın yüzde 7,4 oranında artarak 9 trilyon doları aşması öngörülüyor. Bu büyümenin itici gücü; yaşlanan nüfus, kronik hastalıklardaki artış, dijital sağlık teknolojilerindeki gelişmeler ve sağlık hizmetlerine erişim talebinin artması olarak gösteriliyor.

Organisation for Economic Co-operation and Development'in (OECD) 2023 verilerine göre sağlık harcamalarının GSYH içindeki payı; ABD'de yüzde 17, Almanya'da yüzde 12, Fransa'da yüzde 11 olarak kaydedildi. Türkiye'de ise bu oran yüzde 4,3 seviyesinde gerçekleşti. Bu durum, Türkiye'nin finansal olarak hâlâ gelişme potansiyeli taşıdığını gösterse de aynı zamanda daha verimli bir model sunduğuna işaret ediyor. Türkiye, daha düşük maliyetlerle kaliteli sağlık hizmeti sunarken bu maliyet-etkin yapı özellikle sağlık turizmi açısından önemli bir avantaj yaratıyor.

KÜRESEL ÖLÇEKTE SAĞLIK HİZMETİ SUNULUYOR

Sağlık Bakanlığına bağlı Uluslararası Sağlık Hizmetleri AŞ'nin (USHAŞ) verilerine göre Türkiye, sağlık turizminde küresel ölçekteki yerini güçlendirmeye devam ediyor. 2024 yılında 1,5 milyondan fazla yabancı hastaya hizmet veren ülkemiz, sağlık turizminden yaklaşık 3 milyar dolar gelir sağlamış oldu. 2025 yılı için öngörülen hedef ise 2 milyon hasta ile 12 milyar dolarlık gelir barajını aşmak.

Dost ülkelerin yanı sıra Avrupa ve Orta Doğu coğrafyasından gelen hastalar için de bir çekim merkezi olan Türkiye, özellikle Almanya, İngiltere, Rusya, Irak,

> OECD'nin 2023 verilerine göre sağlık harcamalarının GSYH içindeki payı; ABD'de yüzde 17, Almanya'da yüzde 12, Fransa'da yüzde 11 olarak kaydedildi. Türkiye'de ise bu oran yüzde 4,3 seviyesinde gerçekleşti.



> 2024 yılında 1,5 milyondan fazla yabancı hastaya hizmet veren Türkiye, sağlık turizminden yaklaşık 3 milyar dolar gelir sağladı. 2025 yılı için öngörülen hedef ise 2 milyon hasta ile 12 milyar dolarlık gelir barajını aşmak.

Azerbaycan, Kazakistan ve Orta Asya ülkelerinden yoğun talep görüyor.

Küresel sağlık turizmi gelirlerinin 100 milyar dolar seviyesinde olduğu tahmin ediliyor ve 2028'e kadar bu rakamın 127 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Türkiye ise aynı dönemde sağlık turizmi gelirini 20 milyar dolara çıkarmak için hedef koymş durumda. Bu da Türkiye'nin global pazardaki payını anlamlı biçimde büyütme iddiasını ortaya koyuyor.

EN ÇOK TALEP ESTETİK CERRAHİSİNE

Dünyanın en gelişmiş sağlık altyapılarından birine sahip olan Türkiye, yapmış olduğu yatırımlar sayesinde sağlık alanında dışa bağımlı bir ülke olmaktan çıktı. Öyle ki sağlık turizmi, güçlü ve bağımsız Türkiye ekonomisinin en önemli lokomotiflerinden biri hâline geldi. Bu ekonomiye en fazla katkı sağlayan ve en yoğun şekilde talep gören branşların başında ise estetik cerrahisi geliyor.

Estetik cerrahisi, diş tedavileri, göz sağlığı, onkoloji, organ nakli ve obezite cerrahisi gibi yüksek talep gören branşlar, Türkiye'nin sağlık turizminde cazibe merkezi olmasını sağlıyor. Özellikle saç ekimi alanında dünyada lider ülkeler arasında yer alan Türkiye, organ nakli konusunda da ilk 10 ülke içinde bulunuyor.

Yeni yatırım politikaları ve devlet destekleri ile birlikte geriatri, kök hücre tedavisi, robotik cerrahi ve termal sağlık turizmi gibi alanlarda da kapasite artışı hedefleniyor. Sektör temsilcileri, son teknolojilerle donatılmış hastaneleri ve uzman kadrolarıyla Türkiye'nin, 2025 yılında da küresel çapta tercih edilen bir merkez olmaya devam edeceğini söylüyor. Ayrıca Türkiye'nin bu alanlarda "güçlü bir sağlık markası" olarak konumlandığını da vurguluyor.

İSTANBUL, SAĞLIK TURİZMİ HİZMETİNDE LİDER

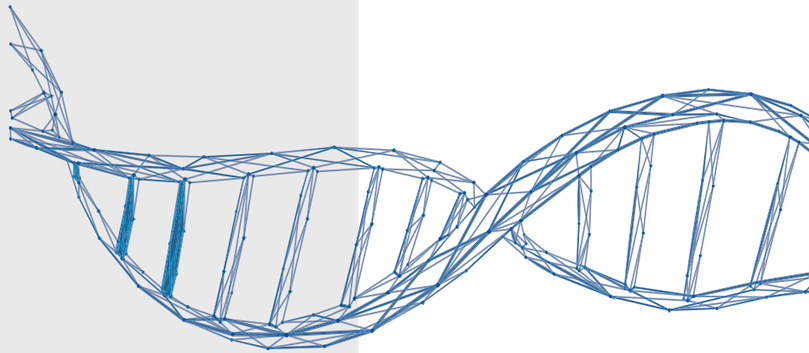
Türkiye, sağlık altyapısına yapılan yatırımlar, şehir hastaneleri modeli, yaygın aile hekimliği sistemi ve nitelikli sağlık personeliyle hem kamu hizmetleri hem de sağlık turizmi açısından dikkate değer bir başarı gösteriyor. Özellikle İstanbul, sağlık alanında en kapsamlı hizmeti sunan şehirlerin başında geliyor. İstanbul'da, 53 kamu, 146 özel ve 16 üniversite olmak üzere toplam 215 hastane bulunuyor. Ağız diş sağlığında hizmet veren 4 bin 460 sağlık tesisinin yer aldığı şehirde hastane, tıp merkezi, poliklinik, muayenehane ve eczane gibi sağlık hizmeti sunan toplam 21 bin 655 sağlık tesisi aktif olarak hizmet sağlıyor.

İstanbul İl Sağlık Müdürü Doç. Dr. Abdullah Emre Güner, Anadolu Ajansı'na (AA) yapmış olduğu değerlendirmede, "Biz yüksek sağlık ekonomisi amaçlıyoruz. Sağlık turizminde 100 milyar dolarlık hedefimiz var. Sağlık turizmi olarak Türkiye'nin ekonomisine normal turizm gibi büyük katkıda bulunabileceğimize inanıyoruz." dedi. İstanbul'da 2024 yılında 1 milyonu aşan sağlık turizmi hizmeti verildiğini vurgulayan Güner, "Dünyada 200'den fazla ülkeden insanlar gelip İstanbul'da sağlık hizmeti aldı. "İstanbul'da büyük ameliyatlardan genel cerrahi operasyonlara, plastik cerrahinin major ameliyatları, büyük 'A' grubu ameliyat dediğimiz cerrahi, kadın doğumun ameliyatlarıyla veya kanser tedavileriyle beraber büyük hizmet sunuyoruz. İstanbul, sadece Türkiye'nin yüzde 40'ına değil, şu anda tüm dünyaya hizmet veriyor. Sağlık turizminde plastik cerrahi, genel cerrahi, kadın doğum, kulak-burun-boğaz gibi bütün branşlarda bu hizmeti veriyoruz. Estetikle ilgili operasyonlardan büyük talep karşılıyoruz. Bunun dışında yurt dışından onkolojik cerrahiler veya kemoterapi hizmetleri gibi alanlardan da büyük talep geliyor." şeklinde konuştu.

BİYOTEKNOLOJİ ÜRETİM HAMLESİ DEVREDE

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2030 vizyonu doğrultusunda hayata geçirilmesi planlanan Ulusal Omiks Platformu ve Biyoteknoloji Üretim Programı, Türkiye'yi küresel sağlık ve ilaç pazarında güçlü bir oyuncu hâline getirmeyi amaçlıyor. Ulusal Omiks Platformu, bu teknolojiler üzerine kurulu bir veri ve analiz altyapısı sunacak. Yapay zekâ ile entegre çalışacak bu platform sayesinde, sistem biyolojisine dayalı akıllı sağlık çözümleri geliştirilecek. Böylece Türkiye, sağlık teknolojilerinde yalnızca kullanıcı değil, veri üreten, işleyen ve ihraç eden bir merkez hâline gelecek.

Türkiye ilaç pazarında 9,35 milyar dolarlık hacmiyle dünyada ilk 20 ülke arasında yer alıyor. Biyoteknolojik ilaçların pazardaki payı ise yüzde 17,6'ya ulaşmış durumda. Buna rağmen biyoteknolojik ürünlerdeki ithalat bağımlılığı, bu alanda üretim hamlesinin stratejik gerekliliğini ortaya koyuyor. Bu bağlamda hayata geçirilen Biyoteknoloji Üretim Programı, biyobenzer ilaçların yerli üretimini artırmak ve Türkiye'yi uzun vadede net ihracatçı konumuna taşımak için devreye alındı. Şu an Türkiye'de ruhsatlandırılmış 374 biyoteknolojik ilaç ve 103 biyobenzer ilaç bulunuyor; bunların 33'ü yerli olarak üretiliyor. Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi kapsamında bu sayının hızla artırılması hedefleniyor.



“Karaca, Ev Yaşamının Her Alanına Dokunuyor”

Ekonomik ve toplumsal dönüşümlerle değişen tüketici beklentilerini her zaman yakından takip ederek ürünlerini geliştiren Karaca, sadece bir ürün tedarikçisi olmaktan çıkarak bugün, deneyim sunan bir markaya dönüştü.

Bir aile işletmesi olarak Süleymaniye'deki küçük bir züccaciye dükkânından yola çıkan Karaca, bugün 43 ülkede, 500'ü aşkın mağazasıyla dünyaya açılan bir marka hâline geldi. "Başarının sınırsızlığına inanmak" mottosuyla hareket eden Karaca, yarım asırlık yolculuğunda sadece ürünleriyle değil, insanların hayatına dokunan anlamlı deneyimler sunmasıyla fark yarattı.

Her adımda müşteri ihtiyaçlarını odağına alarak sektörde trend belirleyen bir marka olan Karaca, insanların sevdikleriyle paylaşmaya değer bulduğu anların bir parçası olma vizyonuyla 50 yılı aşkın süredir büyümesini sürdürüyor.

50 yıl önce Süleymaniye'de züccaciye dükkânı olarak başlayan ve bugün 43 ülkeye yayılan markanın, başarının sınırsızlığına inanan hikâyesi ilk günlerden bugünlere nasıl bir dönüşüm yaşadı?

Karaca'nın temelleri, 1973 yılında İstanbul Süleymaniye'de küçük bir cam atölyesinde atıldı. Kurucularımız Arif, Muzaffer, Sami ve Rahmi Karaca kardeşler, cam ürünlerini yalnızca satmakla kalmayıp el işçiliğiyle dekore ederek 1970'lerin piyasasında onlara katma değer kazandırıyordu. Bu anlayış, Karaca'nın bugüne kadar süregelen yenilikçi vizyonunun temelini oluşturdu. Cam işlemeciliğiyle başlayan bu yolculuk, zamanla porselen, sofra ve mutfak gereçlerine yöneldi. 1994'te paslanmaz çelik üretimiyle ürün gamımız genişledi, 2001'de ise ilk perakende mağazamızı açarak organizasyonel dönüşümümüzü hızlandırdık. 2008'de Emsan, 2014'te Jumbo gibi sektörün güçlü markalarını bünyemize katarak büyümeyi sürdürdük ve böylece Karaca, sadece bir ürün tedarikçisi olmaktan çıkarak deneyim sunan bir markaya dönüştü.

Kurulduğumuz günden bu yana global marka olma vizyonumuzdan hiç sapmadık. 50 yıllık süreçte, doğru zamanda yapılan iş birlikleri ve tasarım odaklı yeniliklerimizle marka kimliğimizi güçlendirdik. 2022'de yaptığımız logo değişimiyle minimalist “geyik” ikonunu benimsedik; bu ikon, Hititler'den günümüze Anadolu medeniyetlerinin sembolü olmasının yanı sıra globalleşme yolculuğumuzun da bir yansıması oldu. Bugün, sofra, mutfak ve ev tekstili kategorilerinde pazar lideriyiz. Çeyiz ve hediye alışverişinde müşterilerin ilk aklına gelen marka olmamız da yıllar içinde inşa ettiğimiz güçlü bağın bir göstergesi.

İnsanların sevdikleriyle paylaşmaya değer bulduğu anların parçası olmak amacıyla çıktığı yolda yarım asırdır aynı kararlılıkla yürüyen Karaca'nın mottosu, markanın misyonunu nasıl yansıtıyor?

Karaca, insanların sevdikleriyle paylaşmaya değer bulduğu anların bir parçası olma vizyonuyla 50 yılı aşkın süredir büyüyen bir marka. Ekonomik ve toplumsal dönüşümlerle değişen tüketici beklentilerini her zaman yakından takip ederek ürünlerimizi ve hizmetlerimizi bu vizyona uygun şekilde geliştirdik.

> Karaca ekosistemindeki markalar: Karaca Züccaciye, Karaca Home, Emsan, Jumbo, Cook Plus, Kaşmir Halı, Homend, Nautica Home, Weimar Porzellan, Pera Bulvarı, Cooklife, Kita Living, Karaca Licence, Mars Technology, İstanbul Porselen.

Karaca Kurumsal İletişim Direktörü Seray Anıl: “Müşteri içgörülerini, veri analitiği ve saha araştırmalarıyla destekleyerek her yeni ürünümüzde mükemmeliyeti hedefliyor, Karacaseverlerle kurduğumuz güven ilişkisini her geçen gün daha da güçlendiriyoruz.”



Markamızın en güçlü yönlerinden biri, sektörde inovasyonu ve trendleri belirleyen marka olması. 1980'lerden itibaren mutfak alışkanlıklarını değiştiren yenilikler sunduk. Granit tencereyi Türkiye'ye ilk getiren markalardan biri olduk ve 2018'de elmas kristallerinden oluşan Bio Diamond serisi ile pazarı bir kez daha dönüştürdük. Fine Pearl yemek takımı, kemik tozu yerine gerçek inciden üretilerek dünya çapında bir ilk oldu.

Bugün veri tabanlı içgörüler, müşteri atölyeleri ve yapay zekâ destekli analizler sayesinde trendleri yakalamanın ötesine geçerek, sektörde trendleri inşa eden marka konumundayız. Karacaseverlerin yaşam şekline en uygun, anlam ve değer katan ürünler sunmaya devam ediyoruz. Karaca için inovasyon, sadece yeni ürün çıkarmak değil; hayatı kolaylaştıran, paylaşımı anlamlı kılan çözümler üretmektir.

“Küresel Pazarda Ölçeklenerek Büyüyoruz”

Üretim ve ihracat kapasitemiz her yıl genişlemeye devam ediyor. Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarında güçlü bir varlığa sahibiz. Özellikle Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere ve Avusturya gibi pazarlarda perakende ve e-ticaret kanallarımızla büyümeyi sürdürüyoruz. İngiltere'deki Westfield London, Islington ve Tottenham mağazalarımız önemli stratejik noktalarımız olurken Paris'teki mağazamızla da Fransa pazarındaki varlığımızı güçlendiriyoruz. Almanya'da 10'un üzerinde mağazayla büyümeye devam ediyoruz. Köln'de açtığımız Karaca Container Store ile Almanya pazarında da sürdürülebilir mağazacılık anlayışını hayata geçirdik.

Uluslararası pazarlardaki marka bilinirliğimizi artıran en önemli projelerden biri de “Red Carpet Collection” oldu. Sinema dünyasının en prestijli ödül törenlerinden biri için özel olarak tasarladığımız bu koleksiyon, dünyaca ünlü şef Wolfgang Puck ile yapılan iş birliğiyle Hollywood'un en önemli isimlerinin sofralarında yer aldı. Küresel pazarda ölçeklenerek büyümeye ve uluslararası perakende yatırımlarımızı artırmaya devam edeceğiz.

Kurulduğumuz günden bu yana global marka olma vizyonumuzdan hiç sapmadık. 50 yıllık süreçte, doğru zamanda yapılan iş birlikleri ve tasarım odaklı yeniliklerimizle marka kimliğimizi güçlendirdik.

Marka olarak tüketicinizle aranızdaki güven ilişkisinin temelinde ne var?
Karaca'nın tüketicileriyle kurduğu güven ilişkisinin temelinde uzun yıllara dayanan AR-GE çalışmaları, faydaya dayalı inovasyon anlayışı ve sürekli müşteri geri bildirimi yer alıyor. Ürünlerimizi geliştirirken yalnızca yeni bir ürün çıkarmak için değil, gerçek bir ihtiyacı karşılamak için çalışıyoruz. AR-GE süreçlerimiz, her yeni ürünümüzün pazara çıkmadan önce yıllar süren detaylı araştırmalar, testler ve denetimlerden geçmesini sağlıyor. Örneğin, Fine Pearl yemek takımı dünyada ilk kez gerçek inciden üretilen porselen olma özelliğini taşırken 4,5 yıl süren AR-GE çalışmaları sonucunda geliştirildi. Aynı şekilde, dayanıklılığıyla fark yaratan Bio Diamond tencere serisi, yüzlerce saatlik laboratuvar testleri sonucunda pazara sunuldu.

