

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİMREPORT

168 | ŞUBAT
2019

TİM KÜRESEL YENİ BİR
YOL HARİTASI ÇİZDİ

■ İHRACATA 5G YÖN VERECEK

GÜÇLÜ
TÜRKİYE

GÜÇLÜ
İHRACAT

GÜÇLÜ
EKONOMİ

GÜÇLÜ
İNSAN KAYNAĞI

GÜÇLÜ ALTYAPI,
İHRACAT EKOSİSTEMİ

TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN İLE ÖZEL RÖPORTAJ

You need it.
We move it.





İş fırsatlarına ulaşarak büyüme ve genişlemenin yolunu açın. Yeni pazarlara, bölgelere, iş segmentlerine, ülkeler, hatta kıtalara, yenilikçi ulaştırma ürünleri ve akıllı lojistik çözümler ile ulaşın.

DSV olarak Dünya genelinde seksenden fazla ülkede, şirketinize yeni ilişkiler kurmak ve müşterilerinizin beklentilerini karşılamak üzere hazırız.

Bilgi için:
www.tr.dsv.com
veya 444 4 378

DSV

Global Transport and Logistics



10 RÖPORTAJ

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan



64 TİM'DEN

TİM "İhracatta sıfır atık seferberliği" başlattı



68 HİZMET İHRACATI

Oyun yazılımı ihracatta
1 milyar doları aştı



92 DÜNYA

Latin Amerika'nın yükselen yıldızı:
Meksika

İÇİNDEKİLER

4

BAŞKAN'DAN

Hedefe adım adım

6

RE-EXPORT

İhracatın kaldıracı: Re-export

18

BÜYÜME

İhracat, bu yıla da damga vuracak

22

İHRACAT

Cumhuriyet rekoru kırıldı

40

İHRACAT RAPORU

İhracata 5G yön verecek

48

RÖPORTAJ

Yıldızlar Yatırım Holding
YK Üyesi Hakkı Yıldız

54

FİNANS

Pariteye bakmadan
mal satmayalım!

58

DÜNYA

Bevin göçü nasıl önlenir?

72

GEZİ-ŞEHİR

Roma'da yapmanız gereken
10 şey

76

COĞRAFI ÜRÜNLER

Dünya incir ihracatının
yüzde 40'ı Aydın'dan

SAHİBİ:

TİM adına Başkan
İsmail Gülle

YAYIN KURULU:

Mehmet Fatih Bilici
Enise Didem Elmas
Mustafa Kamar
Şahin Oktay
Okan İnce

YÖNETİM YERİ:

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

YAYIN TÜRÜ:

Sürekli yerel dergi

YAPIM:


küçük mucizeler
yayın ve iletişim

GENEL YAYIN YÖNETMENİ:

Erkan Ersöz
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER:

Bülent Onur Şahin
bulent@kucukmucizeler.com
Cenk Sarioğlu
cenk@kucukmucizeler.com
Elif Ceren Çingir
elif@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM:

Elif Gülaydın
elifgulaydin@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF:

Fatih Yalçın
fatihyalcin@kucukmucizeler.com

REKLAM DİREKTÖRÜ:

Özgür Haşçelik
ozgurhascelik@kucukmucizeler.com

ADRES:

Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim
Hizmetleri Ltd. Şti. Darülaceze Cad. BİLAŞ
İş Merkezi
A Blok No: 31 K: 6 D: 63 Şişli-İstanbul
T: (212) 211 68 53
F: (212) 211 56 54

BASKI VE CİLT:

Karakış Basım
Maltepe Mah. Litros Yolu Cad. 2.
Matbaacılar Sit. No:1B1F
Zeytinburnu/İstanbul

Timreport, TİM üyelerine ücretsiz olarak
dağıtılır. Alıntı yapılması yazılı izne bağlıdır.

Dijital
İş Ortağım

İşletmenizin veri güvenliği için

**Amazon Web Services ve VMware
ile güçlerimizi birleřtirdik.**

Hibrit Bulut hizmetimizle işletmenizin verileri,
Amazon ve VMware desteğiyle Vodafone'un
sanal sunucularında koruma altında.

Detaylı bilgi: vodafone.com.tr/Is-Ortagim

Gelecek heyecan verici.

Hazır mısınız?

aws
vmware



vodafone
business

HEDEFE ADIM ADIM



İSMAİL GÜLLE

TİM Başkanı

Biz bir iddiayla yola çıktık: Dış ticaret fazlası veren Türkiye!

Bunu söylerken elbette yeni bir petrol, doğalgaz veya altın madeni bulmayı kast etmedik. İhracatta iyi bir noktada olsak da bugüne kadar yaptıklarımızın eksiklerini kapatıp, üretimde de gerekli tedbirleri alarak ara malı ithalatına bağımlılığımızı azaltabileceğimizi ve böylece hedefimize ulaşabileceğimizi ifade ettik.

Nitekim geçen sene üzerimize kur cephesinden yöneltilen ekonomik

tarihinin en yüksek ihracat değeri olan 168 milyar dolar gibi bir rekorla kapattık. 2018 yılı Ekim ve Kasım aylarında dış ticaret fazlası verdik. İhracatın ithalatı karşılama oranı 2017 yılına göre 8,2 puan artışla yüzde 75'in üzerine çıktı. Ancak hedefimize ulaşmak için kat etmemiz gereken ciddi bir yol olduğu açık. Biz TİM olarak, ekonomi yönetiminiz ve Ticaret Bakanlığımızla aynı stratejik anlayışla hareket ediyoruz. Her yıl yeni ihracat rekorları ilan edeceğiz. 2019 hedefimiz şimdiden bellidir: Yüzde 8 üstünde bir artışla 182 milyar dolar! İlk işimiz, katma değerimizi artırarak, üretimdeki esnek ve yüksek kapasitemizi daha kazançlı hale getirmek zorundayız.

2019 için vizyonumuzu, "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilik Yılı" olarak belirledik. Bunun için ihracat hacmimizde sürdürülebilir bir ivme yakalamaya odaklanmamız gerekli. TİM olarak, ülkemizin ihracat potansiyelini anlamak ve daha

MAL MİKTARI İHRACATINDA KAYIP YAŞAMADAN, DAHA NİTELİKLİ İHRACATA VE YENİLİKÇİ ÜRÜNLERE YÖNELMEMİZ MUTLAK ŞARTTIR. KATMA DEĞERİMİZİ ARTIRARAK, ÜRETİMDEKİ ESNEK VE YÜKSEK KAPASİTEMİZİ DAHA KAZANÇLI HALE GETİRMEK ZORUNDAYIZ. YENİ VİZYONUMUZ 5G YOL HARİTASIYLA HEDEFLERE ADIM ADIM ULAŞACAĞIZ.

saldırılarına ve dünya genelini etkileyen ticaret savaşları ile yükselen korumacı politikalara rağmen, 2018 yılını Türkiye

TİM OLARAK, ÜLKEMİZİN İHRACAT POTANSİYELİNİ ANLAMAK VE DAHA İYİ DEĞERLENDİREBİLMEK ADINA, KAPSAMLI VE YILIN BÜTÜNÜNE IŞIK TUTACAK NİTELİKTEKİ "İHRACAT 2019 RAPORU"NU EKONOMİ DÜNYASININ BİLGİSİNE SUNDUK.

iyi değerlendirebilmek adına, kapsamlı ve yılın bütününe ışık tutacak nitelikteki "İhracat 2019 Raporu"nu ekonomi dünyasının bilgisine sunduk. Geçtiğimiz ay TİM Genel Sekreterliği'ne atanan kıymetli hocamız Prof. Dr. Kerem Alkin'in yönetiminde hazırlanan ve çok değerli profesörlerimizin katkılarıyla şekillenen rapor, ilk kez bu kapsamda yayınlanmış bir çalışma oldu.

İhracat Raporu analizini her yıl tekrarlayacağız. Böylece, ticaretimizi etkilemesi beklenen ekonomik, siyasi ve diplomatik olayların; ticarete ilişkin fırsat ve risklerin incelendiği bir çalışmayı, her sene kamuoyuna sunacağız. İhracat 2019 Raporu'nu sıradan bir rakam karşılaştırması olarak algılamayın. Dünya Bankası'nın benimsediği "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" (Revealed Comparative Advantage-RCA) yönteminden yola çıkılarak, Türkiye ihracatını daha ileriye taşıyabilecek ürünlere yönelik, kapsamlı bir akademik analizle kaleme alındı. Rapor

bize, RCA modeliyle küresel ticarete en çok ticareti yapılan 200 ürünün 47'sinde Türkiye'nin değerinin 1 ve üzerine çıktığını aktarıyor. Bu iddialı olduğumuz ürünlerde, halen ABD, Avustralya, Kanada, Suudi Arabistan ve Güney Kore gibi önemli pazarlara açılmadığımız görülüyor. Amacımız, 2019 yılının getireceği fırsat ve riskleri ihracatçılarımıza aktarmak, öne çıkan ihracat ürünlerimizdeki potansiyeli ortaya koymak ve küresel rekabet becerimizi nasıl artırabiliriz sorularını cevaplamaktır.

İhracat 2019 Raporu ile birlikte hedeflerimize yönelik olarak, yeni bir vizyon ve yol haritası da oluşturmuş durumdayız. Yeni vizyonumuzun ana temasını "5G" ile özetliyoruz. Bunlar; Güçlü Türkiye, Güçlü Ekonomi, Güçlü İhracat, Güçlü İnsan Kaynağı ve Güçlü Altyapı-İhracat Ekosistemi başlıkları altında toplanıyor. Yol haritamız bu tür raporlarla şekillenirken, 5G vizyonumuzu hayata geçirecek çalışmalara da imza atmaya devam edeceğiz.

Mal miktarı ihracatında kayıp yaşamadan, daha nitelikli ihracata ve yenilikçi ürünlere yönelmemiz mutlak şarttır. Bir yandan yeni pazarlar ve buralara sunabileceğimiz yeni ürünler üzerine çalışmaya devam ederken, diğer yandan Avrupa gibi mevcut pazarlarımızdaki potansiyelimizi artırmalıyız. Hizmet ihracatı, transit ticaret ve mikro ihracatın kayıt altına alınması, ajandamızın üst sıralarında yazıyor. KOBİ'lerin ihracata teşviki ve böylece ihracat yapan firma sayısındaki artışının sürdürülmesi bizim için çok mühim. Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan'ın da sıklıkla dile getirdiği, ihracatta dijitalleşme, blok zincir teknolojisinin dış ticarete uyarlanması ve e-ticaretin geliştirilmesi gibi konular da bu yıl gündemimizden hiç düşmeyecek.

Tasarım, inovasyon, Ar-Ge ve markalaşma; stratejimiz budur. Dış ticaret fazlası veren Türkiye'ye hep beraber erişeceğiz.



İHRACATIN KALDIRACI: RE-EXPORT

168 MİLYAR DOLARLA 2018 YILINDA CUMHURİYET TARİHİ REKORU KIRAN İHRACATI DAHA HIZLI ARTIRMANIN YOLU RE-EXPORT'U GELİŞTİRMEKTEN GEÇİYOR. BUNUN İÇİNŞİRKETLERİN BİLGİLENDİRİLMESİ ŞART...

2 017 yılında 17,7 trilyon dolara ulaşan küresel ihracat hacminin, 2018'de Dünya Ticaret Örgütü'nün tahminlerine göre yüzde 4,4 artması bekleniyor. Türkiye ise 2018 yılında dünya ortalamasının üzerinde yüzde 7,1 artışla ulaştığı 168,1 milyar dolarlık ihracat rakamıyla Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracat oranına

ulaştı. Yaşanan iç ve dış sorunlarla jeopolitik risklere rağmen ihracatta başarılı bir performans sergileyen Türkiye, dünya ihracat pastasından yaklaşık yüzde 1 pay alıyor. Bunu artırmanın yolu ise re-export'tan geçiyor. 'Transit ticaret' olarak da adlandırılan re-export'ta Türkiye'nin ne kadar bir hacme sahip olduğu istatistiklere yansıtılmadığı için

DÜNYANIN EN BÜYÜK 4 RE-EXPORT ÜLKESİ
(2017 RAKAMLARI / MİLYAR DOLAR)

Ülke	Toplam ihracat	Re-export
Hong Kong	537,8	488
Hollanda	651,63	330
Singapur	397	189
BAE	308,5	148,7

◀ Dünyanın en büyük re-export ülkesi Hong Kong, 2017 yılındaki 537,8 milyar dolarlık toplam ihracatının 488 milyar dolarını re-export'tan elde etti.

bilinmiyor. Ancak ihracatçılar bu rakamın birkaç milyar dolarla sınırlı olduğunu ifade ediyor.

Vergi avantajı sunuyor

Yurt dışından alınan bir malın, hiçbir işleme tabi tutulmadan başka bir ülkeye satılmasına kısaca re-export deniliyor. Bu mallar serbest bölgelere de satılabildiği gibi, ihracat ve ithalat hükümlerinden de muaf oluyor. Vergi avantajlarının yanı sıra, herhangi bir imalat sürecinin de olmayışı re-export'u cazip kılıyor. Dünya genelinde trilyon dolarları bulan re-export ticareti, işlemin

yapıldığı ülkeye milyarlarca dolarlık kâr sağlıyor.

Dünyada re-export denilince ilk akla gelen ülkeler Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Hong Kong, Singapur ve Hollanda... Belçika, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri de ihracatının en az yüzde 10'unu re-export şeklinde gerçekleştiriyor.

Avrupa'da lider Hollanda

Avrupa'da en fazla re-export gerçekleştiren ülke olan Hollanda, 2017 yılında 651,63 milyar dolarlık ihracat yaparak, toplam ihracatının yarısından fazlasını re-export'tan

RE-EXPORT NEDİR?

Aliş ve satış faturaları arasında lehte fark esas olmak üzere, gerçek veya tüzel kişi transit tacirince satın alınan yabancı veya Türk menşeli olup da yurt dışına (serbest bölgeler dâhil olmak üzere) satılmış malların, transit veya doğrudan, ithalat rejimi hükümlerine tabi olmaksızın, başka veya aynı ülkeye (serbest bölgeler dâhil) satılmasıdır.

sağladı. Çok değil, 1996 yılında re-export Hollanda'nın toplam ihracatının ancak yüzde 26'sını oluşturuyordu. 2010'da yüzde 44'e çıkan bu rakam günümüzde yüzde 50'yi aşmış durumda.

Hong Kong dünyada bir numara

Dünyanın en büyük re-export ülkesi olarak adlandırılan Hong Kong, 2017 yılındaki 537,8 milyar dolarlık toplam ihracatının 488 milyar dolarını re-export'tan elde etti. Bir diğer Güneydoğu Asya ülkesi Singapur da aynı dönemde yaptığı 397 milyar dolarlık ihracatın 189 milyar dolarını re-export ile gerçekleştirdi. Ortadoğu'daki en büyük re-export noktası olan BAE'de ise 2017'de 308,5 milyar dolarlık toplam ihracatın 148,7

HONG KONG'UN 488 MİLYAR DOLARLIK RE-EXPORT ANA MAL GRUPLARI	
Tür	Aldığı pay (%)
Elektrik makineleri ve aparatları	36,2
Telekomünikasyon, ses kayıt cihazları	19,8
Ofis ve veri işleme makineleri	10,5
Metal dışı mineral ürünleri	5,3
Çeşitli mücevher ürünleri	5,2
Tekstil ve giyim	4,5
Fotoğraf aparatları, optik ürünler ve saatler	2,6
Profesyonel, bilimsel ve kontrol aparatları	2,3
Güç makine ve ekipmanları	1,3
Birincil form plastikler	1,2
Diğer	11,1

milyar doları re-export'tan geldi. Dış ticaret uzmanı yazar Şefik Ergönül'e göre Türkiye re-export'u yeterince bilmiyor. Bu konuda net bir bilgi eksikliği olduğunun altını çizen Ergönül, özellikle KOBİ'lerin bu durumda olduğunu belirtti. Ergönül, ihracatçının sabırlı olması tavsiyesinde bulunuyor. Ergönül, "Bizim insanımız genellikle 'ben parayı alırım, malımı öyle kapının önünde teslim ederim' hesabında. Bu şekilde re-export yapılması zor görünüyor. Re-export'ta muameleler çok farklı ve uzmanlık gerektiriyor.. Bir tarafta malı alırken oraya parayı ödeyeceksiniz. Satarken başka tarafa paranızın alışıni garanti edeceksiniz. Bunun ödeme, teslim şekilleri ile dokümantasyonu ciddi bir organizasyon ve dış ticaret bilgisi gerektiriyor" şeklinde konuşuyor.

Ucuz fiyatla rekabet olmaz

KOBİ'lerin ihracatta Çinlileri fiyat kırdıkları için bahane ettiklerini anlatan Ergönül, şöyle söylüyor: "Bir deyim yarattım: 'Fiyatla rekabet, sonu felaket!' Ucuzun her zaman bir ucuzu vardır. Fiyatını ucuzlatarak satmaya çalışıyorsan sen komple yanlış yoldasın. Ucuz fiyatla mal satılacaksa o zaman Mercedes, BMW, Audi nasıl satıyor?" Türkiye'nin bütün dünyanın 'hub'ı olabilecek konumda olduğunu ifade eden Ergönül, üç saatlik uçuş mesafesinde trilyon dolarlık ekonomilere ve milyarlarca nüfusa ulaşılabilmesini, ancak bunun bugüne kadar yeterince kullanılmadığını söyledi. Re-export için sermayenin de olması gerektiğini dile getiren Ergönül, çalışanların birkaç dil bilmelerinin de şart olduğunu vurguladı.



İSTATİSTİKLER TOPLANACAK

TİM Başkanı İsmail Gülle transit ticaretin yenilik anlamında değişilmesi gereken önemli bir konu olduğunu söyledi. Mevcut transit rejimde, transit ticareti kayıt altına almanın mümkün olmadığını, bu nedenle bunun ithalat ve ihracat rakamlarında görülemediğine değinen Gülle, "Bu yüzden ilk etapta transit ticaret istatistiklerinin ayrıca toplanması için Ticaret Bakanlığımız ile çalışma başlattık. Bu yeniliklerin 2019'da hayata geçeceğini öngörüyoruz" ifadelerini kullandı.

Re-export'un potansiyelinin sönüp olduğunu belirten Ergönül, "Bir yerden alıp başka yere satıyorsunuz. Bütün dünyanın üreticileri sizin tedarikçin. Bütün dünyanın alıcıları da sizin müşterin. Sonsuz boyutta mal alma ve satma imkânın mevcut. Yeter ki bu işi bil. Bence transit ticaretin asıl motor kuvveti uluslararası ticaret bilgisinde. Onu biliyorsa gerisi gelir" diye konuştu.



Dünya KANATLARIMIZIN ALTINDA

Yüzyılı aşan bilgi ve tecrübemizi en son teknoloji ile birleştirerek ortaya çıkardığımız ürünler bugün, 6 kıtada yaklaşık 55 ülkeye ihraç ediliyor. Türk sanayisi için rol model olmaktan gurur duyuyor ve tüm emek veren paydaşlarımıza sonsuz şükranlarımızı sunuyoruz.



Ustalık İşi

YENİLİKÇİ FİRMALARIMIZIN EN BÜYÜK DESTEKÇİSİ OLACAĞIZ

TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN CUMHURİYET TARİHİNİN EN YÜKSEK İHRACAT RAKAMINA ULAŞILMASININ ARDINDAN YENİ DÖNEM STRATEJİLERİNİ, TİCARETE DAİR ÖNGÖRÜLERİNİ VE GELİŞMELER İŞİĞİNDE İZLENECEK PLANLARI TİMREPORT'A ANLATTI.

Türkiye ihracatı geçen yıl tarihi rekor kırarak bugüne kadarki en büyük rakama ulaştı. 2018'de dünya çapında yaşanan olumsuzluklar ve belirsizliklere rağmen Türkiye ekonomisinin, yolundan sapmadan hedef odaklı yürüyüşü ve 2019 için planlanan yenilikleri, hedef pazarlara yönelik stratejileri ve çalışmaları, 2019'da hem dünya hem de ülke ekonomisinin nasıl şekilleneceğini Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'a sorduk. Bakan Pekcan, tasarım, marka, teknoloji ve katma değerli ürün üretimi ve ihracatı ile 2019 yılında ihracatı taçlandırmak istediklerini belirtirken, mevzuatın sadeleştirilmesi yönünde çalışmalarını, küresel ticarete yaşanacak gelişmelerden kaynaklanabilecek riskleri ve fırsatları analiz ettiklerini anlattı.

Türkiye, 2018 yılında küresel çapta yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen Cumhuriyet tarihinin ihracat rekorunu kırdı. 2019 yılı için nasıl bir beklenti söz konusu?

Bilindiği gibi, dünyanın önemli coğrafyalarında ekonomik ve sosyal değişimlerin yaşandığı bir dönemden geçmekteyiz. Özellikle son dönemde ABD'nin tetiklediği ticaret

savaşları ve ticarete korumacı söylemler, İngiltere'nin AB'den ayrılma sürecine ilişkin belirsizlikler ve zorlu finansal koşullar kırılganlığı artırmaktadır. Bu sürece rağmen, 2018 yılında ülkemiz ihracatı Cumhuriyet tarihinin en yüksek yıllık ihracat rakamına ulaşmış ve geçen yıla kıyasla yüzde 7,1 oranında artarak 168,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2019 yılını ihracatımız açısından oldukça önemli bir yıl olarak görüyorum. 2018 yılını rekorlarla kapattık, 2019 yılında hedefimiz ise bu performansı daha çok tasarım, marka, teknoloji ve katma değerli ürün üretimi ve ihracatı ile taçlandırmaktır. Bu çerçevede, 2019 yılında ihracattaki yükselişin devam etmesini öngörüyorum. Bu doğrultuda cari açıkta da aşağı yönlü seyir devam edecektir. Bu düşüşte sadece mal ticaretinin değil özellikle turizmin desteğiyle hizmet ihracatındaki güçlü performansın etkili olacağına inanıyorum. Geçtiğimiz sene açıklanan Yeni Ekonomi Programı (YEP) dengelenme, disiplin ve değişim temelleri üzerine kuruldu. Bu kapsamda, çalışmalarımızı YEP hedefleriyle uyumlu bir şekilde sürdüreceğiz. Tüm ihracat desteklerimizi Türkiye'nin ihracat potansiyeline doğrudan katkı sağlayacak alanları geliştirmek



üzere tasarladık. Yeni dönemde de öncelikli olarak küresel alanda ihracat ürünlerimizde teknolojiye, tasarıma, markalaşmaya ve yeniliğe yatırım yapan firmalarımızın en büyük destekçisi olacağız.

Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşmak için gelecek dönem planlanan yenilikler nelerdir?

Üretim ve ihracata dayalı büyüme modelini benimseyen bir ülke olarak hedeflerimize ulaşmak adına; küresel ihracattaki payımızı yükseltmemiz, buna bağlı olarak da katma değeri yüksek, markalı ürün ihracatımızı artırmamız ve Türkiye markasını dünyaya tanıtmamız

kritik önem arz etmektedir. Buradan yola çıkarak; Bakanlığımızca, KOBİ düzeyinde olan veya kurumsallaşma ve küresel marka olma yolunda ilerleyen her seviyedeki ihracatçımız, hedeflerine giden yolda uygun destek modelleri ile çok geniş bir yelpazede desteklenmektedir. Bu anlamda hedefimiz, iyi kurgulanmış destek mekanizmalarıyla alt-orta düzeyde ihracat gerçekleştiren firmalarımızı birer dünya markasına dönüştürmektir. Geçtiğimiz dönemde ihracatçı olmaya giden yoldaki en büyük engellerden birini teşkil eden bilgi eksikliğinin giderilmesi ve ihracatçıya farklı bir şekilde yaklaşılması anlamında oldukça kararlı bir adım

attık ve ihracat desteklerimizi ihracatçıya basit bir dille anlatan kolaydestek.gov.tr sitesini devreye aldık. Bu konuda tüm paydaşlarımızdan son derece olumlu geri dönüşler almaktayız.

2019 yılında, devlet yardımları kapsamında firmalarımızın günün rekabet koşullarına uygun olarak desteklenmesine devam ederken, firmalarımızın ihracata yönelik desteklere kolayca ulaşmalarının sağlanması, şirketlerimiz ve iş birliği kuruluşları ihtiyaçlarına ilişkin hızlı aksiyon alınması amacıyla ihracata yönelik desteklerde mevzuatın sadeleştirilmesi yönünde çalışmalarımızı da tamamlamayı hedefliyoruz.

İhracattaki hedeflerimize ulaşmak amacıyla Bakanlık olarak yürürlükte olan destek mekanizmalarımızı daha da etkin kılarken, günün rekabet koşullarının gerektirdiği surette yeni mekanizmalar da kurgulamayı sürdüreceğiz. Sürdürdüğümüz proaktif anlayış doğrultusunda, finansman, markalaşma, tedarik zincirlerindeki konumumuzu yükseltme, e-ticaret gibi yükselen trendlere uyum sağlama ve inovasyon yoğun bir ihracat portföyüne erişme gibi maksatlarla gerçekleştirdiğimiz çalışmalarımıza 2019 yılında da ara vermeden devam edeceğiz. Ayrıca ticaret diplomasimizi hızlandırmak, daha fazla sayıda ticaret ve alım

Bu Eylem Planları ile mal ve hizmet ticareti ile karşılıklı yatırımların artırılması, Türk malı imajının geliştirilmesi, ticaretin kolaylaştırılması, müteahhitlik ve teknik müşavirlik alanlarında iş birliğinin geliştirilmesi, dijital ekonomi, finans, ulaştırma, eğitim ve turizm alanlarında paydaşlarımızla beraber sonuç odaklı hedefler ve eylemler belirledik. Sektör ve eyalet bazında hazırladığımız bu planları uygulamaya başladık. Bu ülkelere yönelik Türk mal ve hizmet ihracatçısının ürünlerinin sosyal medya ve diğer dijital tanıtım yöntemleri ile duyurulması gibi konvansiyonel olmayan metotları da içeren tanıtım stratejileri geliştire-

Türk firmaları ile bir araya geldik. Rusya'ya ise 12 Kasım 2018 tarihinde resmi bir ziyaret gerçekleştirdik; İkili ticari ve ekonomik ilişkilerimizin derinleştirilmesine yönelik yapılabilecekler hususunda görüş alışverişinde bulunduk. Ayrıca; Türk ve Rus şirketleri bir araya getiren bir Türkiye-Rusya İş Forumu organize ettik.

Latin Amerika'nın en büyük 2'nci dünyanın ise en büyük 15'inci ekonomisi konumunda olan; yaklaşık 130 milyon nüfusu ve 1,1 trilyon dolar GSYİH'sı, yıllık 430 milyar doların üzerinde ithalat gerçekleştiren Meksika ile ticari ilişkilerimizi hazırladığımız eylem planı sayesinde geliştirmeyi hedefliyoruz. Bu kapsamda, Latin Amerika ülkelerinde ve Meksika'da izlenen Türk dizileri sayesinde güçlenen Türkiye imajından faydalanmayı planlıyor; bu enstrümanı ülkemiz tanıtım faaliyetleri için büyük bir fırsat olarak görüyoruz. Meksika'da büyük ilgi gören Türk dizi ve programlarında ürün yerleştirme, sponsorluk ve tanıtım çalışmaları yapmayı planladık. Ziyaretlerde Türk mücevher, hazır giyim ve işlenmiş gıda sektörü gibi potansiyel ürünlerin tanıtımlarını yapacağız. Meksika'da etkili sosyal medya araçlarını da tanıtım açısından en etkin şekilde kullanmayı düşünüyoruz. Latin Amerika ve Afrika önemli bir pazar ve büyük potansiyel görüyoruz.

Bunun yanında, Ticaret Eylem Planları içerisinde yer alan, Çin, Hindistan, Rusya ve Meksika'da ithalatçıların ve tüketicilerin gözünde Türk malı imajını doğru biçimde yerleştirmek önem arz etmektedir. AB ile Gümrük Birliği ilişkisi bulunan Türkiye'nin, AB standartlarında ürettiği mal ve hizmetler ile markalarının Avrupa, Rusya, Orta Doğu

Hedefimiz, iyi kurgulanmış destek mekanizmalarıyla alt-orta düzeyde ihracat gerçekleştiren firmalarımızı birer dünya markasına dönüştürmek.

heyeti düzenlemek, ihracat destek ofislerimizi yaygınlaştırmak, pazar çeşitlendirmesini sağlamak, mevcut pazarlarda derinleşme faaliyetlerimizi sürdüreceğiz.

Hindistan, Çin, Rusya ve Meksika gibi hedef ülkelere yönelik nasıl bir strateji izlenecek?

Sayın Cumhurbaşkanımız tarafından ilan edilen ilk 100 Günlük İcraat Programı çerçevesinde; Ticaret Bakanlığı olarak 2019-2021 dönemini esas alarak Çin, Hindistan, Rusya ve Meksika'yı özel hedef ülkeler olarak belirledik. Dış ticaret açığımızın yüzde 78'ini oluşturan bu dört odak ülkeye yönelik özel stratejiler geliştirdik. Bu çerçevede, Çin, Hindistan, Meksika ve Rusya için "Ticaret Eylem Planları (2019-2021)" hazırladık.

riyoruz.

18 Aralık 2018 tarihinde Hindistan'da Hindistan Ticaret, Sanayi ve aynı zamanda Sivil Havacılık Bakanı Suresh Prabhu ile ikili görüşme gerçekleştirdim. Ayrıca 25 Türk ve 103 Hintli iş insanı ile Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) ve Hindistan Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonunu (FICCI) ortak organizasyonunda bir iş forumunun açılışını Hintli Bakan Prabhu ile yaptık. Bunun yanında, Hindistan Tarım ve Çiftçilerin Refahı Bakanı Radha Mohan Singh ile bir araya gelerek Türk tarım ürünlerinin Hindistan'a ihracatına yönelik süreçleri detaylı biçimde ele aldık.

Ziyaret kapsamında Hindistan'ın önde gelen yatırımcı firmalarının CEO'ları ve Hintli bilgi ve iletişim teknolojileri firmaları ile özel olarak görüştük; Hindistan'da yerleşik

ve Afrika ülkelerinde nasıl itibar gördüğünü anlatmak büyük önem arz etmektedir. Bu hedef doğrultusunda, dünyanın dört bir yanında açmış olduğumuz Türkiye Ticaret Merkezleri'nin benzerlerini pek çok noktada başarılı biçimde hayata geçirmeyi hedefliyoruz.

Eylem Planları kapsamında önümüzdeki dönemde Türk ve muhatap ülke iş insanlarını bir araya getiren etkinliklere, fuarlara, tanıtım faaliyetlerine, seminerlere, sektörel ve yerel odaklı heyet organizasyonlarına ve yerinde pazar araştırması etkinliklerine daha fazla ağırlık vermeyi planlıyoruz.

2019 yılında dünya ekonomisi hakkında öngörünüz nedir? Brexit ve ticaret savaşları 2019'da ekonomiyi nasıl şekillendirecek?

Küresel ekonomi ve ticarete yaşanan olumsuz koşullara rağmen, dünyanın 17'nci, Avrupa'nın da 6'ncı büyük ekonomisi konumunda olan ülkemiz ise başarılı büyüme grafiğini sürdürerek 2002'den 2017 yılına kadar her yıl ortalama yüzde 5,8 oranında, 2017 yılının tamamında ise yüzde 7,4 oranında büyümüştür. 2018 yılının üçüncü çeyreğinde ise yüzde 1,6'lık bir büyüme performansı yakalamıştır. 2018 yılı başından bu yana ABD-Çin arasında dalgalı bir şekilde süregelen ticaret gerilimi, ticarete korumacılık önlemlerini artırabileceği ve bu nedenle daha geniş kapsamlı ticaret savaşlarına dönüşebileceği ve küresel büyümeyi olumsuz etkileyebileceği sebepleriyle küresel piyasalarda tedirginlik yaratmaktadır.

Bu kapsamda, Bakanlığımız da küresel ticarete kaydedilen geliş-



Türk ve muhatap ülke iş insanlarını bir araya getiren etkinliklere, fuarlara, tanıtım faaliyetlerine, seminerlere daha fazla ağırlık vermeyi planlıyoruz.

meleri yakından takip ederek, söz konusu gelişmelerin etkisini, bu gelişmelerden kaynaklanabilecek riskleri ve fırsatları analiz etmektedir. Gerek ABD'nin Çin'den ithalatına yönelik gümrük vergisi artırımlarının gerekse Çin'in ABD'den ithalatına yönelik ilave gümrük vergilerinin ülkemizin ihracatı üzerine muhtemel etkilerinin değerlendirildiği çalışmalar gerçekleştiriyoruz. 2019 yılında dünya ekonomisini şekillendirecek olan bir diğer önemli tartışma ise Brexit. Brexit kuşkusuz sadece İngiltere ekonomisi üzerinde değil en önemli ticari ortağımız olan AB ekonomisi üzerinde de oldukça önemli bir konuma sahip. Bildiğiniz üzere, İngiltere AB GSYH'sinden aldığı yüzde 15'lik pay ile AB'nin en büyük ikinci ekonomisi ve Avrupa ülkeleri arasında mal ihracatında beşinci ve hizmet ihracatında ilk sırada yer

alıyor. Bu doğrultuda, İngiltere'nin ayrılık kararı AB'nin geleceği üzerinde önemli bir belirsizlik yaratıyor. AB'nin, bu belirsizliği kısa sürede ortadan kaldıracak adımlar atması gerekiyor. AB, Türkiye'nin en önemli ticaret ortağı olarak ihracatımızda son derece belirleyici bir konumda. AB'nin büyümesindeki yavaşlama bir risk olarak masada duruyor. Diğer yandan, İngiltere ise yüksek dış ticaret fazlası verdiğimiz bir AB ülkesi. 2019 yılı başında İngiltere'nin AB'den nasıl ayrılacağına henüz netleşmemesi ise riski yukarı taşıyor. Bu aşamada Türkiye olarak tüm olası seçenekleri inceleyerek atılması gereken adımları atıyoruz. Brexit'in ülkemize etkisini incelediğimiz çalışma sonucunda Türkiye'nin bu karardan en az şekilde etkilenmesi için iki tarafla olan görüşmelerimizi çok yönlü olarak sürdürüyoruz.

esalco

l o g i s t i c s





herşey "yolunda"

Faaliyete başladığımız 2011 yılından bu yana **Esalco Lojistik** olarak 'uzman kadromuz', 'güven önceliğimiz', 'uluslararası geniş çözüm ağıımız', 'ekonomik yaklaşımımız', 'özel alternatif çözümlerimiz' ve 'etik değerlerimiz' ile **fark yarattık.**

'Biz nasıl bir hizmet isterdik?' anlayışından yola çıkarak; şeffaflık politikasına inanıyor ve siz değerli müşterilerimizin memnuniyeti için ilk günkü şevkle çalışmaya devam ediyoruz.

Uzakdoğu, Ortadoğu ve Afrika başta olmak üzere **dünyanın dört bir yanına ithalat ve ihracat yüklemeleri için servis sağlayıcı hizmeti veren kurumumuz,** 20 yılı aşkın tecrübeye sahip olan kadrosuyla **İstanbul, İzmir, Mersin, Eskişehir ve Havalimanı ofisleriyle her zaman yanınızda.**

Adres: Acıbadem Akasya 25/A
Kent Etabı Kat: 6 Üsküdar/ İstanbul
Telefon: +90 216 444 23 95 **Faks:** +90 216 368 03 26

www.esalco.com



DR. CAN FUAT GÜRLESEL

KÜRESEL EKONOMİ VE TİCARETTE 2019'DA BEKLENEN YAVAŞLAMA DİKKATE ALINDIĞINDA, TÜRKİYE'NİN İHRACAT HEDEFİNE ULAŞMASI İÇİN DAHA YÜKSEK BİR ÇABA GÖSTERMESİ GEREKMEKTEDİR.

Türkiye'nin ihracatı 2017 yılında yüzde 10,2 artarak 157 milyar dolara ulaşmıştır. 2018 yılında ise ihracat artışı yavaşlamış ve yüzde 7,1 olarak gerçekleşmiştir. Böylece 2018 yılı ihracatı 168,1 milyar dolara yükselmiştir.

Türkiye son üç yılda dünya mal ticaretindeki büyümeye paralel bir ihracat performansı göstermektedir. 2016 yılında dünya mal ihracatı içindeki payımız yüzde 0,89 olmuştur. 2017 yılında ihracat artış

İHRACAT PERFORMANSIMIZ VE 2019 BEKLENTİLERİ

hızımız dünya mal ihracatı artışının 2,4 puan üzerinde gerçekleşmiştir. Böylece dünya mal ihracatı içindeki payımız yüzde 0,91'e yükselmiştir. 2018 yılında ise dünya mal ticareti içindeki payımızın yüzde 0,90 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

Türkiye'nin ihracat göstergeleri içinde altın fiyatları, önemli dalgalanmalar göstermektedir. Bu itibarla Türkiye'nin altın hariç sektörler itibarıyla ihracat performansı ayrıca değerlendirilmektedir. Türkiye'nin sektörler ihracatı 2017 yılında yüzde 11,9 artarak 147,18 milyar dolara ve 2018 yılında ise yüzde 11,1 yükselerek 163,53 milyar dolara ulaşmıştır. Sektörlerin altın hariç ihracat performansı, 2018 yılında daha kuvvetli gerçekleşmiştir. Türkiye'nin ihracatı miktar olarak son üç yıldır artış göstermektedir. Sektörler ihracatı miktar olarak 2016 yılında yüzde 10,5, 2017 yılında yüzde 10,9 ve 2018 yılında ise yüzde 10,1 artmıştır. Böylece son üç yılda sektörler ihracatı miktar olarak yüzde 34,9 artarak 2018 yılında 127,06 milyon tona ulaşmıştır. Türkiye'nin miktar olarak ihracat artışı son üç yılda yüzde 11,1 olan dünya ortalamasının oldukça üzerinde gerçekleşmiştir. İhracat ortalama birim fiyatları son üç yıldır zayıf bir performans göstermektedir. Sektörlerin ortalama ihracat birim fiyatları 2016 yılında dünyadaki fiyatlarda görülen gerilemeye bağlı olarak yüzde 11,9 gerilemiştir. 2017 ve 2018 yıllarında ise ortalama ihracat birim fiyatları yüzde 0,43 ve yüzde 0,90 artış göstermiştir. İhracat birim fiyatları dünya ortalamalarının altında performans göstermektedir. Daha geniş bir perspektif içinde değerlendirildiğinde Türkiye'nin toplam (altın hariç) ortalama ihracat birim fiyatları 2014'ten sonra bir gerileme eğilimi içine girmiştir. Toplam ihracat fiyatları henüz bir toparlanma içine girememiştir. Sanayi

malı ihracat birim fiyatları ise 2017 yılında sınırlı bir artış göstermiş ancak 2018 yılında durağanlaşmıştır.

Dünya mal ticaretinin ise 2019 yılında miktar olarak yüzde 3,6 genişlemesi beklenirken, petrol, emtia ve mal fiyatlarındaki durağanlaşma ile birlikte değer bazında yüzde 5 büyüyeceği ve 19,68 trilyon dolara ulaşabileceği öngörülmektedir. Dünya ekonomisinde yavaşlama ve korumacılık önlemleri mal ticaretindeki genişlemeyi de sınırlayacaktır. Buna bağlı küresel ihracat performansının 2017 ve 2018 yıllarının altında kalacağı öngörülmektedir. Türkiye'nin 2019 ihracat hedefleri Yeni Ekonomi Programı kapsamında belirlenmiştir ve 182 milyar dolar ihracat hedeflenmektedir. 2019 yılında ihracat artış hedefi ise yüzde 8,3'tür. 2018 yılındaki yüzde 7,1 ihracat artışı sonrası 2019 yılında daha yüksek bir ihracat artışı hedeflenmektedir. Küresel ekonomi ve ticarete 2019 yılında beklenen yavaşlama dikkate alındığında, Türkiye'nin bu ihracat hedefine ulaşması için daha yüksek bir çaba göstermesi gerekmektedir. 2019 yılında bu ihracat hedefine ulaşılabilmesi için ihracat birim fiyatlarının artırılması, mevcut pazarlarda payın genişletilmesi ve yeni pazarlara erişim ile ürün çeşitliliğinin artırılması önemli olacaktır. 2019'da Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşmasında ihracat pazarlarındaki gelişmeler, ekonomik büyümeler ve buna bağlı olarak oluşacak ithalat talebi önemli olacaktır. 2019 yılında genel olarak ekonomik büyümelerde 2018 yılında göre bir yavaşlama olacağı görülmektedir. ABD ve AB'de büyümeler daha yavaş gerçekleşecektir. Yüksek büyüme beklentileri ile öne çıkan ülkeler Polonya, Romanya, Kazakistan, Türkmenistan, Gürcistan, Irak, BAE, Mısır, İsrail, Gana ve Kenya olarak gözükmektedir.



Evinize ve hayatınıza dokunan şıklık.

Trendleri ve klasik çizgileri yenilikçi bir yaklaşımla yorumlayan Valeron, evinize ve hayatınıza şıklık, konfor ve kalite katmaya 2019'da da devam ediyor.



TÜRKİYE MİLLİ GELİRİNDE PAYI TARİHİ ZİRVEYE KOŞAN İHRACAT, 2018 YILINDA 168 MİLYAR DOLARI AŞARAK TÜM ZAMANLARIN REKORUNU KIRDI. TİCARET BAKANI RUHSAR PEKCAN VE TİM BAŞKANI İSMAİL GÜLLE'NİN KATILDIĞI "2018 YILI İHRACAT DEĞERLENDİRME TOPLANTISI" NDA, İHRACATÇILAR SEKTÖRLERİYLE İLGİLİ KONULARI VE TALEPLERİNİ DOĞRUDAN BAKANLIK YETKİLİLERİNE İLETME FIRSATI BULDULAR.

İHRACAT, BU YILA DA DAMGA VURACAĞAK

C umhuriyet rekorunun kırıldığı 2018 yılında 168,1 milyar dolara ulaşan Türkiye ihracatı 2017'ye oranla yüzde 7,1 artış kaydetti. 27 sektör kategorisiyle

kayıtları tutulan ihracatta, 24 sektörde yükseliş görüldü. İhracatın yüzde 83'ünü sanayi ürünleri oluştururken, 31,5 milyar dolar ihracatla otomotiv endüstrisi 13 yıllık sektörel



TİM'DEN BAKANLIĞA İLETİLEN TALEPLER

- Sigorta prim teşviki
- Asgari ücret desteği
- DİR belgelerinde kolaylaştırma
- KGF ve Eximbank destekleri
- Gümrüklerde elektronik işlemler
- Elektrik ve doğalgaz indirimleri
- Yeşil pasaportta kolaylaştırma

liderliğini geliştirerek sürdürdü. Rekor ihracat rakamları, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, TİM Başkanı İsmail Gülle ve TİM Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu, Sektörler Konseyi Üyeleri ile ihracatçı birlik başkanlarının katıldığı "2018 Yılı İhracat Değerlendirme Toplantısı"nda açıklandı. "Mart ayında milli gelirimiz de açıklandığında ülkemiz ihracatının milli gelire oranında da tarihi bir zirve yakalanmasını bekliyoruz" diyen Bakan Pekcan, ABD'nin sıkı para politikasına devam etmesinin gelişmekte olan ülkelerde büyümeyi yavaşlattığını ifade etti. 2019'da bu politikanın devam etmesini, AB'nin de daha sıkı bir para politikası uygulamasını beklediklerini dile getiren Pekcan, küresel ekonomideki risk beklentilerinin üretimi ve ticareti olumsuz etkilediğine dikkat çekti. Bu kapsamda, ticaret savaşları, Avrupa ekonomisindeki yavaşlama ve Brexit'in olumsuzluklar yaratabileceğini söyleyen Bakan Pekcan, bu yıl küresel ticarete yüzde 3,7 gibi bir artış öngörüldüğüne işaret etti. Pekcan, bu nedenle 2019 yılı net ihracatının, büyümeye katkısının her zamankinden daha stratejik hale geldiğini vurguladı. Pekcan, hedef pazar olarak belirledikleri Afrika kıtasına ihracatın 2018 yılında bir önceki yıla göre yüzde 24 artış gösterdiğini, Latin Amerika ülkelerine ihracatın ise aynı dönemde yüzde 35,6 yükseldiğini vurguladı. Odak ülke olarak işaret ettikleri Meksika'ya ihracatın yüzde 36 arttığına dikkati çeken Pekcan, Hindistan'a ihracatın ise yüzde



RUHSAR PEKCAN Ticaret Bakanı

"Türkiye'nin önümüzdeki 10 yılda temel hedefi yüksek gelirli ülkelere yükselmektir. 2019 yılı bu anlamda ciddi bir icraat yılı olacaktır."