Müşteri geri bildirimlerini yalnızca bir analiz süreci olarak değil, inovasyon döngüsünün merkezine koyuyoruz. Ürün geliştirme süreçlerimizde focus grup testleri, saha araştırmaları ve doğrudan müşteri içgörülerine dayalı analizler yürütüyoruz. Müşteri odaklı yaklaşımımız sayesinde Karaca, yalnızca güvenilir bir marka olmakla kalmadı, aynı zamanda tüketicileriyle güçlü bir duygusal bağ kurarak en sevilen markalardan biri hâline geldi. 2018 yılında Lovemark ödülüne layık görülmemiz, müşteri sadakatini güçlendiren bu stratejimizin en önemli göstergelerinden biri. Müşteri içgörülerini, veri analitiği ve saha araştırmalarıyla destekleyerek her yeni ürünümüzde mükemmeliyeti hedefliyor, Karacaseverlerle kurduğumuz güven ilişkisini her geçen gün daha da güçlendiriyoruz.

Bünyenizde bulunan markalar da dikkat çekiyor. Karaca çatısı altındaki 18 markadan ve aynı yolda yürümeye başlama hikâyenizden bahsedebilir misiniz?
Ev yaşamının her alanına dokunan geniş bir marka ekosistemi sunarak büyüyoruz. One-stop shopping anlayışıyla hareket ederek tüketicilere sofra, mutfak, küçük ev aletleri, ev tekstili ve dekorasyon gibi farklı kategorilerde kapsamlı bir alışveriş deneyimi sağlıyoruz. Bu genişleme sürecinde, her marka Karaca'nın ekosistemine tamamlayıcı bir değer katmak üzere seçildi. Örneğin, Emsan, pişirme grubu ürünleriyle mutfakta güçlü bir konuma sahipken Jumbo, premium çatal-kaşık-bıçak setleriyle sektörde öncü bir marka hâline geldi. Bu markalar, Karaca'nın perakende ve inovasyon deneyimiyle daha geniş bir kitleye ulaşarak büyümeye devam ediyor.

Bugün Karaca ekosisteminde Karaca Züccaciye, Karaca Home, Emsan, Jumbo, Cook Plus, Kaşmir Halı, Homend, Nautica Home, Weimar Porzellan, Pera Bulvarı, Cooklife, Kita Living, Karaca Licence, Mars Technology, İstanbul Porselen gibi markalar yer alıyor. Her biri, Karaca'nın sunduğu deneyimi tamamlayıcı bir noktada konumlandırıldı ve tüketicilere bütüncül bir ev yaşamı ekosistemi sunmak için seçildi.





Avrupa'da edindiğimiz bilgi ve deneyimle ABD pazarına giriş yapmayı, ABD'de öğrendiklerimizle de Çin'de ölçeklenmeyi hedefliyoruz.

Son dönemde, küresel markalarla iş birliklerimizi artırarak büyüme stratejimizi güçlendirdik. Flying Tiger Copenhagen, ulaşılabilir fiyatlarla eğlenceli, yaratıcı ve fonksiyonel ürünler sunan dünya çapında bilinen bir marka. 40 ülkede bine yakın mağazasıyla faaliyet gösteren Flying Tiger, Türkiye'de de hızla büyüyerek, Ankara ve İstanbul'daki mağazalarıyla dünya çapında en çok satış yapan noktalar arasında yer aldı. Bünyemize dâhil ettiğimiz her marka, müşteri beklentilerine uygun, inovatif ve sürdürülebilir bir büyüme stratejisiyle seçiliyor. Küresel hedeflerimiz doğrultusunda, tüketicilere en iyi deneyimi sunmak için yeni marka iş birliklerine ve stratejik büyüme fırsatlarına açık olmaya devam edeceğiz.



43
Hizmet verilen ülke

500
Mağaza

+2.000
Satış noktası

18
Bünyesindeki marka sayısı

Teknolojinin hızla arttığı bu dönemde, Karaca olarak dijitalleşme ve e-ticaret alanlarında nasıl bir strateji izliyorsunuz?
Tüketicilere uçtan uca dijital bir alışveriş deneyimi sunmak için dijitalleşme ve e-ticaret yatırımlarımıza odaklanıyoruz. Omnichannel dönüşümünü tamamlayan ilk markalardan biri olarak tüm satış kanallarında kesintisiz ve entegre bir müşteri deneyimi sağlamayı hedefliyoruz. Dijital dönüşüm stratejimizin merkezinde mobil uygulama ve kişiselleştirilmiş tüketici deneyimi bulunuyor.

2021 yılında hayata geçirdiğimiz Karaca App, kullanıcı dostu arayüzü ve yenilikçi özellikleriyle e-ticaret satışlarımızı iki katına çıkardı. Bugün satışlarımızın yüzde 35'i mobil uygulama üzerinden gerçekleşiyor ve Anneler Günü, Kasım indirimleri gibi kampanya dönemlerinde tüm e-ticaret platformları arasında en çok tercih edilenlerden biri hâline geldi. Karaca App, bugüne kadar 20 milyonun üzerinde indirilerek Türkiye'deki her dört haneden üçünün akıllı cihazlarında yer aldı.

Önümüzdeki dönemde artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal deneyim mağazaları gibi yeni nesil dijital çözümler üzerinde çalışmalarımızı hızlandırıyoruz. Tüketiciler, Karaca App üzerinden ürünleri kendi ev ortamlarında dijital olarak deneyimleyebilecekleri bir altyapıya kavuşacak. Avrupa'daki e-ticaret operasyonlarımızı genişletmek için bölgesel e-ticaret siteleri ve pazar yerleriyle iş birlikleri yaparak mobil uygulama kullanıcı sayımızı Avrupa'da 1 milyonun üzerine çıkarmayı hedefliyoruz.

Tarımda Verimlilik
Dijitalleşme ile Yeni Bir Boyut Kazanıyor



Yaşamın devamlılığı, tarımın devamlılığı ile eşdeğer. Tarımın geleceği ise yeni teknolojilere bağlı... Bugün yapay zekâ, büyük veri ve otomasyon ile köklü bir dönüşüm yaşayan tarım sektörü, dijital teknolojilerin entegrasyonu ile daha sürdürülebilir ve verimli bir geleceğe doğru ilerliyor.

Tarım, yaşamın devamlılığı noktasında kritik bir öneme sahip. Topraklarında neredeyse her ürünün yetiştirilebilme kapasitesine sahip olan Türkiye ise bu konuda şanslı olan ülkeler arasında. Ancak tarım alanındaki yanlış uygulamalar, çiftçilerin sosyo-ekonomik sorunları, iklim krizleri ve tarıma yönelik politikalar nedeniyle son yıllarda yeterli verim alınamıyor. Ancak yapay zekâ ve dijital teknolojilerin tarım sektörüne entegrasyonu umut veriyor. Dijital tarım uygulamalarının, bugünden başlayarak gelecekte yüksek verim, sürdürülebilir üretim ve katma değer yaratması bekleniyor.

TRAKTÖRDEN DORONE'LARA

İnsanoğlunun MÖ 10.000'inci yıllarda yerleşik tarım hayatına geçmesi ile başlayan tarım serüveninde, 1930'lu yıllarda traktör ve mekanizasyon kullanımı başladı. Bu sayede daha fazla alanda, daha az emekle tarımsal üretim yapılmasının önü açıldı. 1960'lı yıllarda inorganik gübrelerin kullanılmaya başlanmasıyla ise birim alandan alınan verim arttı. 1980'li yıllarda genetik mühendisliği ve çeşitliliğinin artışı, 2000'li yıllara gelindiğinde tarım alanında bilgi iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmaya başlaması; tarım sektörünü bir hayli geliştirdi. Bugün gelinen noktada ise IoT sensörlerden drone'lara, yapay zekâdan veri analitiğine kadar birçok dijital gelişme, tarım alanına entegre edilmiş durumda.

Yıllar içinde insanlığın gelişimine bağlı olarak tarımsal faaliyetler, oldukça büyük yeniliklere sahne oldu. Ortaya çıkan çeşitli ihtiyaçlar tarımsal üretimde verimliliğe, doğa ve çevre şartları ise sürdürülebilir tarıma dikkatleri çekti.

İKLİM KRİZİ İLE MÜCADELEDE DİJİTALLEŞME ÖNEMLİ

Tarımda kullanılan yüksek dozda ilaçlama ve gübreleme, yetiştirilen ürünlerin insan sağlığını olumsuz etkilemesine sebep olurken toprak kalitesini de bozuyor. Üretimde kullanılan inorganik maddeler nedeniyle doğadaki kalıntı miktarı artıyor. Bilinçsiz ve yanlış tarım uygulamaları, doğal kaynaklara zarar verirken, tarımsal sürdürülebilirliği artırmak noktasında çeşitli önlemler alınmasını gerekli kılıyor. Türkiye'deki tatlı su kaynaklarının yüzde 70'i tarım sektörü tarafından kullanılıyor. Türkiye'nin tarımsal ürün deseninde en büyük paya sahip olan ürünler; buğday, şeker pancarı, arpa, mısır, patates, pamuk ve ayçiçeğinden oluşuyor. Bu ürünlerin, yetiştirilmeleri sırasında yüksek miktarda su ihtiyacı olduğu biliniyor. Konya Kapalı Havzası, Gediz, Büyük Menderes Havzaları ve Çukurova gibi su sıkıntısı yaşanan birçok alanda, yüksek miktarda su ihtiyacı olan ürünlerin yoğun olarak yetiştirildiği görülüyor. Bölgelerin iklim koşullarına uygun olmayan bu üretim biçimi, su varlığına, suya bağlı yaşam alanlarına, orta ve uzun vadede üretime zarar veriyor. Su kıtlığı ürün verimini düşü-



%70
Tatlı su kaynaklarının tarımda kullanılan miktarı

2,3 milyon
Türkiye'deki çiftçi sayısı

24 milyon hektar
Türkiye'nin toplam tarım alanı

36,2 milyar dolar
Tarım sektörünün 2024 yılı ihracatı



Tarımda Dijitalleşmenin Sağladığı Faydalar

- Verim artışı
- Sürdürülebilir tarım
- Hava tahminlerine ulaşım
- Operasyonel kolaylık
- Maliyetlerde tasarruf
- Dijital izleme ve takip
- Risk yönetimi
- Ürün sağlığı takibi
- Hastalık takibi
- Sulama, ilaçlama, gübrelemede kolaylık
- Veriye dayalı sağlıklı üretim

> Küçük ve orta ölçekli çiftçiler genel olarak teknik bilgi ve donanıma erişmek konusunda sorun yaşarken doğru yetiştiricilik uygulamaları konusunda da eksik kalabiliyor.

rürken, ürün verimliliği düşen bölgelerde kırsal göç artabiliyor.

Tüm dünyanın mücadele ettiği iklim krizi, sürdürülebilir tarıma işaret ediyor. Tarımdaki hatalı uygulamalar, iklim krizine sebebiyet verebiliyor. İklim krizinin ortaya çıkardığı aşırı yağışlar, don ve sel felaketleri, kuraklık gibi etkenler de tarımsal verimliliği olumsuz etkiliyor. Aynı zamanda iklimsel olaylar nedeniyle çiftçiler, her sezonda bir önceki sezona kıyasla farklı önlemler almak durumunda kalabiliyor. İklim krizleri, standart uygulamaların terk edilmesini zorunlu kılarken krizle mücadele sürecinde dijital uygulamalar fayda sağlıyor.

ÇİFTÇİLERİN TEKNOLOJİYE ERİŞİMİ ARTIRILMALI

Dünyanın birçok ülkesinde, küçük ve orta ölçekli çiftçiler hem zor şartlarda hem de düşük gelir seviyeleri ile üretim yapmaya çalışıyor. Bu durum Türkiye'deki çiftçiler için de geçerli. Küçük ve orta ölçekli çiftçiler genel olarak teknik bilgi ve donanıma erişmek konusunda sorun yaşarken doğru yetiştiricilik uygulamaları konusunda da eksik kalabiliyor. Tohumların bölge iklimine uyumsuzluğu, toprak yapısına uygun gübreleme metotları gibi problemler, üretimde verimliliği düşürebiliyor. Mevcut piyasa koşulları da çiftçilerin girdi maliyetlerini artırdığı için finansal olarak verilen emeğin karşılığı alınamayabiliyor.

Tarımda dijitalleşme ile ise üreticiler; tarlalarının durumunu uzaktan takip edebiliyor, elde edilen veriler sayesinde ilaçlama, besleme ve yetiştiricilik gibi kararlarını daha sağlıklı alabiliyor ve ürünlerini tohumdan hasada kadar her aşamada izleyebiliyor. Uzaktan algılama, makine öğrenmesi, nesnelerin interneti gibi yeni teknolojiler, tarım alanında çözüm üretebiliyor. Geliştirilen teknolojiler sayesinde üreticiler; sensör, uydu ve diğer kaynaklardan tarımsal veri elde edebiliyor. Veri toplamak için birçok teknoloji kullanılıyor ancak önemli olan bu verilerin doğru analiz edilmesi ve etkin bir aksiyona dönüştürülmesi.

DİJİTAL TARIM ÇİFTÇİLERİN HAYATINI KOLAYLAŞTIRIYOR

Dijital tarım uygulamalarında kullanılan sensörler, elde ettikleri veriler sayesinde iklim değişikliklerinin toprağa ve ürünlere olan etkilerini çiftçilere bildirebiliyor. Akıllı uygulamalar sayesinde çiftçiler, iklim krizlerine karşı daha etkin bir mücadele uygulayabiliyor. Sensörler, toprak sıcaklığı ve nemi ölçebiliyor, yetiştirilen bitkiye özgü olası hastalıkları hesaplayabiliyor, ilaçlama ve sulama gerektiğinde uyarı sistemlerini devreye alabiliyor. Makine öğrenmesi tabanlı görüntü işleme ve sınıflandırma algoritmaları ile uydu görüntüleri üzerinden ürün tipi tespiti, ekim alanı ve hasat tahmini yapılabiliyor. İstenilen yer ve bölgeden yüksek çözünürlüklü uydu görüntüleri, tarlaya dijital olarak teknolojik cihazlardan erişim imkânı ve coğrafi verilere dayalı analizler sonucu, tarlalardaki problemler erkenden fark edilebiliyor. Böylece bitki sağlığı ve gelişimi yakından izlenirken verimlilik hesabı yapılabiliyor. Teknolojik bilgi sistemleri, çiftçilerin tarımsal teknik bilgilere, güncel gelişmelere, piyasalara, ürün fiyatları ve desteklere kolay ve hızlı şekilde erişmesini sağlıyor. Dijital tarım uygulamalarında meteorolojik gelişmelere yönelik erken uyarı sistemleri de çiftçilere avantaj yaratıyor.

Olumsuz hava olayları saatler, hatta günler öncesinden çiftçilerle paylaşılabilirken ürünün bulunduğu tarlaya yaklaşan buluttan ne şiddette yağış alınacağına kadar birçok bilgi iletilebiliyor. Elle taşınabilir düzeydeki teknolojik aletler sayesinde dakikalar içerisinde üretim yapılacak toprak analiz edilebiliyor. Mevcut toprak değerlerine göre çiftçilere uygun sulama, gübreleme ya da verimlilik hakkında bilgi iletiliyor. Nesnelerin interneti teknolojisiyle tarlalardaki zararlı böceklerin tanınması, risk oranının belirlenmesi sağlanıyor. Dijital tarım uygulamalarından biri olan hidroponik tarım sayesinde topraksız bir ortamda bitki yetiştirilebiliyor. Teknolojinin gelişimi ile hayatımıza dâhil olan robotlar da tarım alanındaki çiftçilerin basit görevlerini üstlenebiliyor. Akıllı sulama sistemleri, gereksiz su kullanımının önüne geçerek tasarrufa neden oluyor. Dijital tarım sayesinde bitkilerin doğru sulama zamanı, toprağın durumu, tahmini hasat zamanı gibi detaylı ve gerçek zamanlı birçok bilgi çiftçilerin hayatını kolaylaştırıyor.

ÜRETİCİYE YÖNELİK DESTEK YIL SONUNDA 135 MİLYAR LİRAYI BULACAK

Türkiye'de tarımın mevcut durumuna bakıldığında 2,3 milyon çiftçinin, 24 milyon hektarlık alan üzerinde faaliyetlerini sürdürdüğü görülüyor. 2002 yılında 25 milyar dolar olan tarımsal hasıla, üç katına çıkarılarak 2024 yılında 74 milyar dolara yükseldi. Türkiye'nin tarım ihracatı, 2024 yılında 36,2 milyar dolara ulaşarak tüm zamanların en yüksek yıllık ihracatını kaydetti. 2020 yılı itibarıyla 20,7 milyar doların üzerine çıktı.