48 oranında arttığını kaydetti. Katma değerli ürün ihracatının artması için çalışacaklarına dikkat çeken Pekcan, şöyle konuştu: "Türkiye'nin sanayi ihracatındaki yüksek teknoloji ürünlerin payını yüzde 3-4 bandından yukarıya çıkarmaya kararlı ve hazırız. Üretim ve ihracatımızın kompozisyonunu değiştirmek zorundayız. İhracatın, kadın girişimciliği, esnaf ve KOBİ'lerin sathına, yani tabana yayılması için projelerimiz olacak. Küresel bir olgu haline gelen e-ticarete ve e-ihracatta ülkemizin payını artırmaya yönelik projeler geliştireceğiz. Türkiye'nin önümüzdeki 10 yılda temel hedefi yüksek gelirli ülkelere yükselmektir. 2019 yılı bu anlamda ciddi bir icraat yılı olacaktır."



İSMAİL GÜLLE TİM Başkanı

"Hizmet ihracatı, transit ticaret, dijitalleşme ve e-ihracat gibi kritik başlıkları üzerine eğilerek, ihracatta yenilikler gerçekleştireceğiz."

2019'da hedef 182 milyar dolar

TİM Başkanı İsmail Gülle ise 2019'u "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik Yılı" olarak belirlediklerini vurgulayarak, şöyle konuştu: "2019 hedefi olan 182 milyar dolarlık ihracat rakamını yakalayacağız ve hatta aşacağız. Geçtiğimiz yıl mal ihracatındaki ivmeyi koruyarak, hizmet ihracatı, transit ticaret, ihracatta dijitalleşme ve e-ihracat gibi kritik başlıkları üzerine eğilecek ihracatta yenilikler gerçekleştireceğiz." 2018'i "İhracatta Rekorlar Yılı" ilan ettiklerini ve ihracatçılar olarak sözlerini tuttuklarını kaydeden İsmail Gülle, 2019'un ise yükselen korumacı politikalar ve zorlaşan rekabet koşullarına bağlı olarak daha da sert

geçeceğini belirtti. Gülle, şöyle devam etti: "2019 için, ihracat ailesi olarak öncelikli olarak izleyeceğimiz gelişmeler, Ticaret Savaşları, Brexit, AB'nin ekonomik aktivitesi ve dış talebi ile hedef ülkelerimiz olan Rusya, Hindistan, Meksika ve Çin pazarlarındaki gelişmeler olacak. Bunun yanı sıra, dünyanın önce gelen merkez bankalarının kararlarını yakından izleyerek kur değerlerine olası etkilerini de dikkatle takip edeceğiz. 2019 yılında sadece ekonomik ve ticari değil siyasi ve jeopolitik risklerin de ön planda olacağını

etkin sonuçlara ulaştığını hep birlikte görüyoruz. Yaşadığımız ekonomik saldırılardan, ticaret savaşlarına, Suriye'de devam eden kaostan Brexit konusuna kadar atılan her adımda hızlı neticeler alındı. TİM olarak biz, ihracatçılarımız ile Hükümetimiz arasında köprü görevi üstleniyoruz. Yeni Ekonomi Program'dan Enflasyonla Topyekun Mücadele'ye kadar planlarda Hükümetimiz ihracatçımıza her zaman özel bir yer ayırdı. İhracatçımıza duyduğu güveni her daim vurguladı. İlettiğimiz

TİM Başkanı İsmail Gülle, TİM olarak 2019 yılını "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik Yılı" olarak belirlediklerini söyledi.

farkındayız.

Bu risklerin Türkiye'nin ihracatına etkisini en aza indirmek ve 2018'deki başarıyı sürdürmek adına, 2019 yılına yeni stratejiler ile girmeliyiz dedik. Bu çerçevede yaptığımız çalışmayı iki hafta içerisinde kamuoyuyla paylaşacağız. Dört ana başlıkta ülkemiz ihracatına yönelik bir İhracat Raporu yayınlayacak, her çeyrekte raporu değerlendirerek güncelleyeceğiz."

"İhracatçıya duyulan güvene layık olacağız"

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin getirdiği avantajlara da değinen Gülle, Bakanlıkların yapı ve niteliklerinde kritik değişikliklerin gerçekleştiğini ifade etti: "Geldiğimiz noktada Cumhurbaşkanlığı sisteminin, hızlı karar alma ve bürokrasinin azaltılması konularında, ne kadar

talepleri dinleyip, ihracatın nitelik ve nicelik olarak artmasına, her zaman destek oldu. Bu vesile ile Cumhurbaşkanımıza ve Hükümetimize tekrar şükranlarımı sunmak isterim" dedi.

Talepler, istişare toplantısında anlatıldı

TİM ve İhracatçı Birlikleri yönetimleri, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Ticaret Bakan Yardımcısı Gonca Yılmaz Batur ve bürokratların katılımıyla Ankara'da istişare toplantısı düzenledi. 27 sektörden üç en önceliğe sahip konu, tespit, sorun ve çözüm önerisi başta olmak üzere, 90 başlık ihracatçı birlikleri ve sektör temsilcisi başkanları tarafından, Bakan Ruhsar Pekcan ve Ticaret Bakan Yardımcısı Gonca Işık Yılmaz Batur'a aktarıldı.

Türkiye'den Tüm Dünyayla



✓ hamurumuzdaki
dostluğu
paylaşıyoruz!

✓ gururumuzu
paylaşıyoruz!

✓ yeniliklerimizi
paylaşıyoruz!



TÜRKİYE • İNGİLTERE • ABD • ALMANYA • AZERBAYCAN • BAE • BELÇİKA • HOLLANDA • İSVEÇ • NAHÇIVAN • KIBRIS • KUVEYT • KATAR
SİRBİSTAN • SUUDİ ARABİSTAN • BAHREYN • ÜRDÜN • LÜBNAN • İRAK • İSPANYA • FAS • FRANSA • BULGARİSTAN • MISIR • SLOVENYA

www.simitsarayi.com • [f](#) • [v](#) /simitsarayi • [i](#) /simitsarayiofficial

Yakında

BU BAŞARI BÜTÜN İHRACATÇILARIN: CUMHURİYET REKORU KIRILDI

ÜLKEMİZ YAŞADIĞI EKONOMİK SALDIRILARA RAĞMEN İHRACATTA ZİRVE YAPMAYI BAŞARDI. BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YÜZDE 7,1 ARTAN TOPLAM İHRACATIMIZ 168 MİLYAR DOLARI GEÇTİ. İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI YÜZDE 8,2 ARTIŞLA YÜZDE 75,3 OLARAK GERÇEKLEŞTİ.



16,2
MİLYAR \$

İLK SIRADAKİ
ALMANYA'YA
İHRACAT

YÜZDE
7,1

İHRACATÇI FIRMA
SAYISINDAKİ
ARTIŞ

39
ÜLKE

1 MİLYAR \$ ÜZERİ
İHRACAT YAPILAN
ÜLKE SAYISI

Türkiye, 100 milyar dolar ihracatı 2007 yılında aşmıştı. 150 milyar dolar sınırı ise 2012 yılında geçilmişti. O tarihten bu yana benzer seyir kaydeden ihracat rakamları, 2018 yılında tarihi rekor düzeyine ulaşarak 168,1 milyar dolara ulaştı. Aralık ayında gerçekleştirilen 13,9 milyar dolarlık ihracatla ülkemiz, 2018 yılını önceki yıla kıyasla yüzde 7,1 artırarak 168,1 milyar dolara yükseltti. Geçen yıla göre ihracat artışı 10 milyar doların üzerine çıktı.

Öte yandan ithalattaki düşüşle, ihracatın ithalatı karşılama oranı net bir artış gösterdi. 2018 yılında ithalatımız yüzde 4,6 azalarak, 223,1 milyar dolara geriledi. İhracatın ithalatı karşılama oranı önceki yıla göre 8,2 puan artışla yüzde 75,3 düzeyine yükseldi. Geçtiğimiz yıl dış ticaret açığımız 2017'ye göre yüzde

28,4 düzeyinde azalarak 54,9 milyar dolara geriledi. Dış ticaret hacmi de bir önceki yıla göre yüzde 0,1 oranında artarak 391,1 milyar dolar olarak kayda geçti.

2018'de İstanbul 72,1 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştirilen il olurken en çok ihracat yapılan fasıl ise 26 milyar 760 milyon dolarla "motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğerleri" oldu.

İhracat, 2018 yılında büyümenin de itici gücünü oluşturdu. Büyüme rakamlarına ihracatın katkısı yaklaşık yarısı oranında gerçekleşti.

Rekorlar yılı 2018

2018 yılında 1 milyar dolar üzeri ihracat yapılan ülke sayısı 39'a çıktı. Listeye yeni giren ülkeler, İsviçre, Libya, Hindistan, Portekiz,

Katar ve Çekya oldu. 1 milyar dolar üzeri ihracat yapan il sayısı da 17'ye yükseldi. Bu yıl, Eskişehir ve Kahramanmaraş 1 milyar dolar barajını geçen iller olurken,

Trabzon 2017'de geçtiği 1 milyar dolar sınırının altında kaldı. İlk defa ihracat yapan yeni firma sayısı 15 bini aştı. Böylece, toplam ihracatçı firma sayısı 83 binin üzerine çıktı. Çelik sektörü yüzde 36, mücevher yüzde 35, zeytin ve zeytinyağı yüzde 24, makine sektörü de yüzde 20 ile ihracatta en çok artış kaydeden sektörler oldu.

31,5
MİLYAR \$

**OTOMOTİV
ENDÜSTRİSİNİN
İHRACATI**

**YÜZDE
75,3**

**İHRACATIN
İTHALATI
KARŞILAMA ORANI**

17
ŞEHİR

**1 MİLYAR \$
İHRACAT YAPILAN
ŞEHİR SAYISI**



ÇELİK

%36



MÜCEVHER

%35

ZEYTİN VE
ZEYTİNYAĞI

%24

MAKİNE VE
AKSAMLARI

%20

En çok ihracat Almanya'ya

2018 yılında Türkiye'den ihracatın en çok gerçekleştiği ülke 16,2 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 11 milyar 47 milyon dolarla İngiltere, 9 milyar 468 milyon dolarla İtalya ve 8 milyar 253 milyon dolarla ABD izledi.

Yüzde 44'ü İstanbul'dan

Listede yaklaşık 72,1 milyar dolarla ilk sırada yer alan İstanbul'u 14,1 milyar dolarla Kocaeli, 13,3 milyar dolarla Bursa, 9,8 milyar dolarla İzmir, 7,7 milyar dolarla Ankara, 7 milyar dolarla Gaziantep, 5,6 milyar dolarla Sakarya, 4,4 milyar dolarla Manisa, 3,4 milyar dolarla Denizli takip etti. Ayrıca, geçen sene Hatay'dan yaklaşık 2,9 milyar dolar, Adana'dan 2 milyar dolar, Kayseri'den 1,9 milyar dolar, Konya ve Mersin'den yaklaşık 1,8'er milyar dolar, Antalya'dan 1,3 milyar dolar, Eskişehir ve Kahramanmaraş'tan da 1'er milyar dolarlık ihracat

gerçekleştirildi. Tekirdağ ise 10 bin dolarlık fark ile milyar dolarlık iller listesine giremedi.

Fındık Trabzon'dan, halı Gaziantep'ten

Sektörler bazında bakıldığında da yaklaşık 13 milyar dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon, 8,5 milyar dolarlık çelik ve 8,4 milyar dolarlık otomotiv sektörü dahil, toplam 18 sektörde İstanbul lider konumda bulunurken, yaklaşık 634 milyon dolarlık fındık ve mamulleri ihracatında Trabzon birinci oldu.

Halı ihracatında 1,6 milyar dolarla ilk sırada Gaziantep yer alırken, savunma ve havacılık sektöründe yaklaşık 1 milyar dolarlık ihracatla Ankara zirvedeki yerini korudu. Öte yandan, 44 milyon dolarlık süs bitkisi ihracatıyla Antalya, 461 milyon dolarlık yaş meyve sebze ihracatıyla Mersin birinciliği aldı. İzmir 651 milyon dolarlık tütün, 163 milyon dolarlık zeytin ve zeytinyağı ihracatıyla ilk sırada yer aldı.

İHRACATTA İLK 10 ÜLKE

ÜLKE	KÜMÜLATİF	% PAY
ALMANYA	16,2 milyar dolar	%9,6
İNGİLTERE	11,1 milyar dolar	%6,6
İTALYA	9,6 milyar dolar	%5,7
IRAK	8,4 milyar dolar	%5,0
ABD	8,3 milyar dolar	%4,9
İSPANYA	7,7 milyar dolar	%4,6
FRANSA	7,3 milyar dolar	%4,3
HOLLANDA	4,8 milyar dolar	%2,8
BELÇİKA	4 milyar dolar	%2,4
İSRAİL	3,9 milyar dolar	%2,3

En çok ihracatı yapılan ürünler

2018'de en çok ihracat yapılan fasıl, 26 milyar 760 milyon dolarla "motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğerleri" oldu. Bu faslı 15 milyar 833 milyon dolarla "kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler", 11 milyar 585 milyon dolarla "demir ve çelik" izledi.

Rekorlar yılında büyümeye ihracattan büyük katkı

Türkiye ekonomisi 2018 yılını iki etki altında yaşadı. 2018 yılının ilk yarısında ekonomide yönetilebilir riskler ile yüzde 6'nın üzerinde büyüme sağlandı. Yılın ikinci yarısında ise döviz kurlarındaki

sıçrama ile birlikte bozulma yaşandı. 2016 yılında yaşanan olayların ardından ekonomiye verilen desteklerin etkisi ile 2017 yılında hızlanan ekonomik büyüme 2018 yılının ilk iki çeyreğinde de sürdü. Türkiye ekonomisi 2018 yılının

ile özel tüketim harcamalarının sağlanması, kamu harcamaları ile yatırımların katkısının sınırlı kalması öngörülüyor. 2018 yılı genelinde Haziran ve Ağustos ayları hariç 12 ayın 10'unda Cumhuriyet tarihinin aylık olarak ihracat rekorları

Türkiye ihracatı 2018 yılında dolar kuru bazında yüzde 11,1 artarken, Türk Lirası bazında yüzde 47,4 yükseldi.

ilk yarısında yüzde 6,3 büyümüş olmakla birlikte, Yeni Ekonomi Programına göre yıl genelinde yüzde 3,8 büyüme gerçekleşmesi bekleniyor. Bu kapsamda 2018 yılında ekonomik büyümeye en yüksek katkıyı net ihracat

kırdı. 2018 Aralık ayı, 13,9 milyar dolar rakamı ile tüm zamanların en çok ihracat yapılan Aralık ayı olurken Mart ayında 15,5 milyar ile ilk defa 15 milyar doları sınırı aşmış Ekim ayında bu rekor 15,7 milyar dolara taşındı.



OTOMOTİV

Türkiye ihracatının bir numaralı sektörü, 2006 yılından beri olduğu gibi yine otomotiv endüstrisi oldu. Toplam 31,5 milyar dolar ihracatla otomotiv, en yakın sektör hazır giyim ihracatından 14 milyar dolar fazlayla açık ara liderliğini korudu. Otomotiv ihracatının üçte ikisi ana sanayi, üçte biri yan sanayiden geldi.



İSPANYA

Ihracatın ağırlıklı pazarı yine Avrupa ülkeleriydi. Toplam ihracatın üçte ikisinin gerçekleştiği ilk 20 ülkenin 12'si Avrupa'da yer aldı. Almanya, İngiltere ve İtalya geleneksel olarak ilk üçte yer alırken, bu yıl sürprizi İspanya yaptı. 7,7 milyar dolar ihracat yapılan İspanya, en büyükler listesinde ABD'nin ardından beşinciliğe tırmandı. İspanya'ya ihracat yüzde 23 arttı.



RUSYA

Rusya'yla yakınlaşan siyasi ilişkilerimiz ticarete de yansdı. Geçen yıl 3 milyar 452 milyon dolarlık ürün satılan Rusya'ya ihracat yüzde 21 arttı. Böylece 2017 yılında en çok ihracat yaptığımız 17'nci ülke konumundaki Rusya, 2018'de 12'nci pozisyona geldi.

OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ

Yıllardır ihracat lideri olan otomotiv endüstrisi, yüzde 10,7 artış, 31 milyar 568 milyon dolarlık ihracat ile toplam ülke ihracatından yüzde 19 pay alarak; üst üste 13'üncü kez yılı ihracat şampiyonu olarak tamamladı. Sektör ihracatında Almanya ilk sırada yer aldı. 2018'de Almanya'ya 4 milyar 752 milyon dolarlık otomotiv ihracatı gerçekleştirilerek, bir önceki yıla göre yüzde 9'luk bir artış sağlandı. AB ülkeleri 24,6 milyar dolar ihracat ve yüzde 78 payla en büyük pazar oldu. Fransa, İspanya, Belçika, Slovenya gibi ülkelere ihracat artarken, ABD ve İran'a ihracatta ise düşüş yaşandı. 2018

yılının tamamında binek otomobiller grubunun ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 5 artarak 12 milyar 441 milyon dolar oldu.



ORHAN SABUNCU
Otomotiv Endüstrisi
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

“Türkiye ihracatının lideri otomotiv endüstrisi açısından oldukça iyi bir yıl geçirdik. Endüstri olarak, 2006-2018 döneminde ise 35 milyar doların üzerinde dış ticaret fazlası verdik.”

31,56
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **10,7**

PAY
% **18,8**



KİMYEVİ MADELER

17,4
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **8,3**

PAY
% **10,3**

Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştiren üçüncü sektörü konumundaki kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü, yüzde 8,3 artışa 17 milyar 372 milyon dolarlık ihracata imza attı. Geçen yıl en çok kimya ihracatı yapılan ülkeler arasında Mısır, Almanya, Irak, ABD, İspanya, İtalya, İngiltere, Hollanda, Yunanistan ve İran ilk 10'da yer aldı. Sektörün en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke olan Mısır'a ihracat yüzde 27,20 artışla 949 milyon dolar oldu. 2018'de AB ülkelerine 6 milyar 670 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Alt sektörlerde plastik ve mamulleri ihracatı kimya

ihracatının itici gücü olmaya devam ederken, mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünleri ile anorganik kimyasallar en çok ihracat yapılan diğer alt mal grupları oldu.



ALİ UĞUR ATEŞ
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri
AKİB Başkanı

“Durağanlıktan silkinerek, son aylarda rakamlarımıza yansıtığımız artışlar yüzümüzü güldürmeye devam ediyor.”



HAZIR GİYİM

Rekorlar yılı 2018'de 500 bin kişiden fazla istihdamıyla işgücünde büyük pay sahibi olan hazır giyim endüstrisi de üzerine düşen görevi yaptı. Yüzde 3,6 yükselişle 17 milyar 642 milyon doları aşkın ihracata ulaşan hazır giyim sektörü en çok ihracat ikinci sektör olurken, net ihracata en çok katkıyı sağladı. Sektörün en büyük pazarı yine 3,2 milyar dolarla Almanya oldu. Başta İspanya ve Hollanda olmak üzere, gelişmiş pazarlara yapılan satışlarda ciddi yükselişler görüldü. İspanya'ya hazır giyim ihracatı

yüzde 14,9 artışla 2,4 milyar doları geçti. Hazır giyim alt sektörlerinden dış giyim ihracatı 12 milyar 971 milyon dolarla ilk sırada yer aldı.



17,6
MİLYAR DOLAR

PAY
% 18,8

LİDER
ALMANYA
3,2 MİLYAR
DOLAR



MUSTAFA GÜLTEPE
Hazır Giyim ve Konfeksiyon
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Türkiye hazır giyim ihracatının yüzde 71'ini AB ülkelerine yapıyor. AB'de artan rekabet ve kısmi olumsuzluklara rağmen ihracatımızı artıda bitirdik.

TEKSTİL VE HAMMADDELERİ



8,46
MİLYAR DOLAR

PAY
% 5,2

LİDER
İTALYA
776,5 MİLYON
DOLAR

Hazır giyimden otomotive birçok sektöre tedarik ettiği ürünlerin yanı sıra ihracatta da çok iddialı olan tekstil sanayisi, 2018 yılında 8 milyar 461 milyon dolarlık ihracata imza attı. 2017'ye göre ihracatını yüzde 4,5 artıran tekstil ve hammaddeleri sektörü 170'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirdi. Tekstil ihracatının üçte ikisini 5 milyar 682 milyon dolarla kumaşlar oluşturdu. İplik ihracatı 2 milyar doların üzerinde gerçekleşirken, elyaf ürünler ihracatı da 800 milyon dolara yaklaştı. Tekstil ihracatında bir numaralı adres 776 milyon dolarla

yine İtalya oldu. İngiltere'ye yüzde 13, Mısır'a yüzde 9,5 ve İspanya'ya yüzde 7,4'lük ihracat artışları dikkat çekti.



ZEKİ KIVANÇ
Tekstil ve Hammaddeleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2018, zorlu ve mücadele içerisinde geçen bir yıl oldu. 2019'un, ekonomide dengelerin sağlandığı, kayıpların telafi edildiği bir yıl olacağı inancındayım."

ÇELİK

Korumacılık önlemleri karşısında zorlu bir yılı geride bırakan Türk çelik sektörü, 2018 yılında ihracatını hem değer hem de miktar bazında artırdı. Değer bazındaki ihracat ise yüzde 36,1 artışla 15,6 milyar dolara ulaştı. Türk çelik sektörü geçen yıl en fazla inşaat çeliği, yassı sıcak ve dikişli boru ihraç ederken, ihracatın en yoğun olduğu bölgeler Avrupa Birliği, Orta Doğu ve Kuzey Amerika olarak sıralandı. Asya pazarının Türk çeliğine göstermiş olduğu ilgi ile Türkiye'nin çelikte ton başına ortalama birim fiyatı ise 2017 yılındaki 645 dolar seviyesinden yüzde 12,7 artışla 727 dolara çıktı. Sektörün en çok ihracat



İBRAHİM PEKTAŞ
Çelik
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

“Korumacılık önlemleri karşısında alternatif pazarları değerlendiren sektör temsilcilerimiz 2018’de çelik ihracatını hem miktar hem de değer bazında artırdı.”

gerçekleştirdiği ülke 1 milyar 170 milyon dolarla İtalya olurken, İtalya’ya çelik ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 109,78 artış gösterdi.