186 ülkeye 2 bin 250 çeşit tarımsal ürün ihraç eden Türkiye bugün tarımsal hasılada Avrupa'da birinci, dünyada ise sekizinci sırada yer alıyor. Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, 2024 yılında Tarım Sigortaları Havuzu (TARSİM) kapsamında 3,2 milyon poliçe düzenlendiğini ve çiftçilere toplamda 22,5 milyar liralık destek sağlandığını açıkladı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ise 2025 yılının ilk çeyreğinde tarım sektörüne 24 milyar liralık ödeme yapıldığını, bu miktarın yıl sonuna kadar 135 milyar lirayı bulacağını duyurdu.

> Dijital tarım sayesinde bitkilerin doğru sulama zamanı, toprağın durumu, tahmini hasat zamanı gibi detaylı ve gerçek zamanlı birçok bilgi çiftçilerin hayatını kolaylaştırıyor.

> Dijital teknolojiler sayesinde üreticiler; tarlalarının durumunu uzaktan takip edebiliyor, ilaçlama, besleme ve yetiştiricilik gibi kararlarını daha sağlıklı alabiliyor ve ürünlerini tohumdan hasada kadar her aşamada izleyebiliyor.

Tarım Alanında Kullanılan Dijital Teknolojiler

- Sensörler
- Uydu
- Dronelar
- IoT teknolojili cihazlar
- Robotlar
- Yapay zekâ
- Big data
- Bulut sistemleri
- Toprak analiz cihazları
- Haşerat analiz cihazları

"DİJİTAL TEKNOLOJİLER, ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE KATKI SAĞLIYOR"



Dr. Ayşegül Selışık
Food and Agriculture Organization (FAO) Türkiye Temsilci Yardımcısı

Sürdürülebilirliği tarım sektörü açısından iki temel boyutta ele alabiliriz. İlki sosyoekonomik sürdürülebilirlik yani çiftçilerin üretime devam etmesini sağlayabilme. İkincisi doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ile çevresel ve ekolojik sürdürülebilirlik denilebilir. Tarımda dijital teknolojiler ve yapay zekâ; kaynak optimizasyonundan, erken tahmin ve uyarı sistemine, hastalık ve zararlı mücadelesinden, satış ve pazarlamaya kadar pek çok alanda hem ekonomik hem de çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor.

Örneğin, uydu takip sistemleri ile çiftçiler ekili alanlarındaki toprağın ve bitkilerin nem oranını uzaktan kontrol ederek mahsüldeki sulama ihtiyacını buna göre belirleyebiliyor. Diğer bir örnekte ise yapay zekâ destekli olarak görüntü işleyen sistemler sayesinde bir bitkide görülen hastalık ya da zararlının yayılımını, erken uyarı sistemi ile doğru bir şekilde tespit eden araçlar sayesinde ürün kaybını en aza indirebiliyor.

"ÜRETİCİYİ RİSKLERE KARŞI HAZIRLIYOR"

Kaynakların etkin kullanımını sağlayan girdi optimizasyonu ve piyasa bilgilerine ilişkin doğru tahminler, çiftçiler için en faydalı alanlar arasında sayılabilir. Bu alanlardaki yeni teknolojiler, bir taraftan üreticinin ürün yetiştirmede girdi anlamında daha kontrollü olmasını sağlarken diğer taraftan gelecek muhtemel risklere karşı hazırlıklı olmasını sağlayabilir. Bu durum iklim kaynaklı riskler için söz konusu olduğu gibi piyasa regülasyonları ya da politik gelişmelere bağlı senaryolar için söz konusu olabilir.

"DİJİTAL TEKNOLOJİLER YAYGINLAŞIYOR"

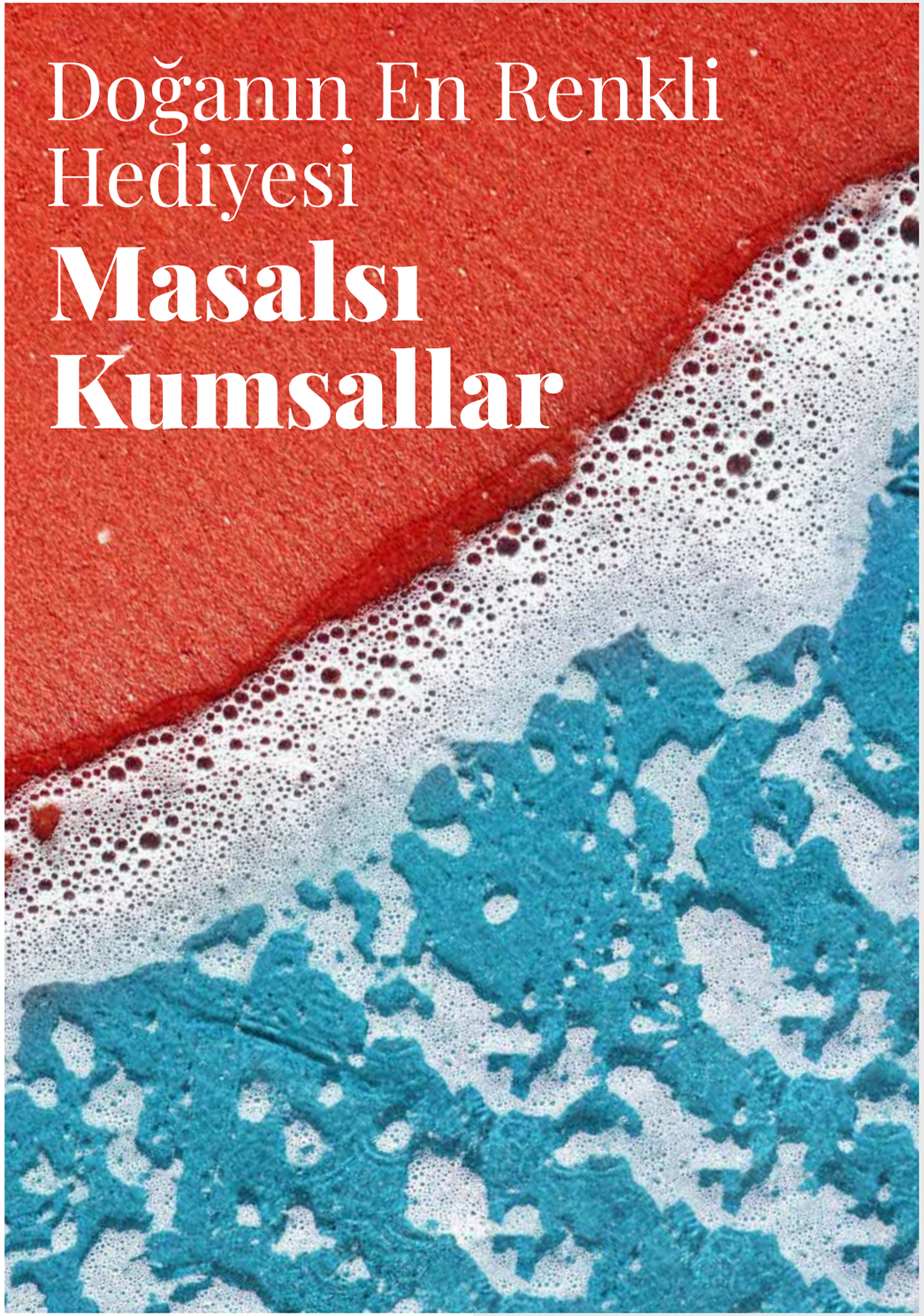
Türkiye, tarımsal hasılada dünyada ilk 10'da bulunan bir ülke. Tüm dünyada olduğu gibi iklim krizi, kente göç ve çiftçi nüfusunun yaşlanması gibi tehditlere rağmen Türkiye'de tarım sektörü önemli bir ekonomik faaliyet olarak başta kırsal alanlar olmak üzere ülke kalkınmasındaki yerini koruyor. Sayıları artan yeni girişimlerle dijital teknolojiler çiftçiler nezdinde yaygınlaşıyor ve tarım sektörüne önemli fırsatlar sunuluyor. Uydu takip sistemleri, dronlu ilaçlama, otonom traktörler, hasat makineleri, hassas tarım aletleri, dijital sulama sistemleri Türkiye'de tarımda yaygınlaşan teknolojilerden.

Bu teknolojilere başta küçük ölçekli üreticiler ile kadınlar ve gençler tarafından da erişimi son derece önemli bir husus. Bunu sağlayabilirsek tarımda ve kırsalda sürdürülebilir kalkınma için bir fırsat oluşur. FAO olarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma noktasında uyguladığımız projelerde yeni teknolojileri yaygınlaştırıyor ve Türkiye'de tarımın her alanında pek çok proje yürütüyoruz. Küresel ölçekte yürüyen "Dijital Köyler Girişimi" ile sadece üretim unsurlarını değil sosyal hayatın da dijitalleşmeye entegre olması için çalışıyor, köylerin dijitalleşme açısından ihtiyaçlarını ve yol haritalarını belirliyoruz. "Uygulamalı Çiftçi Okulları" modeli ile ise hem yeni teknolojileri hem de geleneksel yöntemleri çiftçilerin kendileri aracılığıyla öğrenmelerini sağlıyoruz. Bu sayede doğa temelli çözümlerden agro-ekoloji yaklaşımına kadar pek çok konuyu bir müfredat kapsamında üretim süreçlerine katmalarını sağlıyoruz.

> Sayıları artan yeni girişimler sayesinde dijital teknolojilerin, çiftçiler nezdinde de yaygınlaşmaya başladığı görülüyor.



Doğanın En Renkli Hediyesi
Masalsı Kumsallar



Güneyden kuzeye dünyanın birçok farklı yerinde bulunan, doğanın sabrı ile jeolojik süreçlerin bir yansıması olan renkli kumsallar, altın rengi kumsal normunun dışına çıkarak doğanın ne kadar narin ve değerli olduğunu hatırlatıyor. Yeryüzü, kendi renkleriyle büyülemeye devam ediyor...

Sıcak kumlar, parlak güneş ve uçsuz bucaksız bir mavilik... Bir sahil tasviri, genellikle herkesin hayalinde bu şekilde şekillenir. Denizin dalgaları altın sarısı kumlara vurur, güneş en yakıcı ışıklarını gösterir... Ancak doğa, akıl sır ermeyen güzelliklerle dolu ve bu güzellikleriyle insanı her seferinde şaşırtmayı başarıyor. Dünyanın belli bölgelerindeki plajlar, altın rengi kumsal normunun dışına çıkarak rengârenk kumlarıyla âdeta bir tablo gibi keşfedilmeyi bekliyor.

Pembe, yeşil, kırmızı, siyah, mor ve belki de bilinmeyen nicesi... Güneyden kuzeye dünyanın birçok farklı yerinde bulunan bu renkli kumsallar, coşkulu dalgalarla birleştiğinde köpüklere karışan rengârenk manzaralar ortaya çıkıyor. Öyle ki bu kumsallar, insanın sınır tanımayan hayal gücünü bile gölgede bırakıyor. Sadece fiziksel güzellikleriyle değil, aynı zamanda doğanın mühendislik harikaları olarak da dikkat çekiyor.

Farklı mineral veya mineraloid maddeler ile deniz kabukları ve mercanların bir araya gelmesi, kumsalların renklenmesine sebep oluyor. Doğanın sabrının yansıması olan bu kumsalların her biri, kendi bölgelerinin jeolojik ve biyolojik özelliklerini taşıyor. Yüzyıllar süren doğal süreçler sonucunda meydana gelmeleri ise bu kumsalların sadece turistik bir merkez değil, aynı zamanda doğanın ne kadar narin ve değerli olduğunu hatırlatıyor.



Rábida Adası, Galapagos

YERYÜZÜNDEKİ MARS, NADİDE BİR HAZİNE RÁBİDA ADASI

Dünya üzerindeki en özel ekosistemlerden birine sahip olduğu için UNESCO Dünya Mirası listesine alınan Galapagos Adaları, kırmızı kumlarıyla dikkat çeken volkanik ada Rábida'ya ev sahipliği yapıyor. Ekvador'un yaklaşık 600 mil batısında bulunan Rábida Adası, Galapagos takımadalarının bir üyesi olarak yaklaşık beş kilometrekarelik bir alanı kaplıyor. Yeryüzündeki Mars olarak anılan Rábida Adası'ndaki kumların kırmızı renkte olmasının sebebi, yakındaki volkanın küllerinde bulunan yüksek orandaki demire dayanıyor. Lavlardaki demirin oksitlenmesiyle meydana gelen kırmızı kumlar, adanın ünlenmesini ve Galapagos'daki uğrak yerlerden biri olmasını sağlamış.

Masmavi okyanusla sınır olan kırmızı kumları büyük bir turistik değer oluşturan Rábida Adası, aynı zamanda yoğun bir canlı popülasyonuna yaşam alanı sunuyor. Nadir endemik bitki türleriyle dolu vahşi yaşam alanı, canlılar için ideal bir ortam oluşturuyor. Çok sayıda

> Lavlardaki demirin oksitlenmesiyle meydana gelen kırmızı kumlar, Rábida Adası'nda önemli bir turistik değer oluşturuyor.


Reynisfjara Plajı, İzlanda

deniz aslanı kolonisini görmenin mümkün olduğu adayı ziyaret edenler, pembe flamingolar, kahverengi pelikanlar, mavi ayaklı gannetler, kedi balıkları, yılan balıkları, penguenler ile dokuzdan fazla serçe ve ispinoz türü gibi diğer yerel kuşları görme fırsatı yakalıyor. İnsan yerleşiminin bulunmadığı ada, bu açıdan canlıların yaşamlarını rahat şekilde idame etmelerine imkân tanıyor.

DOĞANIN PEMBE MUCİZESİ

Dünya, bilinmeyen o kadar farklı güzelliklere sahp ki her seferinde insanı şaşırtabiliyor. Pembe renkli kumsallar da bu güzelliklerden biri. Yeryüzünde yalnızca birkaç yerde bulunan bu pembe kumsallar, ziyaretçilerini büyüleyici bir rüyaya taşıyor. Her biri, hem görsel şöleni hem de eşsiz oluşum hikâyesiyle doğanın hediyesi âdeta. Bu nadir doğa harikasına Kaliforniya'dan Karayipler'e ve Yunanistan'dan Güneydoğu Asya'ya kadar rastalamak mümkün.

Bu kumsalların karakteristik pembe rengi, kırmızı mercanlar ile foraminifera adı verilen mikroskobik deniz canlıları ve mercan resiflerinin kalıntılarına dayanıyor. Kalıntıların kum taneleriyle birleşmesi pembe renkli kumsalları oluşturuyor. Tıpkı diğer renkli kumsalların oluşumu gibi pembe kumsalların oluşması için de özel bir dengeye ihtiyaç vardır. Bu sebeple de bu kumsallar, dünya üzerinde sadece birkaç yerde bulunuyor. En bilinenleri ise Bahamalar'daki Pembe Kumsal Plajı, Komodo Adası'ndaki Pantai Merah, Girit Adası'ndaki Elafonissi Plajı ile Balos Lagünü, Bermuda'daki Horseshoe Bay Plajı ve Filipinler'in Büyük Santa Cruz Adası'ndaki Pembe Plaj'dır. Bu plajların hepsi yumuşak dokulu kum yapılarıyla biliniyor ve çok seviliyor.

KUZEYİN KARA KUMLU SAHİLİ: REYNISFJARA

Deniz, kum ve güneş üçlemesinin tam tersi bir plaj Reynisfjara. İzlanda'nın en ünlü plajlarından biri çünkü buradaki kumlar, siyahın asaletiyle bütünleşmiş durumda. İzlanda'nın güneyindeki Vik Köyü, binlerce yıl önce volkanik aktiviteler sonucu oluşuyor ve volkanik sebeplerden dolayı da birçok siyah kumlu plajı bulunuyor. Bu siyah kumlara da volkan patlamalarından kalan ve zamanla soğuyan lavlar neden olmuş. Binlerce yıl bekledikten sonra katılaşan lavların oluşturduğu bazalt kayaları dalgaların aşındırmasıyla meydana gelen siyah kumlar, özellikle kış aylarında göz alıcı bir atmosfere kavuşuyor. Belli bir kısmı hâlâ duran bazalt kolonlar ufak bir dağ gibi plajı çevreliyor.

Sert hava koşullarının hâkimiyetindeki İzlanda'nın kendine has atmosferine kuzeyin sisli görüntüsü de eklenince Reynisfjara Plajı, dramatik bir hava kazanıyor. Big 7 Travel"ın dünyanın en iyi plajları arasında gösterdiği nefes kesen Reynisfjara, kuzeyin derinliklerindeki Vik Köyü'nü, dünyanın tanıdığı bir lokasyon hâline getirdi. Özellikle de plajın, Game of Thrones dizisinin bazı bölümlerinde çekim yeri olarak kullanılması ününü daha da artırmış durumda. Vik Köyü ve Reynisfjara Plajı, dizinin ardından rehberli turların düzenlendiği turistik bir bölge hâline geldi.

> Big 7 Travel"ın dünyanın en iyi plajları arasında gösterdiği nefes kesen Reynisfjara, kuzeyin derinliklerindeki Vik Köyü'nü, dünyanın tanıdığı bir lokasyon hâline getirdi.