15,6
MİLYAR DOLAR

ARTIŞ
% **36,1**

PAY
% **9,3**



DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER



8
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **18,8**

PAY
% **4,8**

ihracatını yüzde 18,8 yükselten demir ve demir dışı metaller sektörü 8 milyar 86 milyon dolara ulaştı. En çok ihracat gerçekleştirilen ülkeler 1 milyar 48 milyon dolar ve yüzde 12,82 artışla Almanya, 636,7 milyon dolar ve yüzde 34,22 yükselişle İtalya, 426,3 milyon dolar ihracat ve yüzde 23,39 artışla İngiltere oldu. 2018’de demir ve demir dışı metaller alt sektör ihracatında alüminyum ürün grubu 2,9 milyar dolar ile değer bazında ilk sırada yer aldı. Demir-çelik mamulleri ihracatı 1,7 milyar, metallerden üretilen eşyaların ihracatı 1,7 milyar, bakır ihracatı is 1,5 milyar dolar ihracata imza attı. 2018’de

toplam ihracattan yüzde 4,8 pay alan sektörün en çok ihracat gerçekleştirdiği 10 ülke arasında en yüksek artış gösteren ülke yüzde 93,46 ile ABD oldu.



TAHSİN ÖZTİRYAKI
Demir ve Demirdışı Metaller
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

“2018 ihracatımızı düşündüğümüz artışla gerçekleştirdik. Sektörlerimiz zor şartlara rağmen artış yakaladı.”

ELEKTRİK ELEKTRONİK

İhracatını yüzde 7,9 artıran elektrik, elektronik ve hizmet sektörü, 11 milyar 309 milyon dolarlık ihracata imza attı. 1 milyar 656 milyon dolar ile sektörün en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke İngiltere oldu. Elektrik, elektronik sektöründen 2018'de Almanya'ya 1 milyar 78 milyon, Fransa'ya 866 milyon, İtalya'ya 447 milyon ihracat yapılırken, AB ülkelerine yüzde 10,79; Afrika ülkelerine ise yüzde 32,88 ihracat artışı yaşandı. Sektörün, alt mal gruplarında, TV alıcılarından 1



FATİH KEMAL EBİÇLİOĞLU
Elektrik Elektronik
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

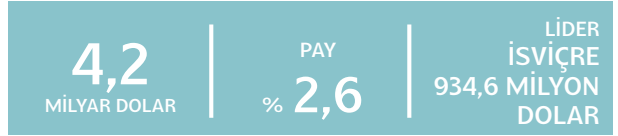
"İhracat yeni bir heyecan ve ivme kazandı. Bu olumlu havanın ihracatçılarımıza da yansımalarını görmekten büyük mutluluk duyuyoruz."

1 milyar 295 milyon dolar, buzdolabı ve soğutuculardan 1 milyar 104 milyon dolar gelir elde edildi.



MÜCEVHER

2018'de yüzde 34,5 artış yakalayan mücevher sektörü 4 milyar 210 milyon dolar ihracata ulaştı. Mücevher ihracatının yüzde 48'i işlenmemiş veya yarı işlenmiş altın, yüzde 44'ü altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası, yüzde 3'ü pırlantalı altından mamul mücevherci



eşyası ve aksanı, yüzde 2'si gümüşten mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası, yüzde 1'i kıymetli metallerin, kıymetli metallerle kaplama metallerin döküntüleri ve artıkları, yüzde 1'i de tabii inci veya kültür incileri kıymetli/yarı kıymetli taşlar ve bunlardan meydana gelen mamul eşyadan oluştu. Geçen yıl gerçekleştirilen ihracat içindeki en büyük payı yüzde 28'lik dilim ve 1 milyar 234 milyon dolar ile AB ülkeleri aldı.



MUSTAFA KAMAR
Mücevher
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Finansal araçlar arasında dengelerin değiştiği bir dönemde mücevher ihracatının artması ve mücevhere olan ilginin katlanarak devam etmesi, geleceğe umutla bakmamızı sağlıyor."

MAKİNE VE AKSAMLARI

7 milyar 317 milyon dolar ihracat gerçekleştiren makine ve aksamları sektörü yüzde 20,3'lük artış kaydetti. İhracatının yüzde 60'ını Avrupa Birliği'ne ve ABD'ye yapan sektörün kilogram başına ortalama birim fiyatları da 6,1 dolara ulaştı. Sektörün en çok ihracat yaptığı ülke 711, 4 milyon dolarla Almanya olurken, ABD'ye 418,2 milyon dolar, İtalya'ya 348 milyon dolar ihracat gerçekleştirildi. Türkiye, Çin'le birlikte makine ihracatını en çok artıran iki ülkeden biri konumunda. Sektörün en büyük pazarı olan Avrupa Birliği ülkelerine 2018'de yüzde 29,33'lük

artış yaşandı. Bir diğer önemli Pazar olan Afrika'ya ihracat ise yüzde 27,45 artış gösterdi.



KUTLU KARAVELİOĞLU
Makine ve Aksamları
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Yaptığımız çalışmalarla ekonomideki dalgalanmaların olumsuz etkilerini en az indirmeyi başardık. İleri teknoloji ve inovasyona yaptığımız yatırımlarla makinelerimizin marka algısını daha da yukarı taşıyacağız."

İKLİMLENDİRME SANAYİİ



4,5
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **15,8**

PAY
% **2,7**

Yüzde 15,8 artış yakalayan iklimlendirme sanayisi, 2018'de 4 milyar 534 milyon dolar ihracat yaptı. Almanya başta olmak üzere İngiltere, İtalya, Romanya ve Fransa gibi gelişmiş pazarlara ürün satan sektör, ihracatını miktar olarak yüzde 7,7, değer olarak yüzde 15 artırdı. Sektör, en fazla ihracatı 571 milyon dolarla "kazanlar ve aksam parçaları"nda gerçekleştirirken, bunu 553 milyon dolarla "soğutmalı kabinler derin dondurucular", 504 milyon dolarla "vanalar", 455 milyon dolarla "radyatörler ve aksam parçaları", 447 milyon dolarla "plastik borular ve bağlantı elemanları", 305 milyon

dolarla "pompalar ve aksam parçaları" ve 277 milyon dolarla "fanlar-hava perdeleri-vantilatörler-aspiratörler ve aksam parçaları" izledi.



SALİH ZEKİ POYRAZ
İklimlendirme Sanayii
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2018'i güzel bir artışla kapattık. 2019'da da ihracat artırmaya devam edeceğiz. Yeni pazarlara ulaşacağız."

7,3
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **20,3**

PAY
% **4,4**



SAVUNMA VE HAVACILIK

Savunma ve havacılık sanayi 2018'de yüzde 17,1 artış gösterdi ve 2 milyar 35 milyon dolar ihracata ulaştı. En çok ihracatın gerçekleştiği ülkeler, ABD, Almanya, Umman ve Katar oldu. ABD'ye yapılan ihracatta yeni nesil savaş uçakları arasında gösterilen F35'lerle olan ortaklık çerçevesinde üretilen parçalar yer aldı. Almanya'ya ise 'uçan kale' olarak nitelendirilen A400M uçaklarının parçaları ihraç edildi. ABD'ye 726 milyon dolar, Almanya'ya ise 226 milyon dolar ihracat gerçekleşti. Envanterini Türk zırhlı araçlarıyla



LATİF ARAL ALİŞ
Savunma ve Havacılık
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Sektör olarak 2019'da yerli ve milli ürünlerimizi daha çok ülkeye satmaya çalışacağız."

güçlendirmeyi tercih eden Umman'a ihracatta geçen yıl dikkati çeken artış yaşandı. 2017'de 13 milyon 378 bin dolarla sınırlı olan ihracat geçen yıl yüzde bin 46 artışla 153 milyon 373 bin dolara ulaştı.

2
MİLYAR DOLAR

PAY
% 1,2

LİDER
ABD
726 MİLYON
DOLAR



GEMİ, YAT VE HİZMETLERİ



991
MİLYON DOLAR

PAY
% 0,6

LİDER
NORVEÇ
185 MİLYON
DOLAR

2018'de yüzde 26,0'lık düşüş gösteren gemi ve yat sektörü 991 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektör, 2018 yılında toplamda 157 ülkeye 990 milyon dolarlık ihracat yaptı. Toplam ihracattan yüzde 0,6 pay gemi ve yat sektöründen, AB ülkelerine 2018'de 463,1 milyon dolar ihracat yapıldı. En çok ihracatın gerçekleştiği ülkeler Norveç, Marshal Adaları ve İngiltere oldu. Norveç'e 2018'de 185 milyon, Marshall Adaları'na 100,5 milyon dolar, İngiltere'ye ise 85,4 milyon dolarlık gemi ve yat ihracatı gerçekleşti. Gemi ve yat sektörü Uzakdoğu ülkelerine

olan ihracatını 2018'de yüzde 53 oranında artırdı.



BAŞARAN BAYRAK
Gemi, Yat ve Hizmetleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2018 beklentilerimizi gerçekleştirebildiğimiz bir yıl olmadı ama 2019'dan umutluyuz, kayıplarımızı telafi edeceğiz."

HALI

Halı sektörü 2018 yılında yüzde 4,7'lik artışla 2 milyar 266 milyon dolarlık ihracat kaydetti. 2018 yılında uzun zamandır yapılan çalışmalar sonuç verdi ve halı sektörü ciddi bir pazar çeşitliliği yakaladı. İngiltere'den Hindistan'a, Mısır'dan Japonya'ya dek 150'den fazla ülkeye ihracat gerçekleşti. Halı sektörünün bir numaralı ihracat adresi yüzde 21,6 artarak 563 milyon dolarla ABD oldu. Suudi Arabistan ve Irak'a ihracatta düşüş kaydedilirken, İngiltere'ye yüzde 11'lik artışla 100 milyon dolara yakın ihracat yapıldı. Mısır'a ihracat, yüzde 133'lük artışla 67 milyon doları geçti. Rusya'ya yapılan ihracatın yüzde 110 artması dikkat



SALAHATTİN KAPLAN
Halı

TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2018 yılında ülkemize yönelik sürdürülen ekonomik saldırılar karşısında sektör olarak hazırlıklı değildik ama tecrübemiz ve sahip olduğumuz esneklikler sayesinde bu krizi de başarıyla atlattık."

çekerken, Libya da yüzde 47 ihracat artışı ve 55 milyon dolarlık alımıyla öne çıkan ülkelerden biri oldu.

DERİ VE DERİ MAMULLERİ



1,6
MİLYAR DOLAR

PAY
% **1,0**

LİDER
RUSYA
255 MİLYON
DOLAR

2018'de yüzde 9'5 artış kaydeden deri ve deri mamulleri sektörü 1 milyar 667 milyon dolarlık ihracat yaptı. Sektörün geleneksel olarak en büyük pazarı olan kuzey komşumuz Rusya'ya ihracat 2018'de büyük bir canlanma sergiledi. Yüzde 27,8 artış yaşanan Rusya'ya 255 milyon dolardan fazla ürün satıldı. Diğer bir deyişle deri ihracatının yüzde 15'i sadece Rusya'ya yapıldı.

En fazla ihracat yapılan ilk on pazar arasında İngiltere ve Irak'a satışlarda azalma görüldü. Sektörün ikinci en büyük pazarı Almanya'ya ihracat durağan seyrederken, İtalya'da yüzde 28, İspanya'da yüzde 16,

Romanya'da yüzde 17 gibi yüksek artışlar görüldü. Sektör Güney Kore'ye yüzde 52,5 artışla 40 milyon dolara yakın ürün ihraç etti.



MUSTAFA ŞENOCAK
Deri ve Deri Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2018 yılı ihracatımız 168,1 milyar dolarla Cumhuriyet tarihi rekorunu kırdı. Bu tarihi başarıya deri sektörü olarak 1,6 milyar dolar katkı verdik, gururluyuz."

2,26
MİLYAR DOLAR

PAY
% **1,3**

EN ÇOK ARTIŞ
MISIR



MOBİLYA, KÂĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ

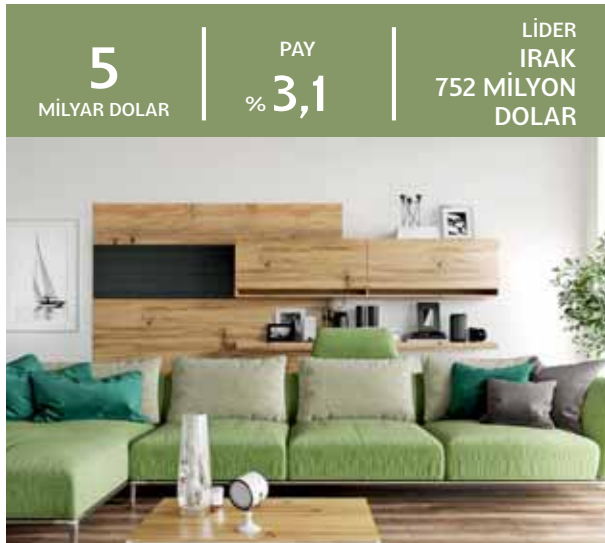
Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörü 2018'de yüzde 12,8 artışla 5 milyar 15 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatında ilk 10 sırayı Irak, İngiltere, İran, İsrail, Suudi Arabistan, Libya, Almanya, Gürcistan, Yunanistan ve Azerbaycan-Nahçıvan aldı. En çok ihracatın gerçekleştiği Irak'a 751,7 milyon dolar ihracat yapıldı. Cari fazla veren mobilya sektörü 177 ülkeye mobilya ihracatı gerçekleştirdi. Ülke grupları bazında bakıldığında ise sektörün Ortadoğu



AHMET GÜLEÇ
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Bu rakamlar, önümüzdeki 5 yıl içinde Türkiye'yi dünyanın ilk 10 ihracatçı ülkesi içinde görmek için elimizi taşın altına koyduğumuzun kanıtıdır."

ülkelerine 1 milyar 785 milyon dolar ihracat yaptığı görülüyor. İkinciliği ise 1 milyar 337 milyon dolarla Avrupa Birliği ülkeleri aldı.



5
MİLYAR DOLAR

PAY
% 3,1

LİDER
IRAK
752 MİLYON
DOLAR

ÇİMENTO, CAM, SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ



3
MİLYAR DOLAR

PAY
% 1,8

LİDER
ABD
261 MİLYON
DOLAR

2 milyar 988 milyon dolar ihracata ulaşan çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri sektörü yüzde 10,4'lik artış gösterdi. Sektörün en çok satış yaptığı ülkeler ABD, Almanya ve İsrail oldu. 2018 ABD'ye 261 milyon dolar, Almanya'ya 220,7 milyon dolar, İsrail'e ise 203 milyon dolar ihracat gerçekleştirildi. Ülke grupları bazında bakıldığında ise AB ülkeleri ilk sırada yer aldı. AB ülkelerine ihracatını yüzde 9,95 artıran çimen, cam seramik ve toprak ürünleri sektörü AB ülkelerine 1 milyar 103 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Alt mal gruplarında en çok ihracat toprak sanayi ürünleri çimento başlığında yapıldı.

Türkiye, çimento üretiminde Avrupa'da birinci, dünyada dördüncü sırada yer alıyor.



FEYYAZ ÜNAL
Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"İhracata yönelik doğru fiyatlandırma ve üretim planlaması ile 2019 yılının sektör açısından çok karlı bir yıl olacağını ümit etmekteyiz."

HUBUBAT, BAKLİYAT

6 milyar 689 milyon dolar ihracat gerçekleştiren hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar sektörü 2018'de yüzde 5,0 puan artış kaydetti. Hububat ve bakliyat ihracatında ülke grupları bazında bakıldığında ilk sırada Ortadoğu ülkelerinin ikinci sırada Afrika ve üçüncü sırada Amerika ülkelerinin yer aldı. En büyük pazarı olan Irak'a 2018'de 1 milyar 556 milyon dolar ihracat yapan sektörün ikinci en büyük pazarı ise 474 milyon dolar ile Suriye oldu. Alt ürün grupları bazında incelendiğinde pastacılık ürünleri değer bazında geçen yıla kıyasla yüzde 8 artış göstererek 1,7 milyar dolar değeri ve yüzde 26 payı ile ilk sırada yer



MAHSUM ALTUNKAYA
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

Temel hedefimiz yüksek katma değerli ürünlerle sektörümüzdeki ihracatımızı 2019'da artırarak devam etmektir. Sürdürülebilir ihracatı geliştirerek, yeni pazarlarda daha etkin roller üstlenmek için çalışacağız.

aldı. Bu ürün grubunu yüzde 20'lik payı ve 1,3 milyar dolar değeri ile deşirmencilik ürünleri takip etti.

6,7
MİLYAR DOLAR

PAY
% **4,1**

LİDER
IRAK
1,6 MİLYAR
DOLAR



SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER



2,5
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **11,2**

PAY
% **1,5**

2018'de 100'den fazla ülkenin sofraları sağlıklı ve lezzetli levrek, çipura, alabalık, kanatlı eti, yumurta, süt ürünleri ve bal başta olmak üzere Türk su ürünleri ve hayvansal mamulleri ürünleri ile doldu taşı. Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü, 2018 yılında yüzde 11,2 yükselişle 2 milyar 514 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Kanatlı sektörü 2018 yılında; 607 milyon dolar kanatlı eti ve 430 milyon dolar yumurta ihracatı ile toplamda 1 milyar dolar barajını geçerek 1 milyar 37 milyon dolar döviz Türkiye'ye kazandırdı. Süt ürünleri sektörü 293 milyon dolara, bal ihracatı ise 25,5 milyon dolara ulaştı. Sektörün

diğer ihraç kalemlerinin katkısı ise; 198 milyon dolar oldu. En çok ihracat gerçekleştirilen ülke 734,3 milyon dolarla Irak oldu.



AHMET SAGUN
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Bu yıl itibarıyla 2023 hedefimizi yakalamış durumdayız. İhracatımız her yıl yüzde12-15 arasında koşarak büyüyor."

FINDIK VE MAMULLERİ

Türkiye'den 2018 yılında toplam 280 bin 111 ton fındık ihraç edilerek karşılığında 1 milyar 637 milyon dolar döviz girdisi sağlandı. 2018 yılında ülkemizden 120 ülkeye fındık ihraç edildi. En fazla ihracat gerçekleştirilen ilk 5 ülke sırasıyla; Almanya, İtalya, Fransa, Hollanda ve Kanada oldu. 2018 yılında fındık ihracatının ağırlıklı olarak çikolata üretiminin ve önde gelen çikolata üretici markaların yoğun olduğu Avrupa ülkelerine yapıldı. Geçen yılın aynı döneminde ihracat yapılmayan Cezayir, Libya, Hırvatistan ve Özbekistan ülkelerine de fındık ihracatı



İLYAS EDİP SEVİNÇ
Fındık ve Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2019 yılında ihracatın daha iyi olacağını düşünüyoruz. Yeni sezonda yüksek rekolte ile birlikte sektörün tekrar canlandığını göreceğiz. Bu gelişmelerle birlikte tonaj bazında ihracatımızın yeniden artacak."

gerçekleştirildi. 2018'de Almanya'ya 397,1 milyon dolarlık fındık ihracatı yapıldı.

1,6
MİLYAR DOLAR

PAY
% **1**

LİDER
ALMANYA
397 MİLYON
DOLAR



KURU MEYVE VE MAMULLERİ



1,4
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
% **8,5**

PAY
% **0,8**

1 milyar 389 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren kuru meyve ve mamulleri sektörü 2018'de yüzde 8,5'lik bir artış gösterdi. Türkiye geneli kuru meyve ve mamulleri ihracatımızın alt kalemlerine miktar ve değer bazında bakıldığında çekirdeksiz kuru üzümde artış, kuru kayısıda ise azalış kaydedilirken kuru incirde değer bazında değişim görülmedi. Ülke gruplarına bakıldığında kuru meyve ve mamulleri sektörü en çok ihracatını 781,1 milyon dolarla AB ülkelerine gerçekleştirdi. En yüksek ihracatın yapıldığı ülke 178 milyon dolarla

Almanya olurken, onu 164,8 milyon dolarla İngiltere takip etti.



BİROL CELEP
Kuru Meyve ve Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Türkiye 2018 yılında tarımsal ürünlerde 22,6 milyar dolarla ihracatını gerçekleştirmiş oldu. Egeli ihracatçıların bu rakama katkısı tarım birlikleri olarak 5 milyar seviyesinde oldu."

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI

İhracatını yüzde 23,7 yükselten zeytin ve zeytinyağı sektörü 2018 yılında 400 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Zeytin ve zeytinyağı ihracatımızın alt kalemlerine bakıldığında, en büyük payı miktar bazında yüzde 30 artışla 65,9 bin ton, tutar bazında ise yüzde 19 artış ile 240 milyon dolar ihracat ile zeytinyağının aldığı görülüyor. Zeytinyağını 135 milyon dolar ihracat ile sofralık zeytin ve 23 milyon dolar ihracat ile prina yağı izledi. Türkiye geneli zeytin, zeytinyağı ve prina yağı sektöründe en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke ABD oldu. İhracatımızda en fazla artış gösteren

ülkeler sırasıyla, ABD, Japonya ve Suudi Arabistan olurken, en fazla azalış gösteren ülkeler ise sırasıyla İspanya, Fildişi Sahili ve Portekiz oldu.



DAVUT ER
Zeytin ve Zeytinyağı
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Bu sezon çok daha iyi bir ihracat, çok daha kârlı bir sezon yakalayacağımızı umut ediyorum."

400
MİLYON DOLAR

DEĞİŞİM
% **23,7**

PAY
% **0,2**



SÜS BİTKİLERİ VE MAMULLERİ



99,3
MİLYON DOLAR

PAY
% **0,1**

LİDER
HOLLANDA
24 MİLYON
DOLAR

Süs bitkileri ve mamulleri sektör ihracatının bu yıl tarihin en büyük artışını göstererek rekor kırdı. Süs bitkileri ve mamulleri ihracatı 2018'de yüzde 17,1 artarak 99,3 milyon dolar olarak kayda geçti. Süs bitkileri ihracatında başlıca pazarların Hollanda, Özbekistan, İngiltere, Almanya, Azerbaycan, Irak, Türkmenistan, Gürcistan, Romanya ve ABD oldu. Hollanda'ya ihracatımız yüzde 33 artışla 24 milyon dolar olarak kayda geçti. Özbekistan'a yüzde 29, Azerbaycan'a yüzde 88, Gürcistan'a yüzde 47, ABD'ye yüzde 31, İspanya'ya yüzde 116 artış görüldü. 2018'de canlı bitki ihracatı yüzde 16 artarak 55,7 milyon

dolar olurken, kesme çiçek ürün grubunda 2017'ye göre yüzde 19 artışla ihracat 34 milyon dolara ulaştı.



İSMAİL YILMAZ
Süs Bitkileri ve Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Bu yıl itibarıyla 2023 hedefimizi yakalamış durumdayız. İhracatımız her yıl yüzde12-15 arasında koşarak büyüyor."