HAWAİİ'DEKİ YEŞİL VAHA PAPAKŌLEA

Doğa harikalarıyla dolu Hawaii'nin Büyük Ada'sında, gözlerden uzak bir koyda, yeryüzüne hediye bir kumsal saklanıyor: Papakōlea. Yeşil renkteki kumsalıyla görenleri büyüleyen plaj, bölgede yaşayan kōlea kuşundan dolayı Papakōlea ismiyle anılsa da Mahana Plajı ya da Yeşil Kum Plajı olarak biliniyor. Yeşil kumlardan oluşan Papakōlea Plajı, adını kumu oluşturan yeşil olivin kristallerinden alıyor. Yeşil camsı kristallere "olivin" deniyor ve Olivin yerli halk arasında "Hawai Elması" olarak biliniyor. Kristaller, 49 bin yıl önce meydana gelen bir volkanik patlama sırasında oluşuyor. Patlama sonrasında sönen lavlar, rüzgâr ve dalgaların etkisiyle öğütülürek kum hâline gelip Papakōlea Koyu'nu sarıyor. Olivin ağır bir kristal olduğu için deniz sürüklenmek yerine sahilde birikiyor.

Jeolojik olarak oldukça nadir rastlanan yeşil kumsallara Papakōlea dışında Talofofo, Punta Cormorant ve Hornindalsvatnet Plajlarında da rastlamak mümkün. Ancak diğer bölgelerin kumsalları, Papakōlea'ya göre daha az olivin kristali içerdiği için yeşilin tonu daha açık kalıyor. Olivinin miktarına göre bir kriter koyulduğunda Papakōlea Plajı açık ara öne geçiyor. Yeşil kumlarla örtülü bu plajın sırrı da buradan geliyor.

KALİFORNİYA'NIN MOR ÖRTÜSÜ: PFEIFFER

Amerika'nın en gözde tatil lokasyonlarından biri olan Kaliforniya, Big Sur bölgesindeki Pfeiffer Plajı ile doğanın en nadir manzaralarından birini sunuyor. Çünkü Pfeiffer Plajı'nda hırçın dalgalar, ametisti andıran mor bir kumsala vuruyor. 840 millik sahil şeridine sahip olan Pfeiffer Plajı, San Francisco'ya üç ve Los Angeles'a ise altı saat uzaklıkta. Buradaki kumun mor renkte olmasının sebebi ise manganez garneti. Plajın çevresini saran tepelerdeki manganez garnet isimli mineraller, rüzgârın da yardımıyla parçalanarak kıyıya doğru bir yol katediyor. Sahili mor bir örtü gibi saran mineraller, özellikle gün batımında güneş ışığının da etkisiyle daha büyüleyici bir hâl alıyor.

> Jeolojik olarak oldukça nadir rastlanan yeşil kumsallara Papakōlea dışında Talofofo, Punta Cormorant ve Hornindalsvatnet Plajlarında da rastlamak mümkün.

Dünyada mor kumların olduğu tek plaj Pfeiffer değil. Benzer özelliklere sahip bir plaj da Kanada'da bulunuyor. Pfeiffer Plajı, sadece günlük kullanıma açık bir alan ve sabah 9'dan akşam 8'e kadar ziyaret edilebiliyor. Ayrıca virajlı yolları sebebiyle araç girişi de yapılamıyor. Pasifik Okyanusu'nun kıyısındaki Keyhole Kemeri'ne de ev sahipliği yapan mor kumsal, yoğun ziyaretçi akınından bu sayede korunmuş oluyor.


Pfeiffer Plajı, Kaliforniya



Mehmet Emre Çetinkaya
Alloy Additive Kurucusu

Alloy Additive

Büyük Ölçekli Parça Üretiminde Son Teknoloji

Havacılık ve savunma, enerji, petrokimya ve denizcilik gibi sektörlere yönelik faaliyet gösteren Alloy Additive, iş birliği hâlinde olduğu firmalara yüksek maliyetlere katlanmadan çevre dostu ve proaktif çözümler sunuyor.

Orta ve büyük ölçekli parçaların üretimi noktasında hızlı ve düşük maliyetli bir teknoloji olarak dikkat çeken Alloy Additive, pazardaki hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu?
2018 yılında kariyerime başladığım Deltav Uzay Teknolojileri'nde, havacılık sektöründe sıkça kullanılan titanyum alaşımlarının uzun tedarik süreleri ve yüksek maliyetleri nedeniyle bu şirkette neredeyse hiç kullanılmadığını gözlemledim. Bu problemi çözmek amacıyla, malzeme temin süresini altı kat kısaltıp maliyeti ise neredeyse yarı yarıya düşürebileceğimiz bir teknoloji fikri geliştirdim. 2020 yılında kurduğum Alloy Additive, bu fikirle pek çok titanyum parça üretti ve Deltav, bizim ürettiğimiz parçalarla uzay sınırını aşan uçuşlar gerçekleştirdi.

İş yapış süreçleriniz nasıl ilerliyor? İş birliği hâlinde olduğunuz sektörler ve firmalara hangi alanlarda ne gibi çözümler sunuyorsunuz, nasıl dönüşler alıyorsunuz?
Faaliyet gösterdiğimiz başlıca sektörler havacılık ve savunma, enerji, petrokimya ve denizcilik. Her sektörün kendine özgü ihtiyaçları ve zorlukları bulunuyor. Örneğin, havacılık sektöründe titanyum parça temini ile termin sürelerini kısaltırken, petrokimya sektöründe tersine mühendislik hizmetlerimizle envanter ve stok yönetimi problemlerini çözüyoruz. Müşterilerimiz, yüksek maliyetlere katlanmadan çevre dostu ve proaktif çözümler sunduğumuz için oldukça memnunlar.

Tel ark eklemeli üretim yani WAAM teknolojisi nedir? Biraz detaylandırabilir misiniz?
Tel ark eklemeli imalat, kullanılan ham malzemenin metal teli, bu malzemeyi eritmek için kullanılan ısı kaynağının ise ark olması ile 3D parça üretimi anlamına geliyor. Metal kaynak teknolojisi 120 yıldan ve endüstriyel robot kolları ise 40 yıldan fazla süredir aktif olarak kullanılıyor. Biz, bu donanımları geliştirdiğimiz yazılım ve malzeme know-how'ı ile birleştirerek 3D metal yazıcı ortaya çıkarıyoruz. Bu süreçte diğer metal eklemeli imalat teknolojilerinden farklı olarak metal tozu yerine metal teli kullanıyoruz. Bu da üretim hızını 20 kat artırırken metreler mertebesinde parçalar üretme imkânı sağlıyor. Küçük ve kompleks geometrideki parçaların üretiminde etkin olmayan bu yöntem büyük boyutta ve egzotik metallerden üretimde önemli bir boşluğu kapatıyor.

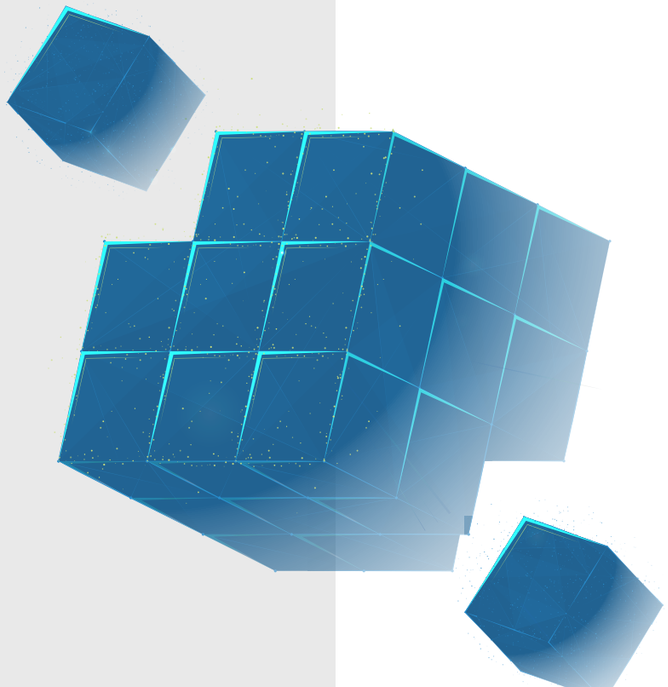
Savunma sanayi sektörü son yıllarda ciddi bir büyüme içinde. Hızlı ve maliyet etkili Alloy Additive, savunma sanayi sektörüne nasıl bir hizmet sunuyor ve hangi noktalarda fark yaratıyor?
Savunma sanayi sektörünün en önemli ihtiyaçları arasında ileri malzemeler ve özel kalıplar yer alıyor. Savunma sanayi firmalarımız ile titanyum ve nikel alaşımlarını daha az malzeme kullanarak üretmek için çalışıyoruz. Örneğin, bir projemizde 15 kat daha az titanyum kullanarak hem çevre dostu hem de hızlı bir üretim sağladık. Ayrıca TUSAŞ ile gerçekleştirdiğimiz kompozit üretim kalıplarının özel imalatı projesinde, geleneksel yöntemlere göre daha hızlı, daha kaliteli ve daha uygun maliyetli bir üretim süreci gerçekleştirdik.

Alloy Additive'in kurulduğu günden bu yana geldiği noktayı nasıl tanımlarsınız? 2024 nasıl bir yıl oldu? 2025 için nasıl bir tablo öngörüyorsunuz?
Bir girişim olarak faaliyet gösterdiğimiz sektör, derin teknoloji olarak adlandırılıyor ve geç ticarileşme, uzun AR-GE süreçleri ve üretim zorlukları ile biliniyor. Ancak bu süreci dinamik ekibimiz, Teknopark İstanbul ekosistemi, tüm iş ortaklarımız ve globalde örneği olmayan bir teknolojiye sahip olmamız sayesinde daha hızlı geçtik. 2022'de uzaya parçamız gönderildi, 2023'te patentimizi aldık. En başından beri misyonumuzu oluşturan ihracat faaliyetimizi 2024'te İspanya'ya gerçekleştirdik ve bu ihracatın bedeli, geçmiş yıllarda elde ettiğimiz toplam cironun 3 katıydı. Bu bizim için büyük bir gurur kaynağı. 2025'te Avrupa ve Orta Doğu'da faaliyetlerimizi artırmayı hedefliyoruz ve bu doğrultuda yoğun çalışmalar yapıyoruz.

Ulusal ve uluslararası pazarlar için belirlemiş olduğunuz strateji ve hedefleri bizimle paylaşabilir misiniz? Globalde ilerlemek adına nasıl bir yol izliyorsunuz?
Avrupa'da farklı fuar, etkinlik ve konferanslarla hem marka bilinirliğimizi artırıyor hem de iş ağımızı genişletiyoruz. Sahip olduğumuz teknoloji, sektördeki diğer firmalarla kıyaslandığında önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Bu avantajı ölçekleyebilmek adına, bu teknolojiye ihtiyaç duyan firmalarla her fırsatta iş birliğimizi artırıyoruz. Orta Doğu'da ise melek yatırımcımız aktif olarak süreci yönlendiriyor ve bölgedeki tedarikçi firmalarla oluşturduğumuz ortaklıklar sayesinde varlığımızı güçlendiriyoruz.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
Özellikle birebir mentörlük seansları için Mehmet Şöhrap Sanlı'ya teşekkür etmek isterim. Kendisiyle geleceğe dönük ihracat stratejileri hakkında çok verimli görüşmeler gerçekleştirdik. Ayrıca TİM-TEB Girişim Evi'nin düzenlediği organizasyonlar ve etkinlikler, bizlere önemli katkılar sağlıyor.

Bir girişim olarak faaliyet gösterdiğimiz sektör, derin teknoloji olarak adlandırılıyor ve geç ticarileşme, uzun AR-GE süreçleri ve üretim zorlukları ile biliniyor.





Gamze Karanfil Kaçmaz
GMZ Enerji CEO'su

GMZ Enerji

Geleceğin Temiz Enerji Sistemlerini İnşa Ediyor

Yeşil enerji dönüşümü ekosisteminin kritik ihtiyaçlarına yönelik, ileri malzeme teknolojilerine dayalı çözümler üreten GMZ Enerji, küresel yeşil hidrojen teknolojileri pazarında güçlü bir yer edinmeyi hedefliyor.

GMZ Enerji, sektördeki hangi boşlukları doldurmak üzere kuruldu?
GMZ Enerji, yeşil hidrojen teknolojilerinde kritik bileşenlerden biri olan iyon değişim membranlarının geliştirilmesine odaklanarak sektörde önemli bir boşluğu doldurmak için kuruldu. Geleneksel membranlar yüksek maliyetli, sınırlı performanslı ve düşük dayanımlı olduğu için, biz nanofiber bazlı, florsuz ve çevre dostu iyon değişim membranları geliştiriyoruz. Böylece daha yüksek verimlilik, uzun ömür ve maliyet etkinlik sunan çözümler üretiyoruz.

Ayrıca membran üretimini optimize etmek için elektrospin cihazı da geliştirdik. Alt bileşenleri tamamen bize ait olan bu cihaz sayesinde üretim süreçlerinde tam kontrol sağlayarak kaliteyi artırıyor ve maliyetleri düşürüyoruz. Hidrojen üretimi için kullanılan elektrolizörler ve yakıt hücreleri için daha dayanıklı, verimli ve çevre dostu membranlar sunarak sürdürülebilir enerji dönüşümüne katkı sağlıyoruz.

Firma günümüz dünyasında nasıl bir yerde konumlanıyor?
GMZ Enerji, yeşil hidrojen teknolojilerinin gelişiminde öncü bir derin teknoloji şirketi olarak konumlanıyor. Küresel ölçekte hidrojen ekonomisinin büyümesi, Avrupa Yeşil Mutabakatı ve net sıfır karbon hedefleri doğrultusunda elektrolizörler ve yakıt hücreleri için daha verimli ve uzun ömürlü bileşenlerin geliştirilmesini zorunlu hâle getirdi. Biz de nanofiber tabanlı, sürdürülebilir ham maddelerden üretilen iyon değişim membranlarımızla bu ihtiyaca yanıt veriyoruz. Membran üretimi için geliştirdiğimiz elektrospin teknolojisiyle süreçlerimizi tamamen kontrol altında tutarak kaliteyi artırıyoruz. Avrupa ve Körfez ülkelerinde büyük ölçekli hidrojen projelerinde yer almak için stratejik iş birlikleri geliştiriyor, küresel hidrojen ekosisteminde güçlü bir oyuncu olmayı hedefliyoruz.

İş yapış süreçlerinizdeki temel ilkeler nelerdir?
Bizim için en önemli şey inovasyon ve sürdürülebilirlik. Yeşil hidrojen teknolojilerinde fark yaratmak için nanofiber bazlı iyon değişim membranları geliştiriyoruz ve bunu yaparken florsuz, çevre dostu bileşimler kullanıyoruz. Aynı zamanda, kendi tasarladığımız çözümlerle üretim süreçlerimizi tamamen kontrol ederek daha verimli ve maliyet etkin çözümler sunabiliyoruz.

Amacımız, yalnızca yenilikçi ürünler geliştirmek değil, aynı zamanda bu ürünleri ticari hâle getirerek sektörde ekonomik değer yaratmak.

Yeşil hidrojenin potansiyelini üst düzeye çıkarmayı hedefleyen nanofiber teknolojilere küreseldeki ilgi nasıl?
Son yıllarda yeşil hidrojene olan ilgi Avrupa Yeşil Mutabakatı, Körfez ülkelerinin hidrojen stratejileri ve küresel net sıfır hedefleriyle hızla arttı. Ancak hidrojenin yaygınlaşması için maliyetlerin düşürülmesi ve sistem verimliliğinin artırılması gerekiyor. Bu noktada iyon değişim membranlarımız devreye giriyor. Küresel ölçekte bu teknolojilere büyük bir ilgi var. Katıldığımız uluslararası etkinliklerde yatırımcılar ve büyük sanayi oyuncularıyla yaptığımız görüşmelerde bu ilgiyi net bir şekilde gördük. Şu an Avrupa ülkelerindeki bazı firmalar membranlarımızı test etmeye başladı.

Yeşil hidrojen üzerine geliştirdiğiniz ürünlerden bahsedebilir misiniz?
Yeşil hidrojen teknolojilerine yönelik yenilikçi ve yüksek performanslı ürünler geliştiriyoruz. Ana odağımız iyon değişim membranları, çünkü hidrojen üretiminde ve kullanımında verimliliği artıran en kritik bileşenlerden biri bunlar. Nanofiber bazlı proton ve anyon değişim membranlarımız var. Bu membranlar, florsuz ve çevre dostu bileşimleriyle geleneksel membranlara göre daha uzun ömürlü, daha verimli ve daha düşük maliyetli. Elektrolizörlerde hidrojen üretimini optimize ederken, yakıt hücrelerinde enerji dönüşümünü iyileştiriyorlar.

Bunun yanı sıra kendi tasarımımız olan elektrospin cihazı sayesinde membran üretimini tam kontrol altında tutarak, kaliteyi ve üretim sürecini optimize ediyoruz.

Ayrıca yüksek performanslı elektrolizörler için yeni nesil bileşenler üzerine çalışıyoruz ve atık su arıtımı ile karbon yakalama uygulamalarına yönelik özel nanofiber membranlar geliştiriyoruz. Özetle, yeşil enerji dönüşümü ekosisteminin kritik ihtiyaçlarına yönelik, ileri malzeme teknolojilerine dayalı çözümler üretiyoruz ve bu alanda küresel pazarda güçlü bir yer edinmek istiyoruz.