YAŞ MEYVE VE SEBZE

Türkiye'nin yaş meyve ve sebze ihracatı, 2018 yılında bir önceki yıla kıyasla miktarda yüzde 14, değerinde yüzde 4,3 artış göstererek 2 milyar 327 milyon dolara yükseldi. 2018'de en çok ihracat gerçekleştirilen ülke 660 milyon dolar ile Rusya oldu. Sektörün en çok ihraç ettiği ürünler limon, mandalina, domates, kiraz, vişne ve portakal olurken, en çok ihracat yapılan ülkelerin ise Rusya, Irak, Almanya, Romanya ve Ukrayna oldu. Geçen yıl yaşanan ihracat artışında, miktarda yüzde 21 değerinde yüzde 5 artarak ihracatı 893 milyon dolara yükselen narenciye grubu etkili oldu. Aynı dönemde taze meyve ihracatı miktarda yüzde 16, değerinde



ALİ KAVAK
Yaş Meyve Sebze
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"Yeni pazarları keşfetme noktasında ciddi çalışmalarımız var. Mevcut pazarlarımızı genişletmek istiyoruz. Bütün amacımız Türkiye'deki yaş meyve sebze ihracatını bir adım daha ileriye taşımak."

yüzde 4'lük artışla 825,5 milyon dolara, taze sebze ihracatı ise miktarda yüzde 3, değerinde yüzde 5'lik artışla 593 milyon dolara çıktı.



MEYVE VE SEBZE MAMULLERİ



1,6
MİLYAR DOLAR

DEĞİŞİM
%10,5

PAY
%1,0

Meyve sebze mamulleri sektörü tarımdan sanayiye geçişin köprüsü niteliğinde olup, büyük ölçüde ihracata dönük olması ve hiçbir hammadde ithalatı bulunmadığından, net döviz girdisi yüzde 100 olan, katma değeri yüksek, birim yatırım başına en fazla istihdam yaratan, düşük gelir düzeyine kaynak aktaran, yüksek gelişme potansiyeline sahip bir sektör olması itibarıyla önem kazanıyor. Meyve ve sebze mamulleri ihracatı 2018 yılında yüzde 10,5 yükselişle 1 milyar 565 milyon dolar oldu. İhracattan yüzde 1 pay alan sektörün 2018'de en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke 228 milyon dolarla Almanya olurken, AB

ülkelerine toplamda 710 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti.



MELİSA TOKGÖZ MUTLU
Meyve Sebze Mamulleri
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

"2019 yılında da ihracatla büyümeye devam edeceğiz. Katma değeri yüksek ürünleri daha fazla üretip ihracatımızı artıracığımız başarılı bir sene olacak."

MADEN

Maden sektörü yüzde 2,7 azalış göstererek 2018 yılında 4 milyar 562 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Maden sektörünün 2018 yılında en çok ihracat yaptığı ülke 1 milyar 506 milyon dolarla Çin olurken, en çok ihracat gerçekleşen diğer ülkeler ABD, Belçika, İspanya, İtalya, Suudi Arabistan ve Hindistan oldu. Ülke grupları baz alındığında Diğer Asya ülkelerine 1 milyar 688 milyon dolar, AB ülkelerine ise 1 milyar 256 milyon dolarlık ihracat yapıldı. 2018 yılında doğal taş ihracatı 1 milyar 908 milyon dolar, toplam mineral ihracatı ise 2 milyar 653 milyon dolar olarak kayda geçti. Geçen yıl alt mal gruplarından en çok ihracatın gerçekleştiği



RÜSTEM ÇETİNKAYA
Maden
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

“Sektörünün en büyük alıcısı konumundaki ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları sektörümüzü olumsuz etkilemiş, buna rağmen önceki seneye yakın bir ihracat ile seneyi tamamladık.”

mermer-traverten ham, kabaca yontulmuş veya blok ürünlerinden 945,1 milyon dolar ihracat geliri elde edildi.



TÜTÜN



1
MİLYAR DOLAR

PAY
% 0,6

LİDER
ABD
178 MİLYON
DOLAR

Tütün sektörü ihracatı 2018 yılında yüzde 7,0 yükselişle 1 milyar 12 milyon dolar olarak kayda geçti. Tütün ve tütün mamulleri ihracatımızın alt kalemlerine bakıldığında yaprak tütün ihracatının bir önceki yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında yüzde 10'luk bir artışla 383 milyon dolara yükseldiği görülüyor. Tütün mamulleri ihracatı ise aynı dönemde yüzde 5'lik bir artışla 628 milyon dolar oldu. En fazla yaprak tütün ihracatı gerçekleştirilen ülke ABD olurken, ABD'yi, Belçika, Endonezya, Rusya ve Brezilya takip etti. Yaprak tütün ihracatımızda en fazla artış kaydedilen ülkeler sırasıyla, Belçika, ABD ve Endonezya olurken, en fazla gerileme

görülen ülkeler ise Rusya, Almanya ve Litvanya oldu. Tütün mamulleri sektöründe en fazla ihracat yapılan ülkeler sırasıyla İran, Irak, Bahreyn, S.Arabistan ve İsrail olmuştur. ABD'ye geçen 178 milyon dolar ihracat yapıldı.



ÖMER CELAL UMUR
Tütün
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

“2018 yılında Ege Bölgesi'nin ilk kez 20 milyar dolar ihracat rakamını aştı.”

WIN EURASIA 2019

360 Derece İmalat Sanayii

14 - 17 Mart 2019

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi İstanbul

win-eurasia.com #wineurasia

Endüstri 4.0
Festival Alanı
Salon 14'te

CeMAT
EURASIA

IAMD
EURASIA

Industrial
Energy
Systems
EURASIA

Metal
Working
EURASIA

Surface
Technology
EURASIA

Welding
EURASIA



Online Kayıt İçin
win-eurasia.com



Deutsche Messe

WIN
EURASIA

Organizatör

Hannover Fairs Turkey
Fuarçılık A.Ş.
Tel. 0212 334 69 00
Faks 0212 334 69 34
info@hf-turkey.com
www.hmist.com.tr

Destekleyenler



Resmi
Havayolu



Resmi Seyahat
Acentesi



Destekleyen Dernekler



BU FUARLAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

İHRACATA 5G YÖN VERECEK



GÜÇLÜ TÜRKİYE

GÜÇLÜ EKONOMİ

GÜÇLÜ İHRACAT

GÜÇLÜ İNSAN KAYNAĞI

GÜÇLÜ ALTYAPI VE
İHRACAT EKOSİSTEMİ

TİM, İHRACATÇILAR İÇİN YENİ VİZYON VE YOL HARİTASI NİTELİĞİ TAŞIYACAK "İHRACAT 2019 RAPORU"NU AÇIKLADI. "DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN TÜRKİYE" HEDEFİNE YÖNELİK OLUŞTURULAN YOL HARİTASININ ANA TEMASINI; 5G BAŞLIĞIYLA ÖZETLENEN GÜÇLÜ TÜRKİYE, GÜÇLÜ EKONOMİ, GÜÇLÜ İHRACAT, GÜÇLÜ İNSAN KAYNAĞI VE GÜÇLÜ ALTYAPI-İHRACAT EKOSİSTEMİ VİZYONLARI OLUŞTURUYOR.

Tarihin en yüksek ihracat rakamına ulaşılmasının ardından 2023 hedeflerini tutturmayı ve yeni rekorlara imza atmayı amaçlayan TİM, bir ilke imza atarak ihracatçılar için vizyon ve

yol haritası niteliğinde "İhracat 2019 Raporu"nu hazırladı. Beş bölümden oluşan raporda; TİM'in "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" yılı olarak ilan ettiği 2019'da hayata geçireceği, İhracatta İlk Adım Seferberliği,

Kadın Konseyi'nin yürüteceği İhracatta Sıfır Atık Projesi ve İhracat Oyun Yazılımı gibi projelerden oluşan eylem planı ortaya kondu. 5G başlığıyla özetlenen, Güçlü Türkiye, Güçlü Ekonomi, Güçlü İhracat, Güçlü



İnsan Kaynağı, Güçlü Altyapı ve İhracat Ekosistemleri vizyonu belirlenerek, ihracatın katma değeri yükselterek artırmanın yol haritası oluşturuldu.

Yılın bütününe ışık tutacak nitelikteki rapor bir ilk, ancak bundan sonra her yıl yapılacak. Dünyada ve Türkiye’de 2018 yılı ekonomi ve ticaretinin analiz edildiği raporda, 2019 yılında bizleri neler beklediği de inceleniyor. Küresel fırsat ve risklere dikkat çekilirken, bu yıl ihraç pazarlarında neler yaşanabileceğine dair öngörüler de sunuluyor.

2019 ihracat hedefi 182 milyar dolar

Rapor TİM tarafından yayımlanarak ekonomi basını ve iş dünyasının bilgisine sunuldu. Basın toplantısında raporu paylaşan TİM Başkanı İsmail Gülle, 2019’da öncelikli hedeflerinin Yeni Ekonomi Programı’ndaki öngörülen 182

milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşmak olduğunu belirtti. 2019 yılında ihracatta yeni stratejiler üzerine yoğunlaşacaklarını ifade eden Gülle, başlıca projelerinin, TİM Kadın Konseyi’nin yürüteceği İhracatta Sıfır Atık Projesi, İhracatta İlk Adım Seferberliği, transit ticaret ve mikro ihracatın kayıt altına alınması, rekabetçi hizmet ihracatı ve ihracat yapan firma sayısındaki artışın sürdürülmesi olduğunu açıkladı. “Teknoloji,



TİM’in İhracat 2019 Raporu çalışmasına karekodu okutarak ulaşabilirsiniz.

teknolojisinin dış ticarete uyarlanması, e-ticaretin geliştirilmesi gibi başlıkların da bu yıl gündemlerinden düşmeyeceğini kaydetti.

Raporda RCA modeline göre dünyada en çok ticareti yapılan 200 ürün içinde Türkiye’nin 47’sinde güçlü olduğu görülüyor. Analizler, 2019 yılında elde edilecek ihracat geliri ve katma değer artırılabilirliğini ortaya koyuyor.

inovasyon, Ar-Ge ve markalaşma stratejimizin güçlendirilerek “İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik” temel rotamız olacak” diye konuşan Gülle, ihracatta dijitalleşme, blokzincir

“İhracatımızı perçinlemeye kararlıyız”

TİM Başkanı Gülle, raporun modelleme ve sonuçlarının yansıtıldığı dördüncü bölümün kritik önem taşıdığına dikkat

5G YOL HARİTASI

1- GÜÇLÜ TÜRKİYE

- İkili ve çok taraflı ticaret ilişkilerinin güçlendirilmesi
- Türk ihraç ürünlerinin algısını güçlendirmeye yönelik çalışmalar

2- GÜÇLÜ EKONOMİ

- Dış ticaret fazlası veren Türkiye
- Büyüme, istihdam ve ekonomiye ihracatın katkısının artırılması

3- GÜÇLÜ İHRACAT

- Yüksek katma değerli mal ihracatı
- Rekabetçi hizmet ihracatı
- Mevcut pazarlarda pay artışı ve yeni pazarlara giriş
- İhracatta finansman imkânlarının güçlendirilmesi

4- GÜÇLÜ İNSAN KAYNAĞI

- İnovaTİM liselerde yapay zeka eğitimleri
- İhracatta mentorluk programı
- TİM ve birliklerin algısını güçlendirmeye yönelik çalışmalar

5- GÜÇLÜ ALTYAPI VE İHRACAT EKOSİSTEMİ

- Alo TİM (Alo İhracat)
- Serbest bölgelerin ihracatı
- E-İhracat platformu
- Dolaşım ve menşe ispat belgelerinin elektronik onayı
- İhracatta dijitalleşme
- TİM ve İhracatçı Birlikleri Kurumsal Dijital Dönüşümü
- İhracatta blokzincir
- TİM mobil uygulama ve dijitalleşme

çekerek, "Doğru analizlerle, akademik çalışmalara dayanan etkili stratejilerle yürüyen bir ihracat ekosistemini perçinlemeye, etki alanını daha da genişletmeye kararlıyız. Artık devir, rüzgar nereden eserse oraya dönme devri değil! Devir, rüzgâra yön verme devri. Sadece 200 ürün ile başladığımız bu çalışma dahi, ihracatımızın hangi alanlara, hangi pazarlara yoğunlaşması gerektiğini en çarpıcı hali ile ortaya koydu. Bugün başladığımız bu çalışmayı en kısa sürede bin ürün için tamamlayacağız. Bu bin ürün dünya ticaretinin yüzde 84'ünü kapsıyor. Bu çalışmayı Şubat ayı içerisinde ihracatçılarımız ve kamuoyu ile paylaşmayı hedefliyoruz. Akabinde de, dünyadaki tüm ürünler için aynı çalışmayı tekrarlayarak, sektör ve ürün bazında firmalarımıza en net ifade ile hangi ülkelere yüklenmeleri gerektiğini söyleyeceğiz" dedi.

Yepyeni bir model: RCA

Türkiye için fırsatlar analizinin yer aldığı rapor ile önemli bulgular elde edildi. Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünün yüksek olduğu ürünler tespit edilirken, hangi pazarların cazip olduğu ve ihracatçıların ürünlerini nerelere satacakları konusunda da bir yol haritası sunuluyor. 2018'de 168,1 milyar dolar ile tarihi bir rekor kırılmış olsa da, bölgemizdeki 1'inci ve 2'nci kuşak komşu ülkelerin dünyadan gerçekleştirdikleri ithalatın hacmi, Türkiye'nin bölgesinde ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğuna işaret ediyor. Raporla, stratejik öneme sahip sektörlerin

küresel ticaretteki konumları ve Türkiye'nin bu ürünlerde en önemli ithalatçı pazarlarda değerlendirebileceği potansiyeli derinlemesine incelemek adına yeni bir model uygulanıyor. Dünya Bankası tarafından da kullanılan bu metot "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" (Revealed Comparative Advantage - RCA) modeli. Küresel ticarete öne çıkan 200 ürün üzerinden bir örnekleme yapılarak, Türkiye'nin gelecek perspektifine yönelik bir yol haritası çizmek amaçlanıyor.

En çok ithal edilen 200 ürün

İlk aşamada dünyada en fazla ithalatı yapılan ilk 200 ürün tespit ediliyor. Bu 200 ürün içerisinde değerlendirilmek üzere geliştirilen RCA formülasyonu ile Türkiye'nin bu ürünlerin hangisinde

47 ÜRÜNÜN SEKTÖR DAĞILIMI

TİM'deki Sektör Adı	RCA'sı 1 ve üstü ürünler
OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ	19
HAZIR GIYIM	5
ÇELİK	4
ELEKTRİK, ELEKTRONİK	3
KİMYEVİ MADDELER	3
MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	3
DEMİR VE METALLER	2
HUBUBAT, BAKLİYAT	2
MÜCEVHER	2
GEMİ VE YAT	1
İKLİMLENDİRME SANAYİİ	1
MAKİNE VE AKSAMLARI	1
TÜTÜN	1
GENEL TOPLAM	47

açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu araştırılıyor. Bunun sonucunda, Türkiye için dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 ürün içinde "RCA" değeri 1 ve üstünde olan 47 ürün belirleniyor. Dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 ürünün toplam ithalat değeri 10,2 trilyon dolar; toplam dünya ithalatı içindeki payıysa yüzde 57,5. Seçili 47 ürünün dünya genelindeki

çıkan 47 üründeysen Türkiye'nin yaptığı ihracat 49,3 milyar dolar ve toplamdaki payı yüzde 31,4 olarak kayda geçti. Bu da incelenen 200 ürünün ve öne çıkan 47 ürünün ülke ihracatındaki ağırlığını göstermesi açısından önemli.

Raporun önemli bulgularından biri, Türkiye'nin güçlü olduğu 47 ürünün 12'sinde en büyük 15 ithalatçı arasında yer alması. 15

Türkiye'den ithalat yapmamış. İlgili 47 üründe en büyük 15 ithalatçı arasına sadece 1 kez girebilen bazı ülkelerin bu ürünlerde ülkemizden hiç ithalat yapmadıkları tespit ediliyor.

Keşfedilmemiş pazarlar var
Ülkemizin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu 47 ürün ihracatta önemli bir yer tutuyor. İlgili ürünlerin en büyük ithalatçıları arasında yer alan Avrupa ülkeleri, Türkiye için önde gelen pazar olsa da, AB'nin 2017'de yaptığı 5,6 trilyon dolarlık ithalattan Türkiye'nin aldığı pay sadece yüzde 1,47. AB'ye en çok ihracat yaptığımız ilk 10 ürünün 9'u, araştırmada karşılaştırmalı üstünlüğümüz olanlara isabet ediyor. Bu 9 üründe AB'ye gerçekleştirdiğimiz 17,3 milyar dolarlık ihracat, AB pazarından yüzde 6,5 pay almamızı sağladı. Bu tüm ürünlerde AB pazarındaki payımızdan yaklaşık 4,5 kat büyük. Diğer taraftan sadece 9 ürünün AB'ye ihracat rakamı, tüm ürünlerde dünyaya ihracatımızın yüzde 11'ini oluşturuyor.

Küresel ticarete yön veren ülkelerin hemen ardından gelen ve son dönemde öne çıkan Polonya, Meksika ve Çekya gibi pazarların firmalarımızı tarafından dikkatle takip edilmesi tavsiye ediliyor.

toplam ithalat değerinin yaklaşık 1,75 trilyon dolar olduğu görülüyor. 47 ürünün ithalat değerinin toplam dünya ithalatındaki payı ise yüzde 9,8.

Dünyada en çok ithalatı yapılan ilk 200 üründe Türkiye'nin toplam ihracat değeri 66,7 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu 200 üründe Türkiye'nin ihracat değerinin toplamdaki payı yüzde 42,5 oldu. RCA endeksi analizi sonucu öne

üründe toplam 33 ülke Türkiye'nin iddialı olduğu ürünlerden hiç ithalat yapmamış görünüyor. Örneğin; ABD 44 üründe en çok ithalat yapan ülkeler sıralamasına girerken, Türkiye'nin iddialı olduğu bu 44 ürünün 4'ünde Türkiye'den ithalat gerçekleştirilmemiş. Benzer şekilde Kanada da en çok ithalat yapan ülkeler sıralamasında 41 ürünle sıralamaya girerek 5'inci sırada yer alırken, 41 ürünün 9'unda



İSMAİL GÜLLE
TİM Başkanı

YENİ RAPORDA BİN ÜRÜN OLACAK

TİM, İhracat 2019 Raporu'ndaki RCA çalışmasını, yakında dünyada en fazla ticareti yapılan bin ürünü kapsayacak şekilde, çok daha detaylı olarak ele alacak. Böylece, tüm firma ve sektörlerimiz için ürün ve ülke anlamında güçlü potansiyele sahip olduğumuz pazarlar ortaya çıkarılacak. Firmalarımızın hangi pazarlara girmeye ve nerede hangi ürünün payını artırmaya çalışmaları gerektiğine ışık tutacak. Bu çalışma, TİM'in yıl boyunca gerçekleştireceği

faaliyetlere de kılavuz olacak, 2019 yılında yapılması planlanan ticaret heyetleri ve alım heyetleri için de bir kaynak teşkil edecek. Ülkelerin 2018 yılı dış ticaret verilerinin uluslararası kaynaklar tarafından yayınlanmasını takiben, 2017 yılı verileri üzerinden yapılan çalışma, ayrıca 2018 yılı verileri üzerinden 3'üncü çeyrek ortasında tekrar hesaplanarak, ülkeler ve ürünler bazında muhtemel değişiklikler ve gelişmeler incelenecek.



ALİ ORÇUN GÜNER

İHRACATI SİÇRATMAK İSTİYORSAK, ÜRETİM FONKSİYONUMUZUN İÇERİSİNE, TEKNOLOJİ, AR-GE, İNOVASYON VE TASARIM GİBİ ÜRÜNLERİN TALEP ESNEKLİĞİNİ AZALTBİLECEK FAKTÖRLERİN EKLENMESİ GEREKİYOR.

Bu yıla, dünya ekonomik beklentileri konusunda birçok belirsizlik ve risklerle girdik. IMF tarafından yayınlanan "Dünya Ekonomik Görünümü Güncellenmiş Raporu" da bu risklerin gerçekliğini bir kez daha teyit etti. IMF, 2019'da dünyanın ekonomik büyümesine ilişkin tahminlerini yüzde 3,7'den 3,5'e revize ederken; gelişmiş ekonomilerin büyüme oranları yüzde 3,7'den 3,5'e, gelişmekte olan ekonomilerininkileri ise yüzde 4,7'den 4,5'e çekti.

Beklentilerin düşürülme nedenlerinin başında, süregelen ABD-Çin ticaret savaşları bulunuyor. İki ülke liderleri geçtiğimiz Aralık'ta Arjantin'de süreci değerlendirmek için bir araya geldi. ABD Başkanı Trump; 1 Ocak 2019'da 200 milyar dolar değerindeki ürün grubuna

2019 YILI: RİSKLER VE İHRACATTA YENİ STRATEJİLER

uygulanacak yüzde 25'lik ek verginin üç aylık bir süre ile yüzde 10 seviyesinde sabit tutulmasına ve durumun bu üç ay içinde Çin ile müzakere edilmesine onay vermişti. Ancak, bu hafta başında ABD tarafının Çinli Bakan Yardımcıları'nın ABD'ye yapacağı ziyareti, kritik başlıklarda anlaşılmasını nedeni ile reddetmesi, sürecin yine zora girdiğine işaret etti. 1 Mart'a kadar taraflar arasında anlaşma sağlanamazsa yüzde 25'lik ek vergiler yürürlüğe girecek. Yine IMF raporunda belirtildiği üzere Çin'in büyüme beklentisinin 2019 için yüzde 6,2'ye revize edilmesi ve Çin'in kamu borcunun artması ciddi problemler oluşturacak gibi görünüyor. Bu oran Çin ekonomisinin geçen otuz yıldaki en düşük büyüme oranı. Dolayısı ile Çin'e en çok ihracat yapan ülkeler olan Kore, Japonya ve Almanya gibi ülkeler de bu durumun sonuçları konusunda çözüm arayışı içerisindedir. IMF'nin raporunda belirtilen diğer riskler ise ABD'de iç politika kaynaklı sorunlar, anlaşmalı - anlaşmasız Brexit'in doğuracağı sonuçlar ve ayrıca AB içerisinde İtalya'nın mali sıkıntıları olarak sıralanıyor.

Bilindiği üzere Türkiye olarak ihracatımızın yaklaşık yarısını AB ülkelerine gerçekleştiriyoruz. Almanya, Birleşik Krallık, İtalya ve bunların dışında ABD ihracatımızın en fazla olduğu ülkeler. Bu ülkelerin büyüme beklentileri, aynı zamanda ithalat talebiyle doğrudan ilişkili olduğu için de ihracatçılarımızın en çok dikkat ettiği konuların başında yer almakta. İhracat artışıyla AB'nin büyüme oranları arasında pozitif bir korelasyon bulunuyor. Artışı sürdürülebilmek için, 2019'da farklı bir strateji izlenmesine ihtiyaç var. TİM olarak biz de "İhracat 2019 Raporu'nda", riskler ve potansiyeller konusunda ihracatçılarımıza bir yol haritası çıkartmaya çalıştık. 'Açıklanmış Karşılıklı Üstünlükler' teorisi çerçevesinde,

dünyada en çok ithal edilen 200 ürün içerisinde Türkiye'nin ihracat ürünleriyle ilgili bir analiz gerçekleştirerek, uluslararası piyasalarda rekabet avantajına sahip olduğumuz ürünleri saptadık. Sonuçta, farklı sektörlerde ortaya çıkan 47 ürün için, ülkeleri o ürünlerdeki ithalat değerlerine göre sıralayarak potansiyel pazarları belirledik. Avantajlı olduğumuz ürünler, eğer potansiyel pazarlarda potansiyelin altında ithal ediliyorsa, ihracatçılarımızın bu pazarlara yönelmesi konusunda bir sonuç raporu hazırladık. Eğer avantajlı olduğumuz ürünler, hedef pazarlarımızda daha etkin hale gelebilirse, o pazarlara olan ihracatımızın daha derinleşmesi sağlanabilir.

Raporda değinilen bir diğer konu da, üretim fonksiyonunun içine yeni faktörlerin eklenmesi. Türkiye olarak daha çok ürün üretip, daha rekabetçi satma stratejimizin nispeten değiştirilmesine ihtiyacımız var. İhracatı sıçratmak istiyorsak, üretim fonksiyonumuzun içerisine, teknoloji, Ar-Ge, inovasyon ve tasarım gibi ürünlerin talep esnekliliğini azaltabilecek faktörlerin eklenmesi gerekiyor. Yani iş gücü ve sermaye ile daha fazla üretim, artık ihracatımızı artırmak için tek başına yeterli değil.

Önümüzdeki günlerde aynı araştırmayı dünyada en çok ithal edilen bin ürün için de gerçekleştireceğiz. Nitekim bu bin ürün aynı zamanda dünya ticaretinde yüzde 84'lük bir pay sahibi olduğu için ihracatçılarımıza hedef pazarlarla ilgili daha detaylı bir yol haritası çıkartacaktır. İhracatın ekonomi için öneminin öne çıktığı bugünlerde, gerçekleştirilecek bir sıçramanın aynı zamanda ülke ekonomisinde bir sıçrama yaratacağı tüm kamuoyu tarafından anlaşıldı. Bu yüzden ihracatta geleneksel stratejiler dışında, yeni ve bilimsel temellere dayanan çalışmalar gerçekleştirmeliyiz.

teskon+SODEX 2019

Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Yalıtım, Pompa ve Vana Fuarı

14. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi

17 - 20 Nisan 2019

MMO Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi
İzmir ■ Türkiye

teskonsodex.com

#teskonsodex

Online
Kayıt için
teskonsodex.com



Deutsche Messe

teskon
2019
SODEX

Hannover Messe
Sodeks Fuarçılık A.Ş.

Tel. +90 212 334 69 00
Faks +90 212 347 10 96
info@hmsf.com
www.hmsf.com

Destekleyenler



T.C. TİCARET BAKANLIĞI



Türkiye
Gücünü ve
Potansiyelini Keşfet



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



ALİ SAYDAM

Bersay İletişim Grubu YK
Onursal Başkanı

**REKABETİ SÜRDÜREBİLMEK
İÇİN E-TİCARET BAŞTA
OLMAK ÜZERE DİJİTAL
TEKNOLOJİLERİN SUNDUĞU
KOLAYLIKLARA KAYITSIZ
KALINMAMASI GEREKİYOR.**

REKABET ŞANSIMIZ DİJİTALLEŞMEYİ YAKALAMAYA BAĞLI

Bazılarımız "Ben teknoloji özürlüyüm" ya da "Dijital dünya hiç bana göre değil" gibi bahanelerle kendilerini uzak tutmaya çalışsalar da, hayatın her alanında dijitalleşmenin giderek yaygınlaştığı bir dönemdeyiz. Tüm sektörler altyapılarını dijital teknolojilere göre yeniliyor, çalışanlarının bu alandaki yetkinliklerini artırmak için uğraş veriyor.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından hazırlanan Dijital Ekonomi Raporu'na göre, bugünün çocuklarının yüzde 65'inin çalışma hayatına başladıklarında henüz keşfedilmemiş işlerde çalışması ve 2020 yılında dijital ekonominin küresel ekonominin yüzde 25'ini oluşturması bekleniyor. Dijital teknolojilerin içine doğan bir kuşak, iş dünyasına adım attığı gibi ciddi bir tüketici kitlesini de oluşturuyor. Teknolojinin şekillendirdiği bu kuşak, ürün ya da mesajını tanıtmaya ve/veya satma amacı olan tüm sektörleri etkiliyor. Bu sektörlerin yaptığı teknolojiye uyumlu üretim, tanıtım ve satış faaliyetleri de tüm tüketicilerin alışkanlıklarını dönüştürüyor.

TÜSİAD'ın E-Ticaret 2017 Raporu'na göre, e-ticaret dünyada son 10 yılda 10 kattan fazla büyüdü. Yapılan yatırımlar, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını değiştirdiği gibi şirketlerin, özellikle de perakendecilerin iş modellerini de yeniden şekillendiriyor. E-ticaret vasıtasıyla gelişen ihracat, yaygınlık kazandıkça, ihracat odaklı iş-ilişki-iletişim yönetimi anlayışı da değişmek zorunda kalıyor. E-ticaret, kayıt dışılığı azalttığı, verimliliği ve rekabet gücünü yükselterek istihdamı artırdığı, etkileşimde bulunduğu ve hizmet aldığı sektörleri geliştirdiği için, bu fırsatı değerlendiren piyasada avantajlı konuma geliyor.

Fiziksel dünyadaki pek çok maliyetin dijital alanda olmaması KOBİ'lerin büyük şirketlerle rekabet edebilmesinin önünü açıyor. Ürünlerin yurt dışı ve içinde tanıtımının daha hızlı ve düşük maliyetle yapılabilmesini

kolaylaştırdığı için ihracat potansiyelini artırıyor.

Üretim ve ticarete dünyayla rekabet halindeyiz. Rekabeti sürdürebilmek için e-ticaret başta olmak üzere dijital teknolojilerin sunduğu kolaylıklara kayıtsız kalınmaması gerekiyor. Verilere göre 2016-2017 yılları arasında Türkiye'nin e-ticaret hacmi yüzde 37 büyüdü. Son yılın verileri henüz yayınlanmasa da e-ticaret hacmimizin daha büyük çapta olduğu aşikâr.

Bu nedenle TİM'in İhracat 2019 Raporu'nda koyduğu hedeflerin olumlu sonuçlara yol açacağı bir gerçek. "İhracatta Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik" mottosuyla önümüzdeki süreci planlayan TİM, ihracatta dijitalleşme, blokzincir teknolojisinin dış ticarete uyarlanması, e-ticaretin geliştirilmesi gibi başlıkları gündemine aldı. TİM, dijitalleşme hedefleriyle bu yarışta üstüne düşen adımları atıyor.

Tüm dünyada internet kullanıcısı sayısı 4 milyarı aştı. Bu kullanıcıların 54 milyonu aşkını Türkiye'deki kullanıcılar. TİM gibi meslek organizasyonlarının ve devlet kurumlarının hazırladıkları stratejiler, belirledikleri hedefler, konuyla ilgili, gelişime açık ve rekabette yerini almak isteyen herkes için yol haritalarını ortaya koyuyor. Kozmetik firması L'Oréal ve Instagram'ın sahibi Facebook, artırılmış gerçeklik teknolojisiyle ürünlerin sanal ortamda denenmesini sağlayacak ortak bir proje üzerinde çalışıyor. Araştırma şirketi Statista'nın verilerine göre; Türkiye nüfusunun yarısından fazlası Facebook kullanıcısı. Dünyada en çok Instagram kullanan ülkeler sıralamasında, aylık 37 milyon kullanıcı sayısı ile beşinci, Avrupa'da ise 3. sıradayız. Bu büyük tüketici potansiyeline ve teknolojinin sağladığı sınırsız imkânlarla kayıtsız kalmamak gerekiyor. Siyasette ve ticarete yeni teknolojilere kendini adapte edenler yükselecek ve kalıcı olacaklar. Kaçış ve bahane üretmeye yer yok yani...

ISK-SODEX ISTANBUL 2019

Uluslararası Isıtma, Soğutma, Klima, Havalandırma, Yalıtım,
Pompa, Vana, Tesisat, Su Arıtma, Yangın ve Güneş Enerjisi
Sistemleri Fuarı

2 - 5 Ekim 2019

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi
Büyükcçekmece ■ İstanbul

sodex.com.tr

#isksodex

Yeni Tarih!



Online Kayıt için
sodex.com.tr



Deutsche Messe



Hannover Messe
Sodeks Fuarçılık A.Ş.
Tel. +90 212 334 69 00
Fax +90 212 347 10 96
info@sodex.com.tr
www.hmsf.com

Destekleyenler



Eş Organizatörler / Destekleyen Dernekler



Resmi Havayolu



Resmi Seyahat Acentesi



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hakkı Yıldız:

YATIRIMLARIMIZ HIZLA SÜRECEK



2018 YILINDA 500 MİLYON AVROLUK YATIRIM YAPAN YILDIZLAR YATIRIM HOLDİNG, BU YIL DA HIZ KESMİYOR. GELENEKSEL AĞAÇ VE KİMYA ÜRÜNLERİNİN YANINDA, ÇELİK ÜRETİMİNE DE GEÇEN HOLDİNG, YURTDIŞINDA DÖRDÜNCÜ FABRİKASINI AÇMAYI PLANLIYOR.

Geçmiş 1890'lı yıllara dayanan ve köklü bir holding olan Yıldızlar Yatırım Holding, ağaç ürünleri, gübre, kimyasal maddeler

ve demir çelik sektörlerinde bir hayli iddialı. Kaliteye verdiği önem, kullandığı ileri teknoloji ve tasarımda yaptığı atılımlarla Yıldızlar Holding, geleceğe

güvenle ilerliyor. İstanbul Yeni Havalimanı'na Yıldız Entegre ürünleriyle renk vermenin kendileri için çok özel bir proje olduğunu ifade eden Yıldızlar Yatırım Holding

Yönetim Kurulu Üyesi Hakkı Yıldız, şirketin yeni yatırımları ve 2019 hedeflerini TİMREPORT'a anlattı.

Holding hangi alanlarda faaliyet gösteriyor?

Yıldızlar Yatırım Holding'in ana faaliyet alanlarını, ağaç grubu, gübre ve kimya grubu ile demir çelik grubu olarak sıralayabiliriz. Bunların yanı sıra liman işletmeciliği, denizcilik, sigorta, gayrimenkul gibi alanlarda da faaliyetlerimiz bulunuyor. Yıldız Ailesi yaklaşık 130 yıllık tecrübesi ile orman ürünleri sektöründe Yıldız Entegre olarak faaliyet gösteriyor. Bugün yurdumuzun farklı bölgelerinde; Kocaeli, Mersin, Manisa ve Bolu şehirlerindeki tesislerimiz mevcut. Ayrıca, Romanya, Slovenya ve ABD'deki üretim tesisleri ile sektörümüzde lider ve öncü bir kuruluşuz. Sürdürülebilir ve etki yaratan büyümeyi tüm rakiplerimizden farklılaşarak gerçekleştirme, gelecekte hep birlikte büyüyeceği yeteneklere yatırım yapma, ülke ve paydaş değerini gözeterek global bir oyuncu olma misyonuyla hareket etmekteyiz. Aynı bakış açısı ile Holdingimizin gübre ve kimya grubunda yer alan İGSAŞ, ülkemizin en köklü kuruluş ve markalarının başında gelir. Kocaeli, Kütahya, Antalya ve Samsun'da yer alan tesislerimizle sektörünün önemli oyuncularını arasında yer alan İGSAŞ, yurdun hemen her bölgesinde yer alan depolarıyla lojistik olarak da çiftçilerimize yerinden hizmet sağlıyor. Körfez tesislerindeki limanı ile de ihracat ve ithalatta çok ciddi bir avantajı elinde bulunduran İGSAŞ, Holding'in 2023 stratejileri ile aynı rotada yer



alıyor; ülkemiz için stratejik öneme sahip farklı gübrelerinin üretimine yönelik yatırımlar yapıyor.

Aile şirketi olmanın avantajları neler?

Kökleri 1890'lı yıllara dayanan Holdingimiz, sanayici bir ailenin kültürüyle yoğrulmuş bir şirket. Bu açıdan bakıldığında yerleşmiş bir girişimci ruhu, sürekliliğe sahip yatırımcılık anlayışı ve istikrar ile bugünlere geldi. Hızlı karar alabilme, güçlü konsantrasyon, sonradan oturtulması gerekmeyen zaten var olan "biz" bilinci, dünyanın en büyük şirketi olsa bile bitmeyen ve büyümeye odaklı amatör ruh, genellikle aile şirketlerinin sahip olduğu en önemli avantajlardır. Mühim olan dezavantajları tespit edip profesyonel ve kurumsal bir yapıyla aile şirketi avantajlarını bir potada kaynaştırabilmekte. Bu bir kez sağlandığında hem sağlamlığı tartışılmaz ve istikrarlı, ama bir yandan büyüme isteği hiç bitmeyen bir sinerji ortaya çıkıyor.

YASSI ÇELİĞE DEV YATIRIM

Çelik sektörü gibi sizin için yeni bir alana neden yöneldiniz?

Ülkemizin özellikle yassı çelikte verdiği devasa dış ticaret açığı da bu yatırıma yönelmemizde etkili oldu. Türkiye'nin yassı çelik dış ticaretinde açığı yaklaşık 4,7 milyon ton. Ülkemizin bu ihtiyacını görüp yeni bir yatırımla bu açığın en azından ciddi bir bölümünü kapatabileceğimize inandık. Kocaeli'ndeki yatırımları hızla tamamlayarak daha ilk aşamada 1,2 milyon tonluk kapasiteyle Türkiye'nin cari açığına ciddi katkı sağlamayı başardık.

YENİ HAVALİMANI'NIN İÇ TASARIMINDA YILDIZ ENTEGRE RENKLERİ

İstanbul Havalimanı'nın iç tasarımında Yıldız Entegre ürünleri tercih edildi. Bu büyük projede yer almak nasıl gerçekleşti?

Yıldız Entegre aslında hayatın içerisindeki tüm renkleri, ürün skalası içerisinde barındıran bir şirket. Fakat elbette sadece Avrupa'nın değil dünyanın en büyük havalimanlarından biri olan İstanbul Yeni Havalimanı'na Yıldız Entegre ürünleriyle renk vermek bizim için çok özel bir proje oldu. İç tasarımında Yıldız Entegre'nin siyah, bambu, beyaz ve alya renkleri kullanılırken, ofis bölümlerinde beyaz renkli Yıldız Entegre ürünleri özel bir görüntü oluşturdu. Ülkemiz açısından iftihar kaynağı olarak gördüğümüz bu projede, milli ve yerli ürünlerin kullanılması ve Yıldız Entegre ürünlerinin tasarımda kullanılması bizim için büyük bir gurur.

İhracatınız ne kadar? Etkin olduğunuz pazarlar hangileri?

Faaliyet gösterdiğimiz sektörlerde 50'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Bu pazarlar arasında başta Balkanlar olmak üzere Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Rusya'nın merkezinde olduğu Asya bölgesini etkin pazarlarımız arasında sayabiliriz. Fakat yeni yatırımlarımızla birlikte bu coğrafyalara yenilerini eklemek için süratle çalışıyoruz. Hem ağaç grubunda hem de demir çelik grubunda geniş bir coğrafyaya hitap eden ve köklü bir geçmişe sahip güçlü bağlantılarımız var.

Yeni yatırımlar var mı?

Global bir oyuncu olmayı hedefleyerek, yatırımlarımızı son iki yıl içinde hızlandırdık ve ciddi atılımlar gerçekleştirdik. ABD'de bulunan üç limanımızın

ardından 2018'de orman ürünleri sektöründeki ilk yurtdışı üretim tesislerimizi devreye aldık.

Yıldız Entegre'nin 170 milyon avroluk bir yatırımla hayata geçirdiği Romanya fabrikamız üretime başladı. Bunun dışında Slovenya'da ülkenin en büyük tesislerinden birini 45 milyon avroya satın aldık.

Holding'in en yeni yatırımı Yıldız Demir Çelik... 2018 yılında hem bizim, hem de Türkiye açısından oldukça önemli bu yatırımı devreye aldık. İki yıldır yapımını sürdürdüğümüz Kocaeli'nin Alikahya OSB'deki Yıldız Demir Çelik tesisimiz, 2018 yılı Mart ayı itibariyle üretime başladı. İki etaptan oluşacak olan yatırımımızın ilk fazını Aralık ayında soğuk haddeleme hattının devreye girmesiyle tamamlamış olduk. Yani bu yatırımımızın 200 milyon avroluk bölümü tamamlandı.



1,5 milyon ton kapasitesiyle Türkiye'nin en büyük ve en verimli soğuk sac haddeleme tesisi, tavlama, temperleme, temizleme, galvaniz ve boya kaplı sac tesislerimiz devreye girdi. Başta otomotiv ve beyaz eşya olmak üzere, panel radyatör, sandviç panel, çatı ve cephe kaplamaları gibi pek çok endüstriyel alana ürün ve hizmet sağlayacağız. Bir diğer grup şirketimiz olan İGSAŞ'ta da 2018 yılı ciddi yatırımlarla geçti. İGSAŞ'ın 2017 yılında Antalya'da tesisimizdeki ek yatırımı tamamlanmıştı. Kütahya'da ise Türkiye'nin ithal ettiği potasyum nitrat gübresini üretecek yeni hat çalışmalarını devreye aldık ve burada da üretime başladık. Tüm bu yatırımlarımızı toplarsak 2018 yılında 500 milyon avruluk bir yatırım bütçesine ulaştık. 2019'da da yatırımlarımız hızla devam edecek.



Grup şirketlerinden İGSAŞ, bu yıl Kütahya'da Türkiye'nin ithal ettiği potasyum nitrat gübresini üretecek yeni hat çalışmalarını devreye aldı.

2019'da ana hedefimiz, Romanya ve Slovenya'daki tesislerimizin üretim ve satışlarını artırmak olacak. Yatırım açısından ise iki yeni konu önümüzde duruyor. Bunlardan ilki Yıldız demir çelikte ikinci faz yatırımımızı sürdürmek.

Bu yatırıma 2018 yılının son aylarında başlamıştık. Üretime başlamak için hedefimiz ise 2020 yılının ilk çeyreği. Galvanizli sac hattımızın kapasitesini ve kalitesini artıracak bu yatırımla birlikte demir çelikte çok daha güçlü bir konuma geleceğiz.

Bir diğer yeni yatırımımız ise bir süredir üzerinde çalıştığımız Yıldız Entegre'nin Rusya'daki fabrikası. Bu yatırımda 2018 içinde gerekli imzaların attık. İnşaata ise 2019'un sonuna doğru başlamasını hedefliyoruz.

İGSAŞ'ta da yatırımlarımız aralıksız sürüyor. 2019'un ilk aylarında potasyum nitrat tesisimiz devreye girecek. Bir yandan da yine Türkiye'de üretilmeyen gübre çeşitleriyle ilgili incelemelerimiz sürüyor.

Girişimci, global, yenilikçi, müşteri odaklı, uzman ve sonuç odaklı takım olmak değerlerine akıl ve gönül imecesi ile sınırsız bağlıyız. Bu yüzden Yıldızlar Yatırım Holding, ülkesinden ve insanından aldığı güçle geleceğe emin adımlarla ilerliyor.





PROF. DR. EMRE ALKİN

KAYNAĞI BELİRSİZ PARANIN PEŞİNDE

Geçen yıl bu zamanlarda, küresel ölçekte yükselen enflasyon, faiz ve büyüme ile karşılaşacağımızı öngörüydük. Hatta 2019-2021 döneminin tamamının bu şekilde devam edeceğinin altı çiziliyordu. Geline durumunda önce Türkiye ve bazı ülkeler büyüme konusunda negatif ayrışmaya başladı, ardından da ABD ile ilgili resesyon beklentileri arttı. Çin ekonomisi yavaşlamaya başladı ve AB'nin lokomotif ülkelerinde beklenmedik olumsuzluklar meydana geldi. Dikkatimi çekense şu: Ekonomik bozulma ile siyasi gerilimler arasındaki sebep sonuç ilişkisi artık birbirine karışmış durumda. Hatta bir süre sonra bu karışıklık bir döngü de yaratıyor. Siyasi ve ekonomik sorunlar peş peşe sıralanmaya başlıyor. Trump ve attığı adımların yarattığı ekonomik zararlar, diplomatik karışıklıklar ve yükselen güvensizlik buna en ciddi kanıtı teşkil ediyor. Tam bu esnada Türkiye'nin yasama, yürütme, yargı bazında bir değişim sürecinde olması zorlanmamıza yol açıyor. Yürütmede taşlar tam olarak oturmadığı

şekilde gerilemiş durumda. Yabancıya konut satışlarında ise Iraklılar ilk sıraya yerleşmiş. Özetle gitgide "Doğu'nun güvenli limanı" olmaya doğru ilerliyoruz. Belki de cari işlemler açığını finanse eden "net hata ve noksan" kaleminin bu kadar yüksek olmasının arkasında bu gerçek var. Menşei ve kaynağı belirsiz paranın sahipleri ülkemize gelerek yaşamaya başlayan milyonlarca insan olabilir. Resmi rakamlar 6 milyondan fazla yabancıların yaşadığını söylüyor. Kayıt dışı ekonominin, bu insanların geldiği ülkelere yaygın olduğu biliniyor. Paralarını kanunlara uygun şekilde harcadıkları sürece sorun yok. Ancak, geldikleri ülkelerin ve bölgelerin çalışma ve iş yapma usullerini Türkiye'ye getirmelerini önlemek gerekiyor. Mali belgelerin alım-satımlarda geçerli olması için on yıllarca mücadele vermiş olan Türkiye, kayıt dışılığa dönmemelidir. Bu sebeple ülkemize gelen kişilerin mümkün mertebe finansal sistem yoluyla ellerindeki kaynağın kayıt altına alınması gerekiyor diye düşünüyorum. Dolayısıyla başta mevduat, kredi kartı gibi enstrümanlarla kayıt içindeki yaşam için kolaylıklar sağlanması öncelikle şart. Mevzuat bugün kısıtlı gözüküyor. Belki de bu insanların yoğunlaştığı bölgelere finansal enstrümanların götürülmesi, kredi kartı olmasa da, mevduattaki paralarını banka kartlarından harcamaları için gerekli çalışmalar yapılabilir. "Modern hayat" için imrendirmek, belki de bankacılık kurumlarının güvenilir olduğunu anlatarak başlatılabilir. Kendi ülkelerinde sanıyorum bu konuda ciddi sıkıntılar çekmişlerdir. Özetle, Türkiye'ye şaşırtıcı şekilde kaynağı belli olmayan şekilde para girişi var. Bunun kaynağının neresi olduğu aşağı yukarı belli. Yabancılar için bazı enstrümanları yaratarak bu kaynağı kalıcı ve tanımlı hale getirebiliriz diye düşünüyorum.