GMZ Enerji için sürdürülebilirlik ne anlama geliyor?
Bizim için sürdürülebilirlik, yalnızca çevreyi korumak değil, aynı zamanda ekonomik, teknolojik ve toplumsal değer yaratmak anlamına geliyor. Florsuz, çevre dostu iyon değişim membranları geliştirerek hidrojen üretiminde ve kullanımında düşük karbon ayak izi sağlamayı hedefliyoruz. Aynı zamanda, geri dönüştürülebilir malzemeler ve sürdürülebilir ham maddeler kullanarak döngüsel ekonomi prensiplerine katkıda bulunuyoruz. Membranlarımızın daha uzun ömürlü ve dayanıklı olması, sistemlerin daha az bakım gerektirmesini sağlarken hidrojen üretim maliyetlerini de düşürüyor.

Üretim süreçlerimizin optimizasyonu ile enerji verimliliğini artırıyor ve atıkları minimize ediyoruz. Hidrojen ekonomisinin büyümesiyle birlikte karbon yakalama, atık su arıtımı ve temiz enerji sistemleri gibi alanlarda da çözümler geliştirerek sürdürülebilir teknolojilere katkı sağlayacağız. Sürdürülebilirlik, sadece bugünün değil geleceğin temiz enerji sistemlerini inşa etmek demektir.



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ TEB
GİRİŞİM EVİ

HEDEF VE BAŞARILAR

2024 bizim için büyüme, uluslararası görünürlük ve ticarileşme sürecinin hızlandığı bir yıl oldu. European Hydrogen Week ve diğer uluslararası etkinlikler sayesinde küresel hidrojen pazarında daha fazla tanındık ve burada önemli sanayi oyuncularıyla iş birlikleri kurduk. Beş büyük müşteriyle membranlarımızın test edilmesi için ön sözleşmeler imzaladık ve ürünlerimizi uluslararası pazarda deneme sürecine soktuk. 2024'te EmpoWomen programına katılımımız da önemliydi. Bu sayede hem fon aldık hem de Avrupa'daki derin teknoloji ekosisteminde kendimize güçlü bir yer edindik.
2025'te öncelikli hedefimiz, membranlarımızın ticarileşmesini tamamlamak ve daha fazla müşteriyle saha testlerine başlamak. Ayrıca, elektrolizör sistemlerimizin prototipini tamamlayarak pilot projelerde test edilmesini sağlamak istiyoruz. Horizon 2025 projelerine katılımımızı sağlayarak uluslararası fonlardan destek almayı ve büyük ölçekli projelerde yer almayı hedefliyoruz. 2024 bizim için uluslararası açılım ve müşteri kazanımı yılıydı, 2025 ise büyümeyi hızlandırarak ticarileşmeyi sağlamayı hedeflediğimiz bir yıl olacak.

İGE'de Yabancı Para Kefalet Desteği Dönemi

Kuruluş misyonu ihracatçıların ihtiyaç duyduğu finansmana erişimi sağlamak olan İhracatı Geliştirme AŞ (İGE), ihracatı artırmaya yönelik hizmetleri ve kefalet destek paketleriyle faaliyetlerini daha da çeşitlendiriyor.

Ülkemizin ekonomik kalkınma stratejisinin ve T.C. Ticaret Bakanlığı 2025 İhracat Eylem Planı'nın önemli bir paydaşı olan İhracatı Geliştirme AŞ, ihracatçıların değişen ve dönüşen finansman ihtiyaçlarına çözüm sağlamak için 2025 yılında da çalışmalarını kararlılıkla sürdürüyor ve ihracatçının ihtiyaçları doğrultusunda hızla ürün yelpazesini genişletiyor.

İhracatın sürdürülebilirliğini destekleme yönündeki faaliyetleri kapsamında İGE, Türk lirası nakit kredilere verdiği kefalet desteğini, Aralık 2024 itibarıyla yabancı para nakit krediler için de sağlamış bulunuyor. Bu vesileyle, ihracatçıların finansman ihtiyaçları farklı para birimleri bazında da karşılanıyor. İGE, yabancı para kefalet destek paketleriyle, ihracatçı firmaların döviz bazlı krediye erişimini kolaylaştırmanın yanı sıra finansman maliyeti yükünün azalmasına da katkı sağlıyor.



İGE özkaynağı ile verilecek kefaletler yoluyla; Eximbank, Türk Ticaret Bankası ve İGE'nin ortağı olan 20 banka tarafından, KOBİ ve KOBİ dışı firmalara sunulmak üzere hazırlanan İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketi ile azami 12 ay vadeli, dolar ve euro cinsinden kullandırılan kredilere kefalet desteği sağlanıyor.

Bununla birlikte, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının yeni düzenlemesiyle, İGE kefaleti ile kullandırılan yabancı para krediler, bankaların tabi olduğu yüzde 0,5 aylık büyüme sınırından muaf tutuluyor. Bu durum ihracatçıların İGE kefaletiyle daha fazla finansmana erişimine olanak sağlıyor.

Bugüne kadar İGE'nin özkaynak kefaleti sağladığı yabancı para kredi tutarı 14 milyar TL'yi geçmiş durumda.

KİMLER FAYDALANABİLİR?

İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketi'nden ihracatçı veya ihracat potansiyeli olan ya da ihracata yönelik mal üreten ve ihracatçı aracılığıyla, malını ihraç eden imalatçı firmalar ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyet gösteren KOBİ ve KOBİ dışı olarak sınıflandırılan tüm ihracatçılar yararlanabilir. İhracatçılara kullandırılacak kredilerin, ihracat taahhütlü açılması ve ihracat taahhüdünün ilgili mevzuatta belirtilen süre içerisinde gerçekleştirilmesi bekleniyor.

NASIL BAŞVURULUR?

İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketi'nden faydalanmak isteyen ihracatçılar, aşağıdaki bankalar üzerinden kefalet talebini İGE'ye iletebiliyor.

- Türkiye İhracat Kredi Bankası AŞ (Eximbank)
- Türk Ticaret Bankası AŞ
- Yapı ve Kredi Bankası AŞ
- Türkiye Halk Bankası AŞ
- Türkiye Vakıflar Bankası TAO
- T.C. Ziraat Bankası AŞ
- Türkiye İş Bankası AŞ
- QNB Bank AŞ
- Şekerbank TAŞ
- Türk Ekonomi Bankası AŞ
- Akbank TAŞ
- Türkiye Garanti Bankası AŞ

İGE'nin ortaklarından olan diğer bankaların, İGE Yabancı Para Kefalet Destek Paketi için çalışmalarını tamamladıktan sonra kullandırıma geçeceği öngörülüyor. İlgili paket kapsamında, çalışmalarını tamamlayan bankaların güncel listesi İGE'nin web sitesinde paylaşılıyor.

İGE'DEN YABANCI PARA REESKONT KREDİLERİNE TAM DESTEK

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, yabancı para reeskont kredisi kullanımını tekrar hayata geçirdi. Yapılan düzenlemeyle ihracatçılar, İGE kefaletli olarak Eximbank aracılığıyla yabancı para reeskont kredilerini kullanabiliyorlar. KOBİ firma başına 50 milyon TL, KOBİ dışı ihracatçı firma başına ise 100 milyon TL kredi karşılığında, dolar veya euro döviz cinsinden ve 12 aya varan vadelerde, İGE kefaletiyle kredi kullanabiliyor. İGE, faiz avantajı bulunan bu krediye özel kefalet komisyonunu yüzde 0,5 olarak belirledi ve ihracatçıların finansman yükünü en aza indirmeyi hedefledi. Bugüne kadar, İGE'nin kefalet onayı verdiği yabancı para reeskont kredi tutarı yaklaşık 7 milyar TL'ye ulaşmış bulunuyor. Yabancı para reeskont kredisinden faydalanmak isteyen ihracatçılar, Eximbank şubelerinden İGE kefaletli krediye başvuru yapabiliyor.

İhracatın sürdürülebilirliğini destekleme yönündeki faaliyetleri kapsamında İGE, Türk lirası nakit kredilere verdiği kefalet desteğini, Aralık 2024 itibarıyla yabancı para nakit krediler için de sağlamış bulunuyor.

TCMB'den Döviz Kredilerinde Sıkılaşma Adımı

Yabancı para krediler için aylık yüzde 1 olan büyüme sınırı yüzde 0,5'e düşürüldü ve istisna tutulan yabancı para kredilerinin kapsamında daralmaya gidildi.



Resmî Gazete'nin, 1 Mart 2025 tarihli yayınında yer alan Zorunlu Karşılıklar Hakkında Tebliğ (Sayı: 2013/15)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2025/10) ile yabancı para krediler için aylık yüzde 1 olan büyüme sınırı yüzde 0,5'e düşürüldü ve istisna tutulan yabancı para kredilerinin kapsamı da daraltıldı.

TCMB, en son ocak ayının başında yaptığı değişiklik ile yabancı para krediler için büyüme sınırını yüzde 1'e düşürmüştü. Ancak bu değişikliği takip eden iki ayda yabancı para kredi büyümesi istisna tutulan kredilerin etkisiyle büyüme sınırının üzerinde gerçekleşmişti.

İHRACATÇININ DÖVİZ BOZDURMA ZORUNLULUĞU ORANINDA İNDİRİME GİDİLDİ

28 Şubat 2025 tarihli TCMB tarafından İhracat Genelgesi ve Görünmeyen İşlemler Genelgesi güncellendi. TCMB'nin normalleşme adımları kapsamında ihracat bedellerinin satış yükümlülüğünü yüzde 30'dan yüzde 25'e indirdiği aktarıldı.

HIZLI KARGO TAŞIMACILIĞI YAPAN ŞİRKETLERİN TEMİNAT MEKTUBU TUTARLARI ARTIRILDI

1 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Posta ve Hizli Kargo Yoluyla Taşınan Eşyanın Gümrük İşlemlerine İlişkin Tebliğ (Seri No: 1)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 3) ile hızlı kargo taşımacılığı yapan şirketlere temsil yetkisi tanınması ile bazı eşyaların gümrük beyanı dâhil tüm gümrük işlemlerinin bu kişiler tarafından takip edilip sonuçlandırılmasına ilişkin usul ve esaslar düzenlendi.

Buna göre, yetki kapsamındaki işlemlere ilişkin sonradan yapılacak kontroller sonucu doğabilecek kamu alacağının garanti edilmesi amacıyla yalnızca hava yolu veya yalnızca kara yolu ile hızlı kargo taşımacılığında yetki kullanılmak istenmesi durumunda 10 milyon lira, her iki yetkinin birlikte kullanılmak istenmesi durumunda 20 milyon liralık teminat mektubu ibraz edilecek. Söz konusu tutarlar, daha önce 1 milyon lira ve 2 milyon lira olarak uygulanıyordu.

Gönderilerin beyanında, basitleştirilmiş gümrük beyannamesinde ihracat eşyası için eşya kodu alanına asgari altılı tarife alt pozisyonu girilecek. Yetki kapsamındaki ihracat gönderilerinden teşvik, sübvansiyon veya parasal iadeye ya da ayniyet tespitine konu olmayanların beyanı, operatörde mevcut bulunan bilgi ve belgelere uygun olarak taşıma aracı hareket gümrük idaresini terk edinceye kadar yapılacak. Taşıma aracı hareket gümrük idaresini terk ettikten sonraki 24 saat içinde beyanda düzeltme gerçekleştirilebilecek.

Posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşya için Türkiye'deki giriş liman veya yerine kadar yapılan nakliye giderleri, eşyanın kıymetine ilave edilecek. Eşyanın kıymeti, ibraz edilen faturaya, satış fişine veya eşya bedelinin ödendiğine ilişkin belgeye göre belirlenecek. Bu tür belge ibraz edilememesi veya belgede kayıtlı kıymetin düşük bulunması hâlinde, eşyanın kıymeti ilgili mevzuat doğrultusunda gümrük idaresince tespit edilecek.

Öte yandan, tebliğden önce bakanlıktan operatör yetkisi almış hızlı kargo taşımacılığı yapan şirketlerin ibraz ettiği teminat mektupları, 1 Temmuz'a kadar yeni belirlenen tutarlara göre yenilenecek. Eksik kalan tutar için ek teminat mektubu verilecek. Bu tarihe kadar teminat mektuplarının yeni tutara göre tamamlanmaması durumunda, söz konusu koşul sağlanıncaya kadar operatör yetkisi askıya alınacak.

VİETNAM'DAN KAYNAK TELİ İTHALATI İÇİN DAMPİNG ÖNLEMİNE DEVAM EDİLECEK

1 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2025/6) ile Vietnam menşeli "özlü kaynak telleri" ithalatı için uygulanan önlemin devam etmesine karar verildi.

Vietnam menşeli "özlü kaynak telleri"nin ithalatına yönelik yürütülen nihai gözden geçirme soruşturması neticesinde, söz konusu ürüne yönelik önlemin yürürlükten kalkması durumunda dampingin ve zararın devam etmesinin veya yeniden meydana gelmesinin muhtemel olduğu saptandı.

Bu kapsamda, söz konusu ürünün ithalatında uygulanan dampinge karşı önlem CIF bedelinin yüzde 21,15 ve yüzde 29,65'i olarak devam edecek.

MENKUL SATIŞ SÖZLEŞMELERİNE DÖVİZLE ÖDEME ESNEKLİĞİ GETİRİLDİ

6 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karara İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2008-32/34)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No: 2025-32/72) ile taşıt satış sözleşmeleri dışında kalan menkul satış sözleşmelerinde ödeme yükümlülükleri, döviz cinsinden veya dövize endeksli olarak yerine getirilebilecek.

> Posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşya için Türkiye'deki giriş liman veya yerine kadar yapılan nakliye giderleri, eşyanın kıymetine ilave edilecek.

Tebliğ ile makroekonomik konjonktürle uyumlu kambiyo politikaları kapsamında menkul satış sözleşmelerinde ödeme yükümlülüklerinin döviz cinsinden veya dövize endeksli yerine getirilmesi için düzenleme yapıldı.

HATAY, ADIYAMAN VE KAHRAMANMARAŞ'TA BAZI BÖLGELER SANAYİ ALANI OLARAK BELİRLENDİ

7 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Cumhurbaşkanlığı'nın 9559, 9560 ve 9561 Sayılı Kararları ile Hatay'daki bazı bölgeler, "Arsuz Alakop Sanayi", "İskenderun Nardüzü Sanayi", "Hassa Akbez Sanayi", "Kırıkhan Sanayi", "Antakya Mansurlu Sanayi" ve "Samandağ Uzunbağ Sanayi" alanları olarak belirlendi.

Ayrıca, Adıyaman'ın Merkez ilçesindeki bölgenin "Karadağ Sanayi Alanı", Kahramanmaraş'ın Elbistan ilçesindeki bölgenin de "Elbistan Sanayi Alanı" olmasına karar verildi.

OSB'LERDE PARSEL TAHSİSİNDE YENİ DÜZENLEME YAPILDI

7 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Organize Sanayi Bölgelerinde Yer Alan Parsellerin Tamamen veya Kısmen Bedelsiz Olarak Tahsisi Hakkındaki 14/5/2018 Tarihli ve 2018/11773 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararının Eki Kararda Değişiklik Yapılması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 9562) ile organize sanayi bölgelerinde (OSB) yer alan parsellerin tamamen veya kısmen bedelsiz tahsisine esas kademelendirme kriterinde değişiklik yapıldı. Kararın uygulanmasına yönelik süre de 31 Aralık 2024'den 31 Aralık 2029'a kadar uzatıldı.

Düzenlemeyle, OSB'lerde yer alan parsellerin tamamen veya kısmen bedelsiz tahsisinde; söz konusu Bakanlar Kurulu kararının birinci maddesinde belirtilen kademelendirme yerine, 2022 yılındaki ilçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırmasındaki kademelendirme esas alınacak.

Kararla, OSB'lerin birden fazla il veya ilçenin sınırları içinde yer alması hâlinde, tahsiste organize sanayi bölgesinin en fazla alanının olduğu yerin indirim oranının uygulanmasına yönelik fıkra ile tamamen veya kısmen bedelsiz tahsis uygulamasına esas ilçe listesi yürürlükten kaldırıldı.

DEMİR YOLU ALTYAPI ERİŞİMİ VE KAPASİTE TAHSİSİ DÜZENLENDİ

7 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Demiryolu Altyapı Erişim ve Kapasite Tahsis Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile verimlilik artışına yönelik düzenlemeleri içeren şebeke bildirimi değişikliği, yayımı tarihinden itibaren 30 gün içinde onay için Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığına gönderilecek. Uygulama dönemine 90 gün süre kalmış ya da uygulama dönemi içerisindeki şebeke bildiriminde, altyapı kullanım ücretlerinde indirim veya artırım yapılamayacak.

YENİLENMİŞ ÜRÜN SİSTEMİNİN YAYGINLAŞTIRILMASINI TEŞVİK EDİCİ DÜZENLEME YAPILDI

8 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile aracılık sözleşmesinde belirtilmeden veya satıcıdan onay alınmadan, cayma hakkı süresinin Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da belirtilenin üzerine çıkarılamaması yönünde düzenleme yapıldı.

- Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıları, cezai şart uygulamadan önce satıcıdan açıklama talep etmek zorunda olacak.
- Satıcılar, satışlarına ilişkin verileri aracılık sözleşmesi süresince ve sözleşmenin sona ermesinden itibaren bir yıl boyunca ücretsiz olarak taşıyabilecek ve verilerine erişebilecek. Dahili iletişim sistemindeki bilgiler de aynı süre boyunca görüntülenebilecek ve değiştirilemeden kopyalanabilecek.
- Yenilenmiş ürün satışlarını teşvik etmek amacıyla, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının reklam ve indirim bütçelerinin yüzde 5'ine kadar olan harcamalar ilgili bütçelere dâhil edilmeyecek.