ÜLKEMİZE YERLEŞEN YABANCILARIN, FİNANSAL SİSTEM YOLUYLA ELLERİNDEKİ KAYNAĞIN KAYIT ALTINA ALINMASI GEREKİYOR. BAŞTA MEVDUAT, KREDİ KARTI GİBİ ENSTRÜMANLARLA KAYIT İÇİNDEKİ YAŞAM İÇİN KOLAYLIKLAR SAĞLANMASI ÖNCELİKLE ŞART.

için sektörlerin sorunlarını çözmesi için sabır gerekiyor. Diğer taraftan bankacılık gibi konuların daha bir ciddiyetle ele alındığını görüyoruz.

Finans kesimine büyük iş düşüyor

Son on yılın büyüme motoru olan inşaat ve konut sektöründeki sert freni rakamsal olarak net şekilde takip edebiliyoruz. Fiyatlarda yükselme olsa da satışlar ciddi

automechanika

ISTANBUL

04 – 07 Nisan 2019

Türkiye'nin Lider Uluslararası
Otomotiv Endüstrisi Fuarı

Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi
İstanbul / Türkiye

www.automechanika.com.tr



messe frankfurt



Deutsche Messe



İŞ ORTAKLARI



OTOMOTİV SATIŞ SONRASI
ÜRÜN VE HİZMETLERİ DERNEĞİ



f /automechanika

t /automechanika

in Automechanika Istanbul

o /automechanikaistanbul

g+ Automechanika Istanbul

DESTEKLEYENLER



KOMPOZİT SANAYİCİLERİ DERNEĞİ
TURKISH COMPOSITES MANUFACTURERS ASSOCIATION



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



PARİTEYE BAKMADAN

MAL SATMAYALIM!

KURLARDAKİ AŞIRI DALGANMALAR, TÜRK İHRACATÇILARININ ÖNÜNÜ GÖRMESİNE ENGEL OLABİLİYOR. BU NEDENLE İHRACATÇI ÖNGÖRÜLEBİLİR BİR KUR HAREKETİNİ TİCARET İÇİN FAYDALI BULUYOR.

Döviz kurları ihracatçı için her zaman kritik öneme sahip. Kurlardaki aşırı dalgalanmalar, dünyanın dört bir yanındaki farklı dil, kültür ve en önemlisi de para birimine sahip ülkelere mal ve hizmet sağlayan Türk ihracatçılarının

önünü görmesine engel olabiliyor. Bu nedenle ihracatçı öngörülebilir bir kur hareketini ticaret için faydalı buluyor. Dış ticaretimizde yüzde 50'ler düzeyinde ağırlığa sahip Avrupa coğrafyasına, mal satan ihracatçılar için -hammaddesini dolar ile alıp nihai ürününü

euro ile sattığından- euro/dolar paritesindeki yukarı yönlü açılma olumlu, tersi durum ise olumsuz bir durum yaratıyor. İhracatımızın yüzde 90'ından fazlasını euro ve dolar ile yaptığımızdan parite diğer tüm benzer ülkeler gibi Türkiye'de de dikkatle izleniyor.

Dalgalı sularda...

Özellikle Mayıs 2013'te FED'in parasal genişleme programını bitirecekleri sinyali vermesinin ardından gelişen piyasa ülkelerinin para birimlerinde olduğu gibi Türk lirasında da aşırı değer kaybı yaşanmaya başladı. Dönem dönem sert dalgalanmalar yaşansa da kurlardaki yukarı yönlü gidiş Türk ihraç malları için bir kur avantajını gündeme getirdi.

Merkez Bankası verilerine göre Mayıs 2013-Aralık 2018 dönemi boyunca Türk lirası dolar karşısında yüzde 66 değersizleşti. Euroya karşı değer kaybı da yüzde 60'ı buldu. 2 Mayıs 2013'te 1,79-1,80 TL olan dolar kuru yüzde 194 değer kazanarak 28 Aralık 2018 itibarıyla 5.26 TL'den yılı kapattı. Aynı dönemde euro 2,36 TL'den 6,03 TL'ye çıkarak Türk lirası karşısında yüzde 155 değerlendi.

Bu dönemde euro-dolar paritesinde de yüksek dalga boyunda gelgitler yaşandı. Temmuz 2012'de 1,23 olan euro/dolar paritesi kurların sert dalgalanmaya başladığı Mayıs 2013'te 1,29'a, Mart 2014'te son beş yılın zirvesi olan 1,39'a kadar yükseldikten sonra düşüş eğilimine girdi. Mart 2015'te 1,06 ve Aralık 2016'da 1,04 ile son beş yılın en dip seviyelerine çekilen parite Mayıs 2018 itibarıyla 1,23'e

kadar yükseldi. 2018'in son ayında ise parite 1,14'leri gösteriyordu. Döviz kurlarının Türk lirası karşısında yukarı yönlü bir ivme izlediği son 5-6 yıllık dönemde paritenin ise 1,39 ve 1,04 bandında dalgalandığını görüyoruz.

İhracata yansması

Parite dalgalanması yıllar itibarıyla TİM'in açıkladığı verilere yansıyor. 2013'ten itibaren yükselen paritenin olumlu etkisi ihracata katkı sağladı. 2015 ve 2016 yıllarında parite

Piyasayı yakından takip eden on uzman ve ekonomist ile yaptığımız görüşmeler neticesinde euro- dolar paritesinin yıl boyunca ortalama 1.0785 ile 1.2160 arasında dalgalanacağı öngörülüyor.

zararı yazıldı. 2015'te 12,6 milyar dolarlık bir parite kaybı verilere yansdı. 2016'daki parite zararı 155 milyon doları buldu. 2017'de bir miktar toparlanma ile paritenin olumlu etkisi 1 milyar 498 milyon dolar oldu. Geçen yıl ise pariteden 3 milyar 624 milyon dolar katkı geldi. En nihayetinde euro-dolar paritesinin ihracat verilerine etkisi oldukça önem arz ediyor. Bu bakımdan 2019 ve 2020 yıllarında oluşacak parite ihracatçıları açısından dikkatle izlenecek.

Yeni yılda ne olur?

TİMREPORT için, piyasayı yakından takip eden on uzman ve ekonomist ile yaptığımız görüşmeler neticesinde paritenin yıl boyunca ortalama 1.0785 ile 1.2160 arasında dalgalanacağı öngörülüyor. On ayrı ekonomist içerisinde en düşük parite beklentisi 1,00 olurken en yüksek beklenti 1,25 olarak kaydedildi. Elbette jeopolitik gelişmeler, ticaret savaşları, Brexit ve ülkelerin para politikalarındaki ani değişimler bu tahminlerin

dışında seviyelerin oluşmasına neden olabilir. Bu nedenle dolardan yana ağırlık koyan ekonomistlere göre parite alt bant tahminine daha yakın seyredebilir. Özellikle geçen yıl pariteden ilave katkı gelen ihracatta bu yıl parite kaynaklı negatif gelişmeler yaşanması beklenebilir. Kilogram bazında gerileyen ihracat fiyatları da dikkate alındığında 2019'da parite ihracatçı açısından her yıl olduğundan biraz daha fazla önem arz edecek. Çünkü Türkiye İstatistik Kurumu'nun dış

PARİTE ETKİSİ*

2015	-12,6 milyar dolar
2016	-154,8 milyon dolar
2017	1,5 milyar dolar
2018	3,6 milyar dolar

(*TİM ve TÜİK verileri)

İHRACATTA PARA BİRİMLERİNİN AĞIRLIĞI*

Para Birimi	2018	2017
Euro	%49	%42,8
Dolar	%41,9	%39,58
TL	%4,52	%8,58

(*TÜİK verisi, 2018 ilk 11 ay)

ticaret endekslerine göre Ağustos 2018 itibarıyla ihracat ve ithalat değer endeksi arasındaki fark ihracat aleyhine açılıyor. İhracat birim değeri Ağustos 2018'den beri sürekli gerilerken ithalatta ise artış yaşandı. Bu gidişatı tersine çevirip kilogram bazında ihracat birim değerini artırmak için ihracatçılarımızın hem paritenin etkisini azaltacak farklı pazarlara daha çok ağırlık vermeleri hem de Türk lirası ile ticaretin ağırlığını

artırmaya önem vermeleri beklenebilir.

Euro ve doların bilek güreşi

Euro/dolar paritesine ilişkin; Atilla Yeşilada, Ali Ağaoğlu, Gizmen Nalbantlı, Yalçın Sun, Güray Nur, Vahap Taştan, Yunus Kaya (Alnus Yatırım), Ahlatçı Menkul Değerler, Evren Devrim Zelyut ve Enver Erkan (GCM Yatırım)'dan görüş aldık. Doların güçlü olacağını öngören ekonomistler paritenin alt banda

daha yakın olmasını bekliyorlar. Bu da 2018'in son beş ayında ihracatımıza olumsuz etki yapan paritedeki gerilemenin sürmesi demek. Avrasya Yatırım Stratejisti Evren Devrim Zelyut, FED'in faiz artırımlarını sürdürmesi durumunda dolar endeksinde görülecek yükseliş yüzünden euro/dolar paritesinin 1,1'lere kadar inebileceğine dikkat çekti. FED'in daha güvercin bir faiz politikası izlemesi durumunda parite 1,17 ve 1,20 seviyelerine ulaşabilir.



PROF. DR. CAN FUAT GÜRLESEL



ATILLA YEŞİLADA



ALİ AĞAOĞLU

BREXIT ÖNEM ARZ EDECEK

Birleşik Krallık'ın, Avrupa Birliği'nden (AB) nasıl ayrılacağı da pariteyi etkileyecek unsurlardan biri. Dr. Can Fuat Gürlelel, euro/dolar paritesinin 1,15 etrafında dalgalanacağı görüşünde. AB ile Britanya arasında anlaşmasız bir Brexit olması durumunda paritenin 1,10'a yaklaşabileceğini anlatan Dr. Gürlelel, anlaşmalı bir ayrılık halinde ise 1,20'ye doğru bir hareket olabileceğini öngördü. ABD Başkanı Donald Trump'ın her çıkışının doları zayıflatacağını kaydeden Dr. Gürlelel, FED 2 faiz artışı yaparsa parite 1,15'in altında kalır. Tek faiz artışı olursa parite 1,15'i aşar. yorumunu yaptı.

GÜÇLÜ BİR DOLAR GÖRECEĞİZ

ABD Merkez Bankası FED'in 2019'da üç faiz artırımını, 2020'de de faiz artırımlarını sürdürmesini beklediğini söyleyen ekonomist Atilla Yeşilada, bu nedenle paritenin 1.05'e daha yakın olacağını öngördü. FED'in bilanço daraltmayı sürdürdüğüne dikkat çekerek, bu nedenle 2018'de güçlü bir dolar gördüğümüzü belirten Yeşilada, 1,25'lik parite tahminin ise piyasanın beklentileri doğrultusunda yapıldığını söyledi. Yeşilada, Avrupa ekonomisinin 2019'da zayıf kalacağını ve ABD ekonomisindeki ivme ile FED'in politikalarının doları güçlü kılmayı sürdüreceğini ifade etti.

BİRİNCİ MAKRON BOŞLUĞU KAPANACAK!

Ekonomist Ali Ağaoğlu, euro/dolar paritesinde yönün yılın ilk dokuz ayında aşağı yönlü olacağı görüşünde. FED'in faiz artırımlarını sürdüreceğini kaydeden Ağaoğlu, "Fransa Cumhurbaşkanı Macron'un göreve geldiği, euronun dolar aleyhine güçlendiği dönemde oluşan marjın kapanacağını söyledi. Bu nedenle paritede 1.075'lik senaryonun daha yakın olduğunu belirten Ağaoğlu'nun ihracatçılara önerisi, parite 1.1750'leri gördüğünde risklerini aşağı yönlü hedge etmeleri şeklinde. Ağaoğlu, yılın ilk dokuz aylık döneminden sonra ise euronun güçleneceğini öngörüyor.

DOMOTEX TURKEY

27 - 30 Nisan 2019

Gaziantep

domotexturkey.com



Fuar Alanı:
Ortadoğu Fuar Merkezi

Online Kayıt için:
domotexturkey.com



Deutsche Messe

Halı ve Zemin Kaplamalarının Türkiye ve Orta Doğu'daki Merkezi

DOMOTEX
Turkey

Organizatör

Hannover Fairs Turkey Fuarçılık A.Ş.
Tel. +90 212 334 69 00
Fax +90 212 230 04 80
info@hf-turkey.com
www.hfturkey.com

Destekleyenler



T.C. TİCARET BAKANLIĞI



Türkiye
Gücünü ve
Potansiyelini Keşfet



Gaziantep
Ticaret Odası



Güneydoğu Anadolu
İhracatçı Birlikleri



Gaziantep Halıcular ve
Dokumacılar Odası



Ufi
Üyesi

Resmi
Havayolu



TURKISH
AIRLINES

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

BEYİN GÖÇÜ NASIL ÖNLENİR?

BİRÇOK ÜLKE, BEYİN GÖÇÜNÜ TEŞVİK ETMEK İÇİN CAZİP TEKLİFLERLE YETİŞMİŞ İNSAN KAYNAĞI TRANSFER EDERKEN, KENDİ KALİFİYE SINIFINI KAYBETMEMEK İÇİN DE GÖÇÜ ENGELLEMeye YÖNELİK POLİTİKALAR GELİŞTİRİYOR.



irketler arasında küresel rekabet birçok yönüyle kırıncı kıranı ilerliyor.

Ar-Ge, inovasyon,

pazar payı mücadelesi; iyisini, çok daha iyisini üretip, tüketiciye ulaştırmak... Bu çetin rekabetin içinde şirketlerin son yıllarda artan bir sorunu gün yüzüne çıktı: Rekabette sizi bir adım öne taşıyacak 'kalifiye eleman' açığı. Bu açığı kapatmak isteyen şirketler, ülke içindeki arz yetersizliğinden dolayı, çareyi yurt dışından beyin transfer etmekte buldu. Bu da yeni bir küresel sorunu ortaya çıkardı: Beyin göçü

paradoksu...

Birçok ülke beyin göçünü teşvik etmek için cazip tekliflerle başka ülkelerden yetişmiş insan kaynağı transfer ederken, kendi kalifiye sınıfını kaybetmemek için de göçü engellemeye yönelik politikalar



geliştiriyor. Birleşmiş Milletler'in (BM) 2017 yılında yayınladığı raporda, uluslararası göçmen nüfusunun, 2000 yılından 2017 yılına kadar yaklaşık olarak yüzde 50'lik bir artış göstererek 258 milyon kişiye ulaştığı belirtildi.

Türkiye'de durum ne?

Türkiye'de de son dönemde beyin göçü meselesi sıklıkla gündeme geliyor. Öyle ki bu konu The New York Times (NYT) gazetesine de konu olmuş ve Türkiye'den çeyrek milyon insanın göç ettiği kaleme alınmıştı. Fakat bu rakamın detaylarına baktığımızda yanlışlık göze çarpıyor. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi de bir yalanlama yayınlayarak, yanlış düzeltti. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Eylül 2018'de açıkladığı verilerde 2017'de Türkiye'den göç eden kişi sayısının yüzde 42,5'lik artışla 253 bin 640 olduğu görülüyor. Fakat yapılan açıklamada da yer verildiği gibi bunun içindeki Türklerin sayısı 113 bin 326.

Yine de toplam göç rakamlarına yansıyan 253 bin kişinin yaş grubu incelendiğinde, 25-29 yaşlarındakilerin yüzde 12,3 ile

en yüksek oranı oluşturduğu görülürken, bunu yüzde 11,6 ile 20-24, yüzde 10,8 ile 30-34 yaşlarındakiler izledi.

Göç istatistiklerinde Türkiye'ye gelenlerin uyruklarına bakıldığında Irak, Afganistan, Suriye, Azerbaycan, İran, Türkmenistan ve Özbekistan ilk sıralarda yer alıyor. Bu ülkelerden çok fazla net göç alıyoruz. Türkiye'ye yurt dışından göç eden sayısının 101 bin 772 kişi olduğu göz önüne alındığında net göç sayısının -11 bin 554 kişi olduğu görülüyor.

2017'de net göç verdiğimiz ülkeler ise şunlar: Çin 1.133; Yunanistan 1.069; İngiltere 474; ABD 40; Bulgaristan 129; Fransa 84; G. Kore 38; Hollanda 56; İtalya 246; Japonya 82; İspanya 122; Vietnam 148; Çekya 76...

2016 yılı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları açısından net göç aldığımız bir yıldır. Ama o yıl ABD özeline bakıldığında; 1.663 kişi ABD'den

ülkemize göç ederken, ABD'ye 2.953 kişi göç etti. Yani net göç 1.290 kişi olmuştu.

Kalifiye elemana ihtiyaç duyuluyor

Beyin göçünü şirketler boyutunda incelediğimizde iki temel sorun karşımıza çıkıyor: "Kalifiye elemanı bulma" ve "onu şirkette tutabilme." Kalifiye elemana duyulan ihtiyaç arttıkça, bir başka şirketteki yetişmiş insanı çekmek için cazip teklifler sunuluyor. Bu yüzden şirketinizde bir süre görev almış biri, rakip şirketten gelen bir teklifi kabul edebilir. Buna benzer durumlara karşı alınması gereken bir dizi önlem var. Gereki önlemleri alan şirketler, elindeki elemanı kaçırmazken, iş yapış sürecini de devam ettireceği için sürdürülebilir ve rekabetçi oluyor. Alınması gereken bazı önlemler ise şöyle sıralayabiliriz:





1- Kalifiye elemanı maliyet olarak görmeyin

Bütün dünya bir başka ülkedeki kalifiye elemanı kendi ülkesine çekme yarışında. Böyle bir süreçte kalifiye elemanın şirkete değil, şirketin kalifiye elemana ihtiyacı var. Kalifiye elemanı düşük ücrete çalıştırmak kısa vadeli olarak kârlı görünse de, orta vadede şirkete bağlılık oluşturmayacağı için işten ayrılmasına yol açabilir.

2- Karar alma süreçlerine dâhil edin

Kalifiye elemanların tatmini sadece parayla sağlanamaz. Bir konuda yıllarca eğitim almış ve kendini geliştirmiş bireyler

alınmadığını söylüyor. Bu nedenle bir karar alırken, o işi yapan elemanlarınızı da sürece dâhil edin.

3- İşe alım süreçlerini gözden geçirin

Bazı insan kaynakları departmanlarında izahı mümkün olmayan durumlarla karşılaşılıyor. Yeni mezun olma, erkek adaylar için askerliğini yapma, iş tecrübesi gibi şartların hepsinin bir arada olması beklenebiliyor. İş tecrübesi olmadığı için bir kişiyi işe almamak, belki de verdiğiniz en kötü karar. Teorik bilgisi çok iyi durumda olan fakat iş tecrübesi olmayan binlerce genç var. Bunları

Gerekli önlemleri alan şirketler, elindeki elemanı kaçırmazken, iş yapış sürecini de devam ettireceği için sürdürülebilir ve rekabetçi oluyor.

iyi bir kazancın yanı sıra dikkate alınmayı ister. İş yapış sürecinde de söz sahibi olmak kalifiye elemanın tatmin duygusunu gidererek, şirkete bağlılığını artırır. İş değiştiren birçok insan, önceki çalıştığı yerde fikirlerinin dikkate

istihdam ederek iş tecrübesi kazandırmanız halinde, şirkete bağlılığı çok yüksek olacaktır.

4- Proje geliştirmelerini teşvik edin

Kalifiye elemanlar ortaya bir

yenilik koyarlarsa işi ve şirketi sahiplenmeleri daha kolay olur. Bu nedenle getirecekleri projeleri desteklemekten kaçınmayın. Başarısız olması halinde de hevesini kırmak yerine, motivasyonunu kaybetmemesi için telkinde bulunun. Projenin başarılı olması durumunda, belki de dünya ticaretinde farklı bir noktaya gelebilirsiniz. Projenin sahibi de şirketinizin ayrılmaz parçası haline gelir.

5- İş ortaklarınızın uygulamalarını takip edin

Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında birçok şirketle iş ortaklığınız var. Kalifiye elemanın gitme riski sadece size özgü değil, o ortaklarınızın da riski. O nedenle iş ortaklarınızın bunun önüne geçmek için ne gibi çözümler geliştirdiğini öğrenin, kendi çözümlerinizi karşılaştırıp, durumu daha da iyi hale getirin.

6- Pişman olup döneni kaçırmayın

Bir başka ülkede yaşamak insanlara cazip gelse de bir süre sonra pişman olarak dönmeleri yüksek ihtimal. Bu durumdaki insanları cezalandırma yoluna gitmeyip, şirketinizin bünyesine katın. Bu insanlar yüksek ihtimalle yurt dışı deneyimini yaşadıkları için tekrar gitmeyi istemeyeceklerdir.

7- Üniversitelerle iş birlikleri yapın

Kaliteli iş gücüne sahip insanlar kendilerini daha öğrenciliklerinde belli ederler. Bu yüzden üniversitelerle iş birliği yaparak bu kişileri belirleyin ve şirketinize çekin.