- Afet dönemlerinde (deprem, yangın, sel vb.) ekonomik toparlanmayı desteklemek amacıyla yapılacak indirimler, Ticaret Bakanlığı onayıyla indirim bütçesi dışında tutulabilecek.

Ayrıca, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıları, yurt dışına yapılan satışlarla ilgili bilgi ve belgeleri yetkili kurumlardan temin etmek, denetimler için gerekli tedbirleri almak ve teknik altyapıyı oluşturmakla yükümlü olacak.

MÜKELLEFLERİN KDV İADE TALEBİNDE BULUNABİLECEKLERİ ASGARİ TUTAR GÜNCELLENDİ

15 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 27/1/2023 Tarihli ve 6775 Sayılı Cumhurbaşkanı Kararının Eki Kararda Değişiklik Yapılması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 9582) ile mükelleflerin iade hakkı doğuran işlemlerine ilişkin KDV iade talebinde bulunabilecekleri asgari tutar 2 bin liradan 10 bin liraya çıkarıldı.

PATENT VE MARKA ÜCRET TARİFESİNDE DEĞİŞİKLİĞE GİDİLDİ

15 Mart 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Türk Patent ve Marka Kurumunca 2025 Yılında Uygulanacak Ücret Tarifesine İlişkin Tebliğ (BİK/TÜRKPATENT: 2025/1)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (BİK/TÜRKPATENT: 2025/2) ile 31 Aralık 2024 tarihinde yayımlanan 2025 yılı ücret tarifesinde değişikliğe gidildi. Buna göre iki sınıfa kadar olmak üzere marka yenileme ücreti 2 bin 49,67 lira, koruma süresi sona eren marka yenileme ücreti 5 bin 235,42 lira oldu. Üçüncü sınıf ve sonraki her bir sınıf için marka başvurusu ek sınıf ücreti 654,42 lira, marka iptal ücreti de 23 bin 458,33 olarak belirlendi.

Tebliğ kapsamında var olan ücretlere ek olarak, marka iptal talebi emanet tutarı 23 bin 458,33 lira, ilave her bir sınıf için marka yenileme ücreti 500 lira, üçüncü ve sonraki her bir sınıf için koruma süresi sona eren markanın yenileme ücreti 875 lira oldu.

Bunun yanı sıra 35/5'inci grup altındaki 34 emtia sınıfında seçilen 3'üncü sınıf ve sonraki her bir sınıf için marka başvurusu ek sınıf ücreti de 300 lira olarak düzenlendi. Ayrıca, marka iptal ücretinin tek seferde tahsil edilmesi ve kurum ücreti ile emanet hesabında tutulacak ücret olmak üzere iki kalemde hesaplanması karara bağlandı.

> Yenilenmiş ürün satışlarını teşvik etmek amacıyla elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının reklam ve indirim bütçelerinin yüzde 5'ine kadar olan harcamalar ilgili bütçelere dâhil edilmeyecek.

> Yeni düzenlemeyle OSB'lerde yer alan parsellerin tamamen veya kısmen bedelsiz tahsisinde, 2022 yılındaki ilçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırmasındaki kademelendirme esas alınacak.



Şubat 2025

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000$)

Sektör	*Şubat 2024*	*Şubat 2025*	*Değişim (%)*
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.046.831	1.070.169	2,2
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	652.195	607.620	-6,8
Yaş Meyve ve Sebze	318.978	319.344	0,1
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	311.356	276.117	-11,3
Meyve Sebze Mamulleri	234.170	199.473	-14,8
Fındık ve Mamulleri	196.631	217.694	10,7
Kuru Meyve ve Mamulleri	170.081	146.638	-13,8
Tütün	76.260	67.747	-11,2
Zeytin ve Zeytinyağı	82.611	41.196	-50,1
Süs Bitkileri ve Mamulleri	17.475	19.426	11,2

Dünyadan Tarım Haberleri

Kanada, Kuş Gribi için 500 Bin Doz Aşı Temin Etti

Kanada Halk Sağlığı Ajansı (PHAC), yüksek derecede patojenik H5N1 virüsüne karşı insanlarda kullanılmak üzere 500 bin doz kuş gribi aşısı (ArepanrixTM H5N1) temin etti. Bu dozların yüzde 60'ı eyaletlere ve bölgelere dağıtılırken, yüzde 40'ı federal stokta tutulacak. Kanada Ulusal Aşılama Danışma Komitesi (NACI), virüsün halk için düşük risk taşıdığını belirterek aşının yaygın kullanımını önermiyor. Ancak, laboratuvar çalışanları, enfekte kuşlarla veya çiftlik hayvanlarıyla yakın temasta bulunanlar gibi yüksek riskli grupların aşılanmasını tavsiye ediyor. 2022'den bu yana Kanada'da 14,5 milyon kuş virüsten etkilendi. ABD'de ise virüs, 163 milyon kuşu ve 972 süt sığırı etkiledi. ABD, tavuklar için ilk kuş gribi aşısına şartlı onay verirken, Kanada'da henüz kümes hayvanları için onaylı bir aşı bulunmuyor.

Fransız Çiftçiler AB-Mercosur Serbest Ticaret Anlaşmasına Karşı Protestolarını Sürdürüyor

Aşırı sağ ile yakınlığıyla bilinen bir sendika olan Coordination Rurale, Salı günü Fransa'nın güneybatısındaki Auch ve Agen'de başlayan gıda nakliyatı blokajlarını da içeren bir "tarımsal isyan" sözü verdi. Bu sendika, haksız rekabet yarattığını söyledikleri sığır eti, kümes hayvanları ve şekerin gümrüksüz ithalatı gibi hükümlere karşı Fransa'daki protestolara katılan birkaç sendikadan biri. Şu anda tam üyeler olarak Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay'ın bulunduğu Mercosur, Güney Ortak Pazarı olarak biliniyor. 1991 yılında kurulan örgüt, üyeleri arasında serbest ticaret, gümrük birliği ve ortak pazar hedeflerini gerçekleştirme amacı taşıyor. AB-Mercosur anlaşmasının savunucuları, başta makine, kimyasal madde ve otomobil olmak üzere ihracat üzerindeki gümrük vergilerinin kaldırılması ile Avrupa ve Güney Amerika arasındaki ekonomik bağların güçleneceğini öne sürüyor. Ancak serbest ticaret anlaşmasının tarım sektörü için faydalı olmayacağı ve ülkeleri kendi temel çıkarlarına göre böleceği görüşü yaygın.

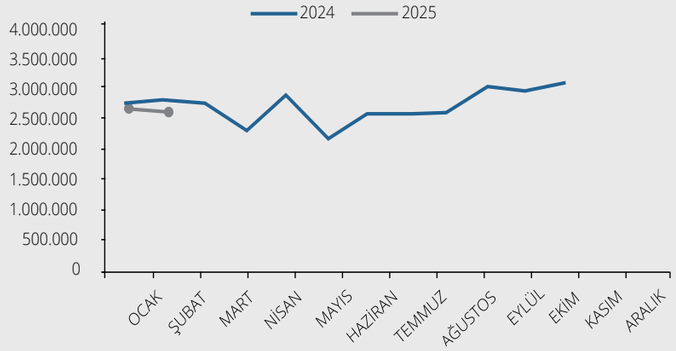
Çek ve Slovak Çiftçiler, AB Dışı İthalata Karşı Sınır Kapısını Tıkadı

Çek ve Slovak çiftçiler, onlarca traktör park ederek operasyonları aksattı. Çiftçiler, Ukrayna ve Güney Amerika gibi AB dışı pazarlardan gelen daha ucuz ithalata karşı protesto düzenledi. Son bir yılda Avrupa genelinde çiftçi protestoları yayılırken, çiftçiler standartlar ve bürokrasi konusunda adaletsiz dezavantajlarla karşı karşıya olduklarını belirterek AB politikalarında değişiklik talep ediyor. Protestolara Macaristan ve Avusturya'dan çiftçiler de katıldı. Protestocular, "Ukrayna'dan tahıla son" ve AB'nin iklim stratejisini eleştiren "Yeşil Mutabakat Çıkmazı" yazılı pankartlar taşıdı.

2024'te ABD'deki Ürün Geri Çağırmaları Son Altı Yılın En Yüksek İkinci Seviyesinde

2024 yılında ABD'deki ürün geri çağırmalarının sayısı yüksek seviyelerde kalmaya devam etti ve üst üste ikinci yıl 3.200'ün üzerinde geri çağırma bildirildi. Hasar yönetimi şirketi Sedgwick tarafından yayımlanan bir rapora göre, toplamda 3.232 geri çağırma gerçekleşti. Sedgwick Brand Protection'ın 2025 ABD Ulusal Geri Çağırma Endeksi raporuna göre, bu geri çağırmalar beş temel sektörü kapsadı ve son altı yılın en yüksek ikinci yıllık toplamı kaydedildi. Özellikle, 2023 ve 2024, son on yılda geri çağırmaların 3.200'ü aştığı üst üste gerçekleşen tek iki yıl oldu. Ancak, geri çağırmalara konu olan kusurlu ürün sayısı 680,9 milyon birime gerileyerek 2022'de geri çağırılan yaklaşık 1,5 milyar birime kıyasla önemli bir düşüş gösterdi. Bu, 2015'ten bu yana en düşük seviye olarak kaydedildi. ABD Tarım Bakanlığı (USDA) tarafından denetlenen gıda ve içecek sektörü, son on yılın en düşük ikinci yıllık geri çağırma toplamını kaydetmesine rağmen, etkilenen ürün birimi açısından son altı yılın en yüksek seviyesine ulaştı..

AYLAR BAZINDA TARIM İHRACATI



AYMOD Kapılarını 72.Kez Açtı

AYMOD Fuarı'nda, Ticaret Bakanlığının desteğiyle B2B alım heyeti programı kapsamında ABD, Kanada, Japonya ve Güney Kore gibi ülkelerden alım heyetleri yer aldı.



Bu yıl 72'ncisi düzenlenen Türkiye'nin ayakkabı ve moda sektöründeki en prestijli organizasyonlarından biri olan İstanbul Uluslararası Ayakkabı ve Moda Fuarı (AYMOD), 19-22 Mart tarihleri arasında İstanbul Finans Merkezi'nde (İFM) ziyaretçilerini ağırladı. Fuarda 29'u yabancı olmak üzere 270 firma katılımcı olarak yer aldı.

"ZOR DÖNEMİ GERİDE BIRAKTIK"

Sektörün önde gelen isimlerinin ve temsilcilerinin katıldığı açılış töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe 36 yıldır düzenlenen AYMOD'un birçok sektöre ilham kaynağı olduğunu söyledi. Avrupa'daki fuarların kan kaybederken, İstanbul'un son yıllarda birbirinden başarılı organizasyonlara imza attığını vurgulayan Gültepe, "İnanıyorum ki İstanbul'u dünyanın en önemli fuar merkezlerinden biri yapacağız." dedi.

İhracatta güncel konularla ilgili de değerlendirmelerde bulunan Gültepe, 2022'den itibaren enflasyonda görülen artışın üretimden değil, tüketimden kaynaklandığını vurguladı. Gültepe, şöyle devam etti: "En zor dönemin geride kaldığına inanıyorum. Enflasyona paralel olarak faiz oranlarının aşağıya inmesiyle beraber, özellikle ikinci yarıdan itibaren sanayiyi ve ihracatı daha fazla destekleyecek politikalar ortaya koyulacağını öngörüyoruz. Sorunlarımızı ilgili bakanlıklarımıza ve kurumlarımıza her fırsatta anlatıyoruz. Üretimde ve ihracatta yaşadığımız sorunların herkes farkında. Ama enflasyonu düşürmeye odaklanan bir program var. Enflasyon belli bir orana inene kadar böyle devam edecek gibi görünüyor. Bizim de bu süreçte verimliliğimizi ve performansımızı artırmamız önemli. Yeşil dönüşüme daha fazla odaklanmak durumundayız. Deri ve deri mamulleri sektörü özelinde yeni bir eylem planına ihtiyaç var. TİM olarak biz de bu konuda her türlü katkıyı vermeye hazırız."

"MASTER PLANI OLUŞTURACAĞIZ"

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) Başkanı Güven Karaca da, sektörde kan kaybının 2025'te de devam ettiğinin altını çizdi. Deri ve deri mamulleri sektörü için master plan oluşturmaya karar verdiklerini vurgulayan Karaca, "Bugünü düşünürken geleceği de kurgulamak zorundayız. Dernek, vakıf ve birlik başkanlarımızla orta vadeli master plan komisyonunu kurduk. Yıl sonuna kadar sektörün master planını devreye alacağız." dedi.

"DÖRT ÜLKEDEN ALIM HEYETİ GELDİ"

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten, Ticaret Bakanlığının desteğiyle B2B alım heyeti programı kapsamında fuarda ilk defa ABD, Kanada, Japonya ve Güney Kore gibi ülkelerden alım heyeti geldiğini dile getirdi. Sektörün ocakta yaklaşık 120 milyon dolar dış ticaret açığı verdiğini belirten İçten, çakma ayakkabı konusunda şunları söyledi: "Bizi ithal ayakkabıdan daha fazla rahatsız eden bu konuda bir an önce tedbirlerin alınması gerekiyor. Geçen yıl 76 milyon çift ayakkabı ithal edildi. Çakma ayakkabı üretimi ise 200 milyon çiftlere vardı. Bu durum sektör üzerinde çok büyük tehdit oluşturuyor."

Tekstil Sektörü İstanbul'da Buluştu

500'den fazla katılımcı firma ve 25 binin üzerinde ziyaretçi, Texhibition İstanbul fuarında sektördeki en son yenilikleri keşfetmek için bir araya geldi.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) adına İTKİB Fuarcılık AŞ tarafından organize edilen Texhibition İstanbul İplik, Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı; sektörün önde gelen firmalarını, profesyonellerini ve yeniliklerini bir araya getiren en önemli etkinliklerden biri olarak 7. kez kapılarını açtı. 500'ün üzerinde katılımcı firmanın yer aldığı fuarda, 125 farklı ülkeden gelen katılımcılarla birlikte toplamda 25 binden fazla ziyaretçi ağırlandı.

"SEKTÖRÜN ÖNEMİNİ GÖRÜYORUZ"

Fuarın açılış konuşmalarını gerçekleştiren Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat; Türkiye'nin hem hazır giyim ve konfeksiyon hem de tekstil ve hammaddeleri sektörlerinde dünyanın en çok ihracat gerçekleştiren altıncı, AB'nin ise üçüncü ülkesi olduğunu kaydetti. Tekstil ve konfeksiyon ihracatının geçen yıl 32,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini ve sektörün Türkiye'deki toplam istihdamın yüzde 7'sini sağladığına işaret eden Bolat: "Tekstil ve konfeksiyon sektörünün ülkemiz ekonomisindeki bu önemini bizler de görüyor ve sektörü desteklemek amacıyla politikalar geliştiriyoruz. 2024 yılında tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde 29 sektörel ticaret heyeti ile beş alım heyeti gerçekleştirildi. 2025 yılının henüz başındayken sektörümüzden aldığımız 12 yeni heyet başvurusu ise yılın geri kalanı da düşünüldüğünde bizim için mutluluk verici." diye konuştu.

"TEKSTİL VE HAZIR GİYİME GÖZÜMÜZ GİBİ BAKMALIYIZ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe de üretimde, istihdamda ve ihracatta tekstil ve hazır giyimin Türkiye için stratejik önemdeki sektörler olduğunu ve Türkiye ekonomisinde öncü konumlarını sürdürdüklerini belirtti. Ancak, son iki yılda hazır giyim ve tekstil başta olmak üzere emek yoğun sektörlerde bir kan kaybı görüldüğünü ifade eden Mustafa Gültepe; "İki sektörün son iki yıldaki ihracat kaybı 4,2 milyar dolara ulaşırken istihdam kaybı 262 bin kişi oldu. Benzer şekilde yılın ilk ayına da ihracatta ve istihdamda düşüşle başladık. Küresel oyuncu olduğumuz bu iki sektöre gözümüz gibi bakmalıyız." ifadelerini kullandı. Konuşmasında dijital dönüşüme ve yeşil dönüşüme de vurgu yapan Gültepe, sektörde her ikisini de hızlandırarak Avrupa ve ABD pazarında avantaj elde etmemiz gerektiğini kaydetti. İstanbul'u 'moda merkezi' yapma hedefinde fuarların çok önemli olduğuna işaret eden Gültepe, Texhibition İstanbul ve IFCO'da üç yılda çok büyük bir başarı elde edildiğini ve bu iki fuarın da prestijli fuarlar kapsamına alınması gerektiğini söyledi.

"FUARIMIZ NİTELİKLİ BÜYÜMEYE DEVAM EDECEK"

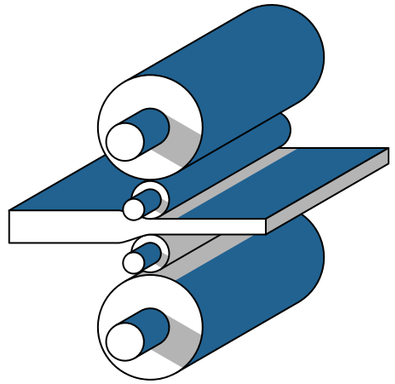
Açılış töreninde bir konuşma gerçekleştiren İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz de fuarın Türkiye'nin tekstil sektöründeki gücünü ve markalaşma sürecini desteklediğini belirtti. Texhibition İstanbul Fuarı'nın 7. kez gerçekleşmesinin gururunu yaşadıklarını ifade eden Ahmet Öksüz, "Bu büyük organizasyon, Türk tekstil sektörünün uluslararası alanda güçlü bir şekilde temsil edilmesine olanak tanıyor. 500'den fazla katılımcı firma, 125 ülkeden gelen misafirler ve 25 binin üzerinde ziyaretçi ile sektörün nabzını tutmaya devam ediyoruz." dedi. Texhibition İstanbul'un sadece bir fuar olmadığını aynı zamanda, Türk tekstil ürünlerinin ve markalarının tanıtımında kritik bir rol oynadığını ve fuarın Ticaret Bakanlığı'nın desteğiyle 'Prestijli Fuar' kapsamına alınması için çalışmaların devam ettiğini belirten Ahmet Öksüz; "Texhibition İstanbul, sektörün geleceğine yön veren en önemli organizasyonlardan biri olarak büyümeye ve gelişmeye devam edecek." ifadelerini kullandı.

Çelik Sektörü Rekabet için Destek Bekliyor

Çelik sektörü, 1997 yılından bu yana hiçbir yardım almadan 5-6 milyon tonluk üretimlerden 40 milyon tonlara kadar geldi.

Çelik İhracatçıları Birliğinin (ÇİB), üyelerin ihracatta devlet desteklerinin yanı sıra finansmana erişim ve ihracat kredileri olanakları gibi konular hakkında bilgilenmelerini sağlamak amacıyla düzenlediği İhracatta Devlet Destekleri Konferansı'nda, ihracatta yeşil dönüşüme dair Responsible Programı, yurt içi/yurt dışı fuarlar, pazara giriş, sektörel ve alım heyeti faaliyetleri, belgelendirme, küresel tedarik zinciri, Turquality marka, yurt dışı birim kira, marka tescil/tanıtım destekleri gibi birçok konu başlığı da ele alındı. Konferansta konuşan ÇİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Uğur Dalbeler, Türkiye'nin hem üretimde hem de ihracatta dünyanın en büyük beşinci ülkesi konumunda olduğunu ve sektörün 1997 yılından bu yana hiçbir yardım almadan 5-6 milyon tonluk üretimlerden 40 milyon tonlara kadar geldiğini belirtti.

Sanayinin can damarı olan çelik sektörünün mutlaka devlet tarafından desteklenmesi gereken bir sektör olduğunun altını çizen Dalbeler, "Bir tarafta Çin gibi gelişmekte olan ülkeler, bir tarafta Amerika ve Avrupa gibi gelişmiş ülkeler... Hepsi de çelik sektörüne büyük önem veriyor ve destekliyor. Biz ise kendi başımıza pandemi döneminde herkes küçülürken büyümeyi başardık ve 22 milyar dolar ihracata ulaştık. Ancak Trump'la birlikte tekrar başlayan bu korumacılık ve korku ortamında, öngörülemezlik de giderek yükselirken çelik sektörünün daha da büyümesi ve ihracatını daha da arttırabilmesi için mutlaka yanında ona destek olan bir takım diğer unsurlar da olmak zorunda." ifadelerini kullandı.



Türk Gıda Üreticileri Rusya'dan Umutlu Döndü

Rusya ve Doğu Avrupa'nın en büyük gıda fuarı olarak kabul edilen Prodexpo Fuarı'na İHBİR'in millî katılım organizasyonu ile toplam 25 Türk firması katıldı.

Rusya ve Doğu Avrupa'nın en büyük gıda fuarı olarak kabul edilen 32'nci Prodexpo 2025'e Uluslararası Gıda, İçecek ve Gıda Hammaddeleri Fuarı, Rusya'nın Moskova kentinde düzenlendi. Yaklaşık 80 bin metrekarede 36 ülkeden 1.835 katılımcı ve 70 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapan fuara, İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliğinin (İHBİR) millî katılım organizasyonu ile toplam 25 Türk firması katıldı. Fuarın katılımcılar açısından son derece başarılı geçtiğini ve Türkiye'ye memnun bir şekilde döndüklerini belirten İHBİR Başkan Yardımcısı Şemsettin Memiş, özellikle Rusya'daki yerel marketlerle önemli görüşmelerin gerçekleştirildiğini ifade etti. Bu görüşmelerin siparişe dönüşmesi konusunda umutlu olduklarını kaydeden Memiş, "Bu sene fuarda Rusya'daki yerel firmaların yoğunluğu daha fazlaydı. Türk firmaları olarak Rusya'daki algımız zaten oldukça yüksek. Atıştırma ve şekerleme grubu başta olmak üzere kuru yemişler, konserve grupları ve diğer karma gruplarda ciddi bir potansiyel görüyoruz. Önümüzdeki dönemde bu gruplardan önemli siparişler geleceği yönünde izlenimler aldık. Rusya, yatırım yapmak için doğru bir ülke gibi gözüküyor. Ayrıca Avrupa gibi çok rekabetçi bir pazar değil ve kârlılıklar daha yüksek. Rusya'ya yatırım yapan, eleman gönderen ve depo açan firmaların önümüzdeki yıllarda pazara hakim olacağını düşünüyoruz." dedi.





Hindistan'da Türk Fındığı Tanıtımı Hız Kesmeden Devam Ediyor

Hindistan'ın en büyük gıda fuarı olan AAHAR'daki Türk fındığı standında ithalatçıların fındık talepleri alınarak fındık hakkındaki çeşitli soruları da cevaplandırıldı.

Dünyanın en büyük kuruyemiş pazarlarından biri konumunda yer alan Hindistan'ın en büyük gıda fuarı olan AAHAR'a "Türk Fındığı" markasıyla ikinci kez katılım sağlandı. 4-8 Mart tarihleri arasında düzenlenen fuara, Karadeniz ile İstanbul Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birlikleri ortak bir stant beraberinde Türk fındığına ilişkin tanıtım faaliyetleri gerçekleştirdi. Türk fındığının Hint mutfağındaki kullanım alanlarına yönelik potansiyelin açığa çıkarılması amacıyla tanıtım standında oluşturulan özel bir alanda, fındığın ana malzeme olarak kullanıldığı sekiz farklı tarif geliştirilerek ziyaretçilerin beğenisine sunuldu ve tarif kartları dağıtıldı. Yerel Hint lezzetlerinin Türk fındığıyla buluştuğu tariflerin ziyaretçiler tarafından beğeni ve ilgiyle karşılandığı gözlemlendi.

Açılan tanıtım standında, Türk fındığı ile ülkemiz fındık sektörüne ilişkin tanıtıcı bilgilerin yanı sıra Türk fındık ihracatçılarının iletişim bilgilerinin de yer aldığı broşürler ve fındığın doğrudan çerez olarak tüketimini yaygınlaştırmak amacıyla 20 gramlık ambalajlarda kavrulmuş fındık ve fındıklı şekerleme mamulleri ikram edildi. Ayrıca Türk fındığı standında ikili görüşmeler yoluyla ithalatçıların fındık talepleri ve iletişim bilgileri alınarak fındık hakkındaki çeşitli soruları da cevaplandırıldı.

Metal İhracatında Değer ve Birim Değer Yükseldi

Avrupa'daki metal sanayi şubat verilerinin daralmanın yavaşladığına işaret etmesi, Türk metal sanayi ihracatı için ümit verici bir gelişme olarak öne çıkıyor.

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) tarafından hazırlanan "TR-METALENDEKS Türkiye Metal Sanayi İhracat Endeksi" şubat ayı sonuçları açıklandı. Zorlu pazar koşulları, belirsizlikler ve yurt içinde artan maliyetlere rağmen TR-METALENDEKS, ocak ayından sonra şubatta da değer ve birim değer olarak yükselmeyi başardı. Metal sanayi ihracat değer endeksi 150,0 puandan 151,7 puana çıkarken, ihracat birim değer endeksi de ocak ayında 119,8 puan iken şubat ayında 123,0 puana yükseldi. Metal sanayi ihracat miktar endeksi ise şubat ayında pazarlarda yaşanan durgunluğun sürmesi nedeniyle ocak ayında 125,2 puan iken şubat ayında 123,3 puana indi. Öte yandan Avrupa'daki metal sanayi şubat verilerinin daralmanın yavaşladığına işaret etmesi, Türk metal sanayi ihracatı için de ümit verici bir gelişme olarak öne çıkıyor.

Yılın ilk iki ayında talep tarafında durgunluk sürerken ihracat pazarları durağan kalmaya devam etti. İDDMİB tarafından yapılan değerlendirmeye göre yılın ilk aylarında talebin zayıf kalmaya devam edeceği tahmin ediliyor. Büyük merkez bankaları temkinli faiz indirimlerine devam ederken ABD'nin ithalatta vergi uygulamaları kararları izlenecek. Diğer ülkeler de ABD'ye karşı vergi önlemleri alacak, metal fiyatları bir süre daha belirsiz kalacak. ABD'de yeni yönetimin jeopolitik sorunlara bakışı da piyasalarda yakından izlenecek. İhracat endekslerinde kalıcı toparlanma için bir süre daha beklenmesi gerektiği öngörülüyor.





Türk Zeytinciler ABD Pazarından Yüzde 10 Pay Almayı Hedefliyor

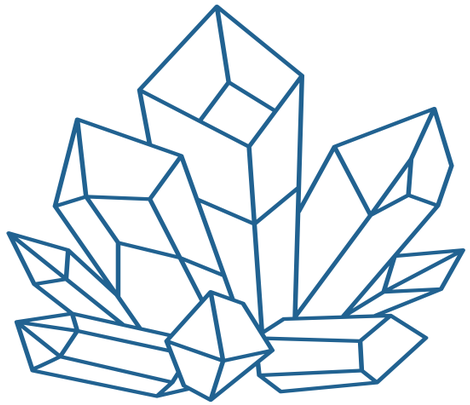
> Türkiye, 2023/24 sezonunda ABD'ye 199,5 milyon dolarlık zeytinyağı ve 16 milyon dolarlık sofralık zeytin ihraç etti.

Türk zeytincilik sektörü, yıllık 370 bin ton zeytinyağı ve 185 bin ton sofralık zeytin tüketimiyle Avrupa Birliği'nden sonraki en büyük tüketici olan Amerika Birleşik Devletleri'ne zeytinyağı ve sofralık zeytin ihracatını artırmak için, "Sektörel Ticaret Heyeti" düzenledi. Greater Irnive Ticaret Odası ziyaretiyle ABD programına başlayan EZZİB Heyeti, toptan, perakende zeytin ve zeytinyağı ticareti yapan Costco, Trader Joe's, Sporuts Farmers Market, Ralph's Supermarket ve Gelson's Supermarketi ziyaret etti. ABD'nin en büyük doğal ve organik gıda fuarlarından biri olan ve Türkiye Milli Katılım Organizasyonu Ege İhracatçı Birlikleri'nce yapılan Natural Products Expo West Fuarı'nı ziyaret ettikleri bilgisini veren Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Uygun, fuarda zeytin ve zeytinyağı sektör trendleri ve ABD'de doğal gıdalara olan talep hakkında incelemeler yaptıklarını dile getirdi. Türkiye'nin son 20 yılda zeytincilik sektörüne büyük yatırım yaptığının altını çizen Uygun şöyle devam etti: "Sofralık zeytin rekoltemiz 750 bin tona ulaştı ve dünya birincisi konumuna geldik. Zeytinyağı rekoltemiz ise 475 bin tonluk rekolteye ulaştı. ABD bu anlamda en önemli pazarların başında geliyor. Türkiye, 2023/24 sezonunda ABD'ye 199,5 milyon dolarlık zeytinyağı ve 16 milyon dolarlık sofralık zeytin ihraç etmişti. Yıllık zeytin ve zeytinyağı ithalatı 4 milyar dolara ulaşan ABD pazarında yüzde 10 pay almayı hedefliyoruz."

Genç Yetenekler Doğal Taşa Yön Veriyor

> İMİB'in İTÜ Endüstriyel Tasarım Bölümü iş birliğiyle düzenlediği "Mekân Tasarımı/Space Organization" dersi kapsamında geliştirilen doğal taş stant tasarımları, sektörün geleceğine ışık tuttu.

İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB), Türkiye'nin doğal taş sektörüne katma değer sağlamak amacıyla yürüttüğü projelere bir yenisini daha ekledi. İTÜ Endüstriyel Tasarım Bölümü iş birliğiyle düzenlenen ve 30 öğrencinin katılımıyla gerçekleşen "Mekân Tasarımı/Space Organization" dersi kapsamında geliştirilen doğal taş stant tasarımları, İMİB öncülüğünde, TİM'deki sektör profesyonellerinin beğenisine sunuldu. İTÜ Öğretim Görevlisi Dr. Ece Arıburun Kırca'nın liderliğinde yürütülen projede; öğrenciler doğal taşın sadece yapı malzemesi değil, aynı zamanda tasarım dünyasında güçlü bir ifade aracı olduğunu vurgulayan yenilikçi projeler geliştirdi. Öğrencilerin projelerini yakından inceleyen İMİB Yönetim Kurulu Üyesi Vedat Öksüz, doğal taş sektörünün geleceğinde tasarımın kritik rolüne dikkat çekti. Öksüz, "Seçmeli bir ders olmasına rağmen ciddi emek verilmiş. Tasarımlarınız, biz yönetim kurulu üyelerinde dahi merak uyandırdı, farklı konseptlerle vizyonumuzu genişlettiniz." dedi. Doğal taş kullanımında teknolojinin geldiği noktaya da değinen Öksüz, artık mermerin 2-3 milimetreye kadar inceltilerek hafif ve esnek yüzeyler haline getirilebildiğini belirtti. "Mermerin ağırlık sorunu kalmadı; bu sayede öğrencilerimizin tasarımlarında sınırları zorlamaları bizi heyecanlandırıyor." diye ekledi. Öksüz, tasarımcı gençlerin sektöre ışık tutacağını vurgulayarak, İMİB olarak benzer projelerde desteklerini sürdüreceklerini ifade etti.



Suriye ile İlgili Gelişmeler TİM Suriye Masası'nda Değerlendirilecek

> TİM Suriye Masası kapsamında Suriye ile ilgili son dönemlerde yaşanan ihracat sorunlarının da asgariye indirilmesi ve karşılıklı ticaret hacminin artırılması hedefleniyor.

Yılın ilk iki ayında ihracatı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 32,7 artışla 342 milyon dolara ulaşan ve Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 1'e yaklaşan Suriye ile ilgili Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) bünyesinde bir masa oluşturuluyor. Türkiye ve Suriye arasında dış ticaret konularında veri toplama ve bu verileri paydaşlarına sunma görevi olacak olan Suriye Masası aynı zamanda ihracatçıların bölgede yaşadığın sorunların çözümü için Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı arasında da köprü görevi görecek. Böylece Suriye ile ilgili son dönemlerde yaşanan ihracat sorunlarının da asgariye indirilmesi ve komşu ülke Suriye'ye yönelik karşılıklı ticaret hacminin de artırılması hedefleniyor.

TİM'e bağlı bütün sektörleri kapsayacak bir yönetim kurulu oluşturmak üzere çalışmaların başladığını belirten Suriye Masası Başkanı Güneydoğu Anadolu Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Celal Kadooğlu, "Türkiye'nin en önemli ihracat kalemleri arasında yer alan otomotiv, hazır giyim ve tekstil, beyaz eşya, tarım ve gıda ürünleri başta olmak üzere büyük bütün sektörlerimizi kapsayıcı olacak bir yönetim kurulu oluşturacağız. 2024 yılında Suriye'ye gerçekleştirilen 1,5 milyar dolarlık ihracatın 660 milyon doları GAİB bünyesinde gerçekleşmiş, bunun 282 milyon doları hububat, bakliyat ve yağlı tohum ihracatından gelmişti. Bu pazardaki deneyimimizle pazardaki zorlukların çözümüne liderlik yapacağız." dedi.



Makine Sektörü İki Ayda 4,3 Milyar Dolar İhracat Gerçekleştirdi

> Şubat ayı ihracatı değer bazında yüzde 5,8, miktar bazında yüzde 11,6 gerilerken yıllıklandırılmış ihracattaki azalma yüzde 1,8 seviyesinde kalarak 24 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Makine imalat sanayi konsolide verilerine göre, ocak-şubat döneminde serbest bölgeler dâhil toplam makine ihracatı yüzde 4,3 gerilemeyle 4,3 milyar dolar oldu. İhracatı miktar bazında yüzde 8,8 gerileyen makineciler, ortalama ihracat birim fiyatlarını yüzde 5 artırdı. Bu yılki kısa çalışma takviminin de etkisiyle şubat ayı ihracatı değer bazında yüzde 5,8, miktar bazında yüzde 11,6 geriledi. Yıllıklandırılmış verilere göre ise ihracattaki azalma yüzde 1,8 seviyesinde kalarak 24 milyar dolar olarak gerçekleşti. İhracatın yüzde 11,1 azaldığı Almanya'daki durgunluğun etkilerini hisseden sektör, ithalat yaklaşımı kökten değişen ABD pazarında yüzde 14,3 düşüş yaşadı. ABD ve Rusya'ya ihracattaki düşüş bir önceki aya göre yavaşlasa da yaygınlaşan yaptırımlar altında Rusya'ya makine ihracatı aylık 100 milyon doların altına geriledi. İtalya, Birleşik Krallık ve İspanya, Polonya ve Romanya'da sağlanan artışlar ana pazarlardaki daralmayı bir ölçüde dengeledi. Deri işleme makineleri, hadde ve döküm makineleri ile inşaat ve madencilik makineleri 2 aylık dönemde yüzde 20'nin üzerinde düşüşler gerçekleşen alt dallar olurken türbin, turbojet ve hidrolik sistemler, tekstil ve konfeksiyon makineleri, ambalaj makineleri ile içten yanmalı motor ve aksamı ihracatında ise yüzde 10 üzerinde artışlar sağlandı.





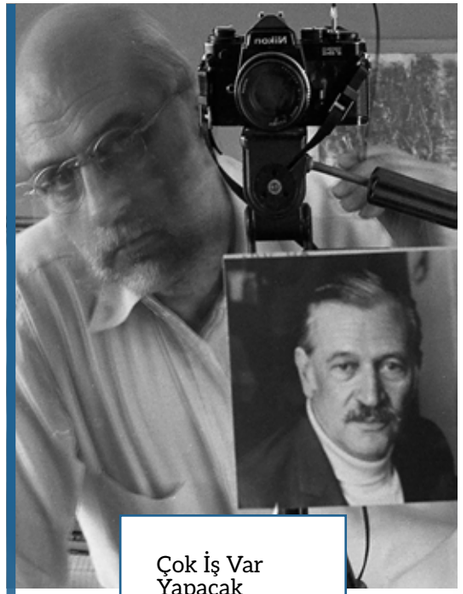
Dünyalar Arasında
Sergi

Mekân:
İstanbul Modern

Saat:
10.00-18.00

Ara Bir Yerde Olmanın Hissi

Chiharu Shiota'nın Japonya-Türkiye diplomatik ilişkilerinin tesisinin 100. yılı kapsamında İstanbul Modern'in davetiyle gerçekleştirdiği sergi, sanatçının "ara bir yerde" olma duygusunu odağına alıyor ve İstanbul'un Asya ve Avrupa arasındaki konumundan besleniyor. Sanatçı, limana yanaşan ve limandan ayrılan gemiler, bu gemilerde seyahat eden yolcular ve onların hikâyeleriyle kendisinin Japonya'dan Almanya'ya göç hikâyesi arasında ilişki kuruyor. İstanbul'un kozmopolit kimliğinden beslenen sergi 25 Nisan'a kadar ziyarete açık.



Çok İş Var Yapacak
Sergi

Mekân:
Pera Müzesi

Saat:
10:00-19:00

Bir Sanat ve Düşünme Eylemi

Batı'nın ve Anadolu'nun sanat ve düşünce mirasından beslenen, geniş ilgi alanlarıyla yetkin bir kültür insanı olan Samih Rifat, farklı uğraşlarını kendi estetik doğrultusu ve ahengiyle bütünleyici araçlar olarak kullandı ve geniş yelpazede eserler ortaya koydu. Şiirsel yaratıcılığı ve ince zevki, yaptığı her işte kendini gösteren Rifat'ın fotoğrafları, kitapları, defterleri, çizimleri ve belgesellerinin yer aldığı sergi; sanat ve düşünce hayatının tam ortasında yer almış "alçak gönüllü bir aydın" portresi olmasının yanı sıra kültür-sanat dünyasının bir dönemine ışık tutuyor.



Bakmak
Christian Madsbjerg

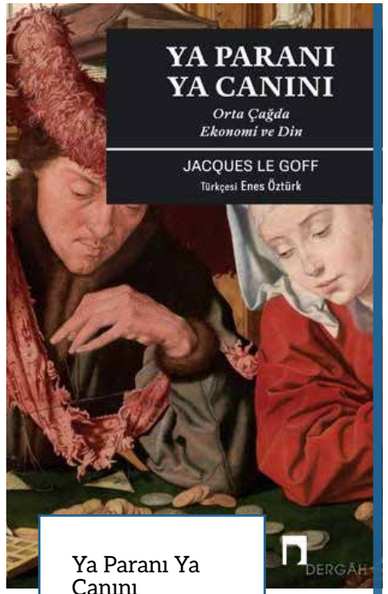
Sayfa Sayısı:
236

Baskı Yılı:
2025

Yayınevi:
The Kitap

Odaklanma Üzerine Çarpıcı Bir Rehber

Bilgi bombardımanına maruz kaldığımız günümüz dünyasında, gerçek anlamda görmeyi öğrenmek büyük bir ayrıcalık. Dünyaca ünlü düşünür ve iş stratejisti Christian Madsbjerg, kaleme aldığı kitabında dikkati toplamanın ötesinde, derin görme ve analitik sezginin iş hayatında, sanatta ve günlük yaşamda nasıl bir devrim yaratabileceğini gözler önüne seriyor. Yazar ayrıca dikkatin eşsiz bir güç olduğunu vurgularken odaklanmanın bireysel ve profesyonel yaşam üzerindeki dönüştürücü etkisinin önemini vurguluyor.



Ya Paranı Ya Canını
Jacques Le Goff

Sayfa Sayısı:
109

Baskı Yılı:
2021

Yayınevi:
Dergah Yayınları

Orta Çağda Ekonomi ve Din

Dünyanın önde gelen Orta Çağ uzmanlarından olan Fransız tarihçi Jacques Le Goff kitabında, kapitalizmin doğuşunun büyük ya da küçük anlatılarının arasında konsüllerden kilise kayıtlarına, kıssalardan vaazlara uzanan bir arkeolojik kazıya girişiyor. Eserlerinde, geçirgen olmayan sınırlarla dolu Orta Çağ tasavvuruna şiddetle karşı çıkan Le Goff, kitapta da hukuktan dinî yaşama, ekonomiden kurtuluş tasavvurlarına canlı bir Orta Çağ resmi çiziyor. "Ya paranı ya canını" diyen Kilise'ye karşı murabahacının nasıl "hem paramı hem canımı" diyebildiğini gösteriyor.



Romeo ve Juliet
Bale

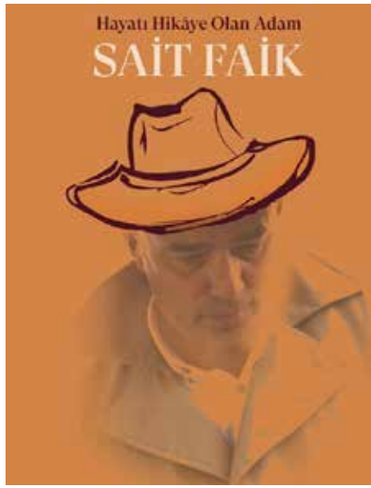
Koreograf:
Ricardo Amarante

Orkestra Şefi:
Zdravko Lazarov

Mekân:
AKM

Destansı Bir Aşkın Öyküsü

William Shakespeare'in ölümsüz trajedisi Romeo ve Juliet'in, en etkileyici yorumlarından biri olan Sergey Prokofyev'in aynı adlı bale eseri, klasik bale repertuvarında eşsiz bir yere sahip. Sahnelendiği günden bu yana klasik bale sanatında hikâye anlatımının en başarılı örneklerinden biri olarak değerlendirilen eser, dünya çapında sayısız kez izlendi. Prokofyev'in Romeo ve Juliet balesi, ünlü koreograf Ricardo Amarante'nin İstanbul Devlet Opera ve Balesi dansçıları için yapacağı özgün koreografiyle 16-22-29 Nisan'da AKM'de seyircinin beğenisine sunulacak.



Hayatı Hikâye Olan Adam
Tiyatro

Yönetmen:
Senan Kara

Yazan ve Oynayan:
Özgür Özgülgün

Mekân:
AKM

Bir Sait Faik Anlatısı

"Sait Faik Abasıyanık'ı düşünüyorum. Bu sefer yazarın değil, hikâye kahramanının izini sürmek için vapura biniyorum." Tiyatro Oyuncusu ve çocuk kitapları yazarı Özgür Özgülgün, ada sokaklarında ilginç karşılaşmalar yaşadığı bir maceraya yelken açtığı oyununda, büyük usta Sait Faik'in öykülerindeki kahramanların peşine düşüyor. Özgülgün'ün kaleme aldığı oyun, 15-16-17 Nisan'da AKM'de izleyiciyle buluşacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

- 2025 Yılı Mart Ayı İhracatı 23,4 Milyar Dolar Oldu.
- Mart Ayında 50 İl İhracatını Artırdı.
- 2025 Yılı Mart Ayında 10 ülkeye ihracat arttı.
- Mart Ayında 1.141 Firma İlk Kez İhracat Yaptı.

Almanya	1,6 Milyar Dolar
İtalya	1,180 Milyar Dolar
ABD	1,118 Milyar Dolar
Birleşik Krallık	1,042 Milyar Dolar
Fransa	906 Milyon Dolar
İspanya	856,3 Milyon Dolar
Irak	855,8 Milyon Dolar
Romanya	844,9 Milyon Dolar
Hollanda	574,5 Milyon Dolar
Polonya	550,9 Milyon Dolar



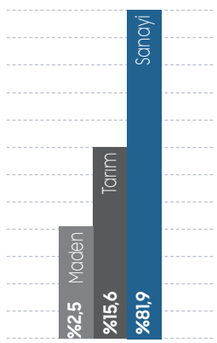
En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2025 yılı Mart ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,6 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,180 milyar dolarla İtalya ve 1,118 milyar dolarla ABD izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2025 Yılı Mart Ayında İhracattan Aldığı Pay



Ana Üretim Gruplarının 2025 Yılı Mart Ayında İhracattan Aldığı Pay



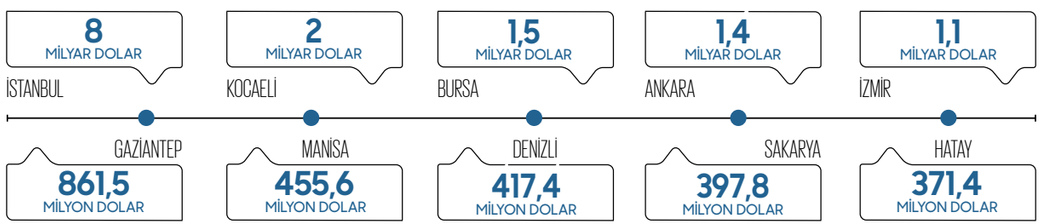
2025 Yılı Mart Ayında İl Bazında En Dikkat Çeken İhracat Artışı

KIRIKKALE

%441,3



İllere Göre 2025 Yılı Mart Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 $

SEKTÖRLER	2024	1 - 31 MART 2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)	2024	1 OCAK - 31 MART 2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)
I. TARIM	3.068.644	3.142.473	2,4	15,6	9.268.712	9.113.283	-1,7	16,1
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	**2.091.780**	**2.164.301**	**3,5**	**10,7**	**6.370.782**	**6.359.171**	**-0,2**	**11,2**
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.037.467	1.125.691	8,5	5,6	3.094.311	3.217.492	4,0	5,7
Yaş Meyve ve Sebze	276.702	298.756	8,0	1,5	961.466	971.216	1,0	1,7
Meyve Sebze Mamulleri	239.527	224.790	-6,2	1,1	705.785	634.339	-10,1	1,1
Kuru Meyve ve Mamulleri	157.758	163.177	3,4	0,8	487.960	474.309	-2,8	0,8
Fındık ve Mamulleri	200.760	217.734	8,5	1,1	603.520	643.680	6,7	1,1
Zeytin ve Zeytinyağı	78.426	52.867	-32,6	0,3	244.474	145.314	-40,6	0,3
Tütün	83.673	62.794	-25,0	0,3	224.340	216.585	-3,5	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	17.467	18.493	5,9	0,1	48.927	56.237	14,9	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	**301.716**	**305.456**	**1,2**	**1,5**	**969.033**	**865.655**	**-10,7**	**1,5**
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	301.716	305.456	1,2	1,5	969.033	865.655	-10,7	1,5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	**675.149**	**672.716**	**-0,4**	**3,3**	**1.928.898**	**1.888.457**	**-2,1**	**3,3**
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	675.149	672.716	-0,4	3,3	1.928.898	1.888.457	-2,1	3,3
II. SANAYİ	16.223.349	16.496.836	1,7	81,9	44.734.195	46.121.152	3,1	81,5
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	**1.208.909**	**1.215.546**	**0,5**	**6,0**	**3.565.543**	**3.514.441**	**-1,4**	**6,2**
Tekstil ve Hammaddeleri	816.130	840.064	2,9	4,2	2.410.458	2.423.295	0,5	4,3
Deri ve Deri Mamulleri	145.748	140.992	-3,3	0,7	408.874	399.748	-2,2	0,7
Halı	247.032	234.490	-5,1	1,2	746.211	691.398	-7,3	1,2
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	**3.078.436**	**2.729.594**	**-11,3**	**13,6**	**8.065.489**	**7.773.310**	**-3,6**	**13,7**
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	3.078.436	2.729.594	-11,3	13,6	8.065.489	7.773.310	-3,6	13,7
C. SANAYİ MAMULLERİ	**11.936.004**	**12.551.696**	**5,2**	**62,3**	**33.103.164**	**34.833.401**	**5,2**	**61,5**
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.611.789	1.417.152	-12,1	7,0	4.527.907	4.184.923	-7,6	7,4
Otomotiv Endüstrisi	3.221.155	3.517.876	9,2	17,5	9.125.528	9.494.834	4,0	16,8
Gemi, Yat ve Hizmetleri	143.315	86.375	-39,7	0,4	451.882	327.581	-27,5	0,6
Elektrik ve Elektronik	1.459.937	1.481.583	1,5	7,4	3.953.811	4.000.791	1,2	7,1
Makine ve Aksamları	1.026.389	916.603	-10,7	4,6	2.759.846	2.516.902	-8,8	4,4
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.078.724	1.136.798	5,4	5,6	3.000.070	3.168.110	5,6	5,6
Çelik	1.467.691	1.549.577	5,6	7,7	3.956.709	4.035.031	2,0	7,1
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	385.061	376.488	-2,2	1,9	1.055.620	1.015.119	-3,8	1,8
Mücevher	544.458	545.521	0,2	2,7	1.493.296	2.570.082	72,1	4,5
Savunma ve Havacılık Sanayii	358.179	884.254	146,9	4,4	987.968	1.699.698	72,0	3,0
İklimlendirme Sanayii	639.305	639.469	0,0	3,2	1.790.526	1.820.331	1,7	3,2
III. MADENCİLİK	499.133	496.923	-0,4	2,5	1.396.782	1.372.846	-1,7	2,4
Madencilik Ürünleri	**499.133**	**496.923**	**-0,4**	**2,5**	**1.396.782**	**1.372.846**	**-1,7**	**2,4**
T O P L A M (TİM*)	19.791.126	20.136.232	1,7	100,0	55.399.689	56.607.281	2,2	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	**2.858.702**	**3.248.476**	**13,6**	**13,9**	**8.343.567**	**8.698.305**	**4,3**	**13,3**
GENEL İHRACAT TOPLAMI	**22.649.828**	**23.384.708**	**3,2**	**100,0**	**63.743.256**	**65.305.586**	**2,5**	**100,0**

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Dr. Kübra Ulutaş **Genel Sekreter Yrd.** Mustafa Seçilmiş **Genel Sekreter Yrd.** Funda Özgüleç Yüceer

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



Limitsiz Çözümler

Taşımacılık süreçlerinizde karşılaştığınız zorlukları nasıl çözebileceğimiz hakkında daha fazla bilgi edinmek için:

dfds.com.tr

Deniz taşımacılığındaki köklü tarihimiz ve deneyimimizin yanı sıra intermodal taşımacılık çözümlerimizle size üstün hizmet kalitesi sunmak için çalışıyoruz.

Benzersiz taşımacılık ağımız, filomuz ve ekibimiz sayesinde taşımacılık ihtiyaçlarınıza özel, esnek ve güvenilir çözümler sunuyoruz.

DFDS

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



fikren zikren

@adrespatent

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89

MERKEZ
Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL

İSTANBUL LEVENT	İKİTELLİ TEKNOLOJİ	MERTER	ESENYURT TEKNOLOJİ	KADIKÖY	GEBZE TEKNOLOJİ
0(212) 347 89 89	0(212) 549 43 70	0(212) 890 55 50	0(549) 474 04 37	0(216) 386 26 88	0(537) 659 50 23
info@adrespatent.com	ikitelli@adrespatent.com	merter@adrespatent.com	esenyurt@adrespatent.com	anadolu@adrespatent.com	gebze@adrespatent.com
ANKARA	**İZMİR**	**DENİZLİ**	**ANTALYA**	**BURSA**	**LONDRA**
0(312) 232 62 85	0(232) 425 20 40	0(258) 265 69 12	0(242) 321 00 89	0(224) 504 53 43	+44(7552) 725 955
ankara@adrespatent.com	izmir@adrespatent.com	denizli@adrespatent.com	antalya@adrespatent.com	bursa@adrespatent.com	londra@adrespatent.com

I ♥ PATENT
Size çok yakınız!