HANNOVER MESSE

SANAYİ LİDERLERİNİN MERKEZİ

1 – 5 Nisan 2019

Hannover • Almanya

hannovermesse.com #HM19

 İsveç
Sverige
PARTNER ÜLKE 2019



Deutsche Messe


HANNOVER
MESSE

TÜRKİYE TANITIM GRUBU'NDA HEDEF DÜNYA ÇAPINDA 360 DERECE İLETİŞİM

TTG, 2019 TANITIM İCRA PLANLAMASINI YAPTI, ÇALIŞMALARINA BAŞLADI. BU SENENİN HEDEFLEMESİ, SEKTÖREL PROJELERİNİN YANI SIRA KÜRESEL ÇAPTA REKLAM VE İLETİŞİM FAALİYETLERİNİN DE GERÇEKLEŞTİRİLMESİ YÖNÜNDE.



Bu yıl ihraç ürünlerimizi ve sektörlerimizi tanıtmaya öncelik veren Türkiye Tanıtım Grubu (TTG), küresel ölçekte tanıtım projeleriyle sektörleri desteklemeye devam ediyor. Bu seneki icra planında ihracatçı birlikleri tarafından iletilen sektörel projelerinin yanı sıra küresel çapta reklam ve iletişim faaliyetleri de yer alıyor. 29 Nisan-7 Ekim 2019 tarihleri arasında Pekin'de "Yeşil Yaşa, Daha İyi

Yaşa" teması ile düzenlenecek olan EXPO 2019 Pekin etkinliklerinde Türkiye'nin sanayi ve ihraç ürünlerinin tanıtılması amacıyla reklam, tanıtım ve iletişim faaliyetlerinde bulunulması planlanıyor.

Ocak ayında gerçekleşen TTTG Danışma Kurulu'nda onaylanan 2019 icra planı ve bütçesiyle, ihraç ürünleri ve sektörlerin tanıtımına, 2018'e göre yaklaşık üç kat bütçe ayrıldı. TTTG tarafından 2018 yılında yaptırılan "Türk İhraç Ürünleri Algı

ve İtibar Araştırması" sonuçları doğrultusunda mesajları kurgulanacak küresel iletişim kampanyasıyla, ülkemizin önde gelen sektörlerinin tanıtımının yapılması; global üretimlerde Türk ürünlerinin yerleştirilerek tanıtılması amaçlanıyor.

TTG Danışma Kurulu Ankara'da toplandı

TİM Sektörler Konseyi başkan ve üyeleri ile Ticaret Bakanlığının ilgili Genel Müdürleri, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürü ve TTTG'nin faaliyet konuları ile ilgili uzman üyelerin katılımıyla 4 Ocak'ta Ankara Marriot Otel'de gerçekleşti.

Sektörlerle koordinasyon çalışmaları için sektör temsilcileri yanı sıra sektörleri temsilen Birlik Başkan ve Başkan yardımcıları da "TTG Çalışma Grubu"na katıldı. Sektör tanıtım setleri oluşturulması ve kurumsal kimlik çalışmaları kapsamında TTTG Çalışma Grubu'yla koordineli olarak çalışılması planlanıyor.

MİLLİ KATILIM FUARLARINDAKİ 2019 FAALİYETLERİ

- Türkiye markası stantlarının sektörlerimizi tanıtıcı deneyim alanları olarak tasarlanması
- Türkiye markası stantlarının kurumsal kimliğe uyumlu tasarlanması
- Stant içinde gösterilecek ve dağıtılacak tanıtım materyallerinin üretimi
- Fuar alanlarında etkin iletişim çalışmaları organize edilmesi
- Türkiye markası logolu promosyon malzemelerinin üretimi
- Organizatörleri bilgilendirici ve destekleyici faaliyetler

TTG 2019 YILI İCRA PLANI

1- İhracatçı Birlikleri Tarafından İletilen Sektörel Tanıtım Projeleri

İhracatçı Birlikleri tarafından hazırlanan kapsamlı ve uzun dönemli sektörel tanıtım projeleri kapsamındaki faaliyetlerin ve anılan stratejilerin belirlenmesinde kullanılacak ihtiyaç analizi çalışmalarının desteklenmesi

2- Reklam ve İletişim Faaliyetleri

Türkiye markasının, ülkemiz sanayi ve ihraç ürünlerinin tanıtım faaliyetleri çerçevesinde hedef ve öncelikli ülkelerde TV kanalı, gazete, dergi, online mecra, havalimanı reklam kampanyaları, dijital PR içerecek tanıtım faaliyetleri yapılması ve önemli merkezlerde (havalimanı, AVM, zincir mağazalar ve yoğun olarak ziyaret edilen noktalar, etkinlik alanları vb.) deneyim alanları kurulması; broşür, katalog, film ve benzeri tanıtım malzemelerinin üretilmesi

3- Global Yayınlarda Sektörümüzün Pozitif Algısının Desteklenmesi Projesi

TTG tarafından 2018 yılında yaptırılan Türk ihraç ürünleri algı ve itibar araştırma sonuçları doğrultusunda mesajları kurgulanacak program serisi ile dünya çapında TV kanallarıyla işbirliği yapılarak ülkemizin önde gelen sektörlerinin tanıtımının yapılması; global prodüksiyonlarda Türk ürünlerinin kullanılması

4- Hedef ve Öncelikli Ülkelerdeki İletişim Çalışmaları

Başta Çin, Rusya, Hindistan ve Meksika olmak üzere hedef ve öncelikli ülkelerde ihracatın geliştirilmesi ve Türk mali imajının güçlendirilmesi amacıyla reklam ve iletişim çalışmaları yürütülmesi

- AVM'lerde ve Zincir Mağazalarda Türk Ürünlerinin Tanıtımına ilişkin stantlar oluşturulması
- Dijital PR ve Reklam İçerecek Tanıtım faaliyetleri yapılması
- Hedef ve Öncelikli Ülkelerde düzenlenen ve ülkemizden milli katılım sağlanan uluslararası nitelikteki fuarlarda Türkiye Standı kurulması ve güçlü tanıtım faaliyetlerinde bulunulması (Çin Uluslararası İthalat Fuarı, Rusya

Innoprom Fuarı vb.)

- Havayolu ve önemli iş dergilerinde reklam faaliyetlerinde bulunulması
- Sosyal medyada takip edilen kişilerle mal ihracatımızın tanıtımı için ortak tanıtım projeleri geliştirilmesi
- Yerel dillerde sektörel tanıtım broşürü, video ve ilanlar hazırlanması

5- EXPO 2019 Pekin Etkinlikleri

29 Nisan-7 Ekim 2019 tarihleri arasında Pekin'de "Yeşil Yaşa, Daha İyi Yaşa" teması ile düzenlenecek olan EXPO 2019 Pekin etkinliklerinde ülkemiz, ülkemiz sanayi ve ihraç ürünlerinin temsili ve tanıtılması amacıyla reklam, tanıtım ve iletişim faaliyetlerinde bulunulması

6- Türk Ticaret Merkezleri PR Projesi

Türk Ticaret Merkezleri'nde basın buluşmaları, heyet ağırlama gibi network geliştirici etkinlikler ve tanıtım faaliyetlerinin yapılması

7- Türk İhraç Ürünleri Portalı

Türk İhraç Ürünleri Portalı'nın tüm ihraç ürünlerimizin ve ihracatçılarımızın 1. Fazda listesine 2. Fazda ise öncelikli sektörler ürünlerine ulaşılabilir bir yapıda kurgulanması ve dijital pazarlama araçları desteği ile sektörlerimizin dijital görünürlüğünün artırılması; portalın sektörlerimizin tüm iletişim çalışmalarında ve sektör fuarlarında adres olarak gösterilmesi

8- Türkiye Markasının Yönetimi

Türkiye Markası sloganının revizyonu; Türkiye Markası ve Türkiye Markası ile uyumlu sektör logolarının tüm iletişim çalışmalarında kurumsal kimlik kılavuzu çerçevesinde uygulama ve denetim faaliyetlerinin yürütülmesi

9-Türkiye Markası Stantları

Türkiye Markası Stantlarının etkinliğinin artırılmasına yönelik çalışmalara katkı sağlanması ve koordinasyon faaliyetlerinin yürütülmesi, Türkiye Markası stantlarının kurumsal kimliğe uyumlu tasarlanması ve uyarlanmasına yönelik denetim çalışmaları, stant

içinde gösterilecek ve dağıtılacak tanıtım materyallerinin üretimi, fuar alanlarında etkin iletişim çalışmaları organize edilmesi, Türkiye Markası logolu promosyon malzemelerinin üretimi ve organizatörleri bilgilendirici ve destekleyici faaliyetlerin yürütülmesi

10-Sektörel Tanıtım Setleri Oluşturulması

Başta fuarlar, basın etkinlikleri ve diğer iletişim faaliyetlerinde kullanılmak üzere tanıtıcı görsel setler, mikro site, katalog ve broşürler oluşturulması ile film, infografik, animasyon gibi yapım ve içerik oluşturma çalışmalarının organize edilmesi ile bu çalışmaların yerel dillere çevirilerinin yapılması

11- Marka Elçileri ve Basın Mensupları ile İşbirliği Projeleri

Hedef ve öncelikli ülkelerde yüksek etki gücüne sahip sosyal medya fenomenleri ile çeşitli projeler geliştirerek Türk mali imajının güçlendirilmesi amacıyla iletişim çalışmaları yürütülmesi; hedef ve öncelikli ülkelerde tanınan gazeteci, editör ve diğer basın mensuplarının ülkemiz, ülkemiz sanayi ve ihraç ürünlerinin tanıtılması amacıyla basın bültenleri, röportajlar, basın toplantıları, basın gezileri aracılığı ile ülkemizde ağırlanması, haber yapma çalışmalarının organize edilmesi ve bu çalışmaları destekleyici içeriklerin üretilmesi

12- Etkinlik ve Global Sponsorluk Çalışmaları

Başta hedef ve öncelikli ülkelerde olmak üzere ülkemiz, ülkemiz sanayi ve ihraç ürünlerinin tanıtılması amacıyla algı hedeflerimizi destekleyici uluslararası etkinliklerde yer alınması ve sponsorluk anlaşmaları yapılması

13- Ticaret Müşavirlikleri ve Ataşelikleri ile Ortak Çalışma Projelerinin Geliştirilmesi

Türkiye Markası yönetimi kapsamında sektörel tanıtıma yönelik Ticaret Müşavirlikleri ve Ataşelikleri ile iş birliği projeleri geliştirilmesi; anılan temsilciliklere tanıtım ve promosyon malzemeleri temini



TİM "İHRACATTA SIFIR ATIK SEFERBERLİĞİ" BAŞLATIYOR

TİM bünyesinde faaliyet gösteren TİM Kadın Konseyi, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı koordinasyonunda Emine Erdoğan'ın himayesinde yürütülen "Sıfır Atık Projesi"nin ardından TİM Başkanı İsmail Gülle liderliğinde, "İhracatta Sıfır Atık Seferberliği" adıyla yeni bir proje başlattı.

Bu karar çerçevesinde 2019 yılında hayata geçirilecek "İhracatta Sıfır Atık Seferberliği" projesi, Türkiye Ekonomisine sağlayacağı katma değer yanı sıra, Türk ihracat ürünlerinin küresel algısına da önemli bir katkı sağlayacak. Yıl boyu çeşitli etkinliklerle kamuoyuyla paylaşılacak projeyi değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle, "Bu

proje Türkiye'yi küresel ligde en üst sıralara taşıyacak bir çalışma olacak. Projeyi kadınlarımızın üstlenmiş olması başarılı olacağına işaret ediyor. Hedefimiz her sektör için ayrı bir çalışma yapmak ve çıktılarının katma değerli üretim için yeniden kullanılmasını. Bunun için sertifikasyon süreci başlatacağız" diye konuştu.

İHRACAT SEFERBERLİĞİ İÇİN YENİ PROTOKOL

Türkiye'de büyümenin en önemli itici gücünü oluşturan ihracata verilen destekler artmaya devam ediyor. İhracatçı firmaların finansman ihtiyacını karşılamak için iş birliği arayışlarını yoğunlaştıran TİM, son olarak TEB ile imzaladığı protokolle ihracatçıya yeni bir olanak sağladı. Protokol kapsamında sadece ihracatçı firmalara, uygun koşullarda kredi fırsatlarının yanı sıra pek çok alanda ücretsiz danışmanlık



hizmetleri de verilecek. Yapılan protokol ile bir yıla kadar vadeli ihracat döviz kredilerinde özel faiz avantajları sunulacak. TİM Başkanı İsmail Gülle,

ihracatçıların önünü açmak için çalıştıklarını belirterek, "Kredi kanallarımız ne kadar açık olursa ihracatımız da o denli güçlü olur" dedi.

MOBİLYA FUARI BÜYÜK İLGİ GÖRDÜ

C NR Holding kuruluşlarından İstanbul Fuarçılık ve Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) iş birliği ile düzenlenen CNR İMOB, CNR Expo Yeşilköy'de 15'inci kez kapılarını açtı. Binin üzerinde firmanın katıldığı fuara gösterilen yoğun ilgiden dolayı fuar alanı 150 bin metrekareye çıkarıldı. Ayrıca fuar Türkiye'nin en kapsamlı Alım Heyetleri organizasyonuna ev sahipliği yapıyor. Alım Heyetleri B2B Eşleştirme Programı'na, yüksek alım gücüne sahip 550'den fazla yabancı firma temsilcisi katıldı.

Dünyanın en büyük mobilya fuarı

Fuarın açılışında konuşan CNR Holding İcra Kurulu Başkanı Ali Bulut, bugüne kadar dünyanın en büyük mobilya fuarının İtalya'da yapıldığına dair yanlış bir algı oluştuğunu işaret ederek, "Fuarın genel hacmi hesaplandığında bu doğru bir algı olarak düşünebilir. Fakat salt mobilya fuarı olarak ele alındığında, gerek metrekare, gerek katılımcı ve gerekse

ziyaretçi açısından dünyanın en büyük ev mobilyaları fuarı unvanı Uluslararası CNR İMOB Mobilya Fuarı'na ait" şeklinde konuştu.

Katma değerli ürün ihracatı gerçekleştiriyoruz

Mobilya sektöründeki KDV oranları hakkında açıklamalarda bulunan TİM Başkanı İsmail Gülle, "Bu fuarın mobilya sektörümüze hayırlı olmasını diliyorum. Mobilya sektörünü KDV konusunda sonuna kadar destekliyoruz. İhracatımızı Cumhurbaşkanımızın söylediği rakamlara çıkarmayı hedefliyoruz. Bu kadar yatırım, bu kadar güç bu ihracatın karşılığı değil. Katma değerli ürün ihracatı gerçekleştiriyoruz. Libya'da mobilya sektörünün başarısıyla ciddi bir ihracat artışı sağladık. TİM olarak ilk defa 2019 yılı ihracat yol haritası açıkladık. İhraç ettiğimiz ürünlerimizin pazarlardaki payını, cirolarını açıkladık. Ürün ürün tespit ettik ve teker teker bütün ülkeleri analiz edeceğiz. Hedeflediğimiz ülkelere de giderek bu rakamları gerçekleştireceğiz"



İSTANBUL VALİSİ'NDEN TİM'E ZİYARET



TİM Başkanı İsmail Gülle'ye nezaket ziyaretinde bulunan İstanbul Valisi Ali Yerlikaya, başarı dileklerini ilettili. Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen ziyarette, Başkan Gülle'ye Türk ihracat ailesinin Türkiye ekonomisine verdiği büyük katkı ile ilgili takdirlere ileten Vali Yerlikaya, "İhracatçılarımızın Türk ekonomisine ve Türk insanının refahına yaptığı olağanüstü katkı her türlü takdire şayandır. İstanbul Valiliği olarak ihracatımızın artırılması için ihtiyaç duyduğu her alanda TİM'in yanındayız" diye konuştu. TİM Başkanı İsmail Gülle ise ziyaretten büyük bir memnuniyet duyduğunu belirterek, "Valimizin Türkiye ihracat ailesinin genel merkezini ziyaretleri bizi ziyadesiyle sevindirdi. Valimizin ihracat camiasına yakın ilgisini biliyoruz. Bu ilgi, alaka ve desteğin her zaman yanımızda olacağına inanıyorum" dedi.

MİLLÎ İNSANSIZ DENİZ ARACI EYLÜL'DE TAMAMLANACAK



MERSİN TİM-TEB GİRİŞİM EVLERİ'NİN DESTEKLEDİĞİ FİRMALARDAN OES DENİZCİLİK SİSTEMLERİ, TÜRKİYE'NİN İLK MİLLÎ İNSANSIZ DENİZ ARACI İÇİN ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR. PROJE EYLÜL SONUNDA TAMAMLANACAK.

Türkiye'nin katma değeri yüksek ürün ihracatını artırmak amacıyla TİM ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) tarafından hayata geçirilen TİM-TEB Girişim Evleri, girişimci firmalara desteğini sürdürüyor. Mersin TİM-TEB Girişim Evi firmalarından OES Denizcilik Sistemleri, denizcilik sektöründe, seyir, haberleşme, elektronik ve radar sistem

çözümleri geliştiriyor. İnsansız deniz aracının üretilmesi için çalışmalar sürdüren şirket, tamamen yerli ürünlerden üretilecek aracı yakında tamamlamayı planlıyor. OES Denizcilik Genel Müdürü İlker Tunur, "Şirketimizin misyonu, bu tür teknolojileri Türkiye'nin ihtiyaçlarına entegre ederek son teknolojilere dayalı yenilikçi ürünler geliştirmek ve ülkenin endüstri-

yel kalkınması için mühendislik çözümleri sağlamak. Bu doğrultuda Ar-Ge sürecini tamamlayarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'ndan TÜR (Teknolojik Ürün) Belgesi aldığımız 'Otopilot ve Uydu Pusulası' ile 'Dinamik Konumlandırma' projelerimiz mevcut. İnsansız deniz aracı TÜBİTAK projemizin ise birçok özelliği hazır fakat üzerinde çalışmalar devam ediyor. Proje Eylül 2019 sonunda tamamlanacak" diyor.

Mersin TİM-TEB Girişim Evi'ndeki eğitimler ve mentorluklar sayesinde başvuruda bulduklarını aktaran Tunur, "Başvuru süreci ve sonrasında TİM-TEB Girişim Evi'nde bize gösterilen ilgi ve destek sayesinde başarıya ulaşma hızımız arttı. Projelerimizin Ar-Ge sürecinde ve biten projelerimizin üretim aşamasına geçerken, her yeni adımı nasıl ve ne zaman atmamız gerektiği, hangi konuda nereye başvurmamız gerektiği gibi konularda mentorlarımızın bilgi ve tecrübelerini paylaşması sayesinde, sorunların üstesinden gelmek kolaylaştı" diyor.

OTOPİLOT VE DİNAMİK KONUMLANDIRMA

Geliştirilen 'Otopilot' projesi, geminin dümenini istenilen rotada otomatik tutan ve rotadan sapan gemiyi otomatik geri getirecek kumandaları içeren bir sistem. Otopilot, bir sonraki dümen açısını modelleyip hareketi önceden sisteme ileterek, etkin manevra kabiliyeti sağlıyor. Gemiyi itici pervaneler ve dümen sistemlerini kullanarak, harita üzerinde

verilen bir noktaya yönlendiren ve orada sabit kalmasını sağlayan 'Dinamik Konumlandırma Sistemi' ise koordinatlar, akıntı bilgileri, meyil ve yön bilgileri gibi kaynaklardan aldığı çevresel faktör bilgilerini hesaba katarak, geminin ana makinelerini istenilen noktada sabit tutmaya yarayacak manevrayı yaptırabiliyor.

İHRACAT YEŞİL SAHALARA İNDİ, FUTBOLSEVERLERLE BULUŞTU



İHRACATIN MERKEZ ÜSSÜ TİM, İHRACATI FUTBOLSEVERLERLE BULUŞTURMAK AMACIYLA TÜRKİYE FUTBOL FEDERASYONU İLE İŞ BİRLİĞİNE GİTTİ. TÜRKİYE SÜPER LİG TAKIMLARI 19'UNCU HAFTA MAÇLARINA "TÜRKİYE İHRACATLA YÜKSELECEK" PANKARTIYLA ÇIKTI.

7'den 70'e toplumun her kesimine ihracatı tanıtmayı şiar edinen ihracatın merkez üssü TİM, Türkiye Futbol Federasyonu ile iş birliğine giderek futbolseverlere ulaşmak için yeni bir projeye yeşil sahalara indi. Yapılan iş birliği kapsamında, Spor Toto Süper Lig Lefter Küçükandonyadis Sezonu 19'uncu hafta müsabakalarına ev sahibi takımların tamamı, "Türkiye İhracatla Yüksелеcek" ibareli pankartla çıktı. TİM Başkanı İsmail Gülle, Türkiye Futbol Federasyonu Başkanı Yıldırım Demirören'e teşekkür ederek "Demirören'in, ihracat sektörüne yönelik duyarlılığı artırmak için

başlattığımız kampanyaya verdiği destek çok önemli. İhracat kültürünü toplumun her kesimine ulaştırmak için böyle bir kampanya başlattık. Ülkemizde milyonlarca vatandaşımız futbolu yakından takip ediyor. Bu yüksek potansiyel, spora olan ilgi ve sevgi, Türkiye'de sporun gelişimi; ihracat açısından son derece cesaret vericidir" dedi.

Girişimcilik ruhu, ihracatı bir adım daha öteye taşıyacaktı

İhracatta geçtiğimiz yılı rekorlarla kapattıklarını hatırlatan Gülle, şunları söyledi: "Biz TİM olarak ihracatın Türk insanının refahının anahtarı olduğuna inanıyoruz. Artık hedefi-

miz ihracatta rekorlar kırmanın da ötesinde dış ticaret fazlası veren Türkiye'dir. Bu anlamda, 'Türkiye İhracatla Yüksелеcek' diyor ve bunun için var gücümüzle çalışıyoruz." Türkiye'de gerek mal gerekse hizmet üreten bütün kesimleri ihracatçı yapmak için çalıştıklarını söyleyen Gülle, "İnanıyorum ki, futbola ve futbol takımlarına gönül veren taraftarlarımız aracılığıyla ihracat farkındalığını toplumun tüm kesimlerine ulaştırarak önemli bir potansiyel yaratmış olacağız. Toplumumuzun sahip olduğu enerji ve girişimcilik ruhu, ihracatı bir adım daha öteye taşıyacaktı" değerlendirmesinde bulundu.

OYUN YAZILIMI İHRACATTA 1 MİLYAR DOLARI AŞTI

Mount & Blade II
BANNERLORD

DİJİTAL OYUN PAZARINDA TÜRKİYE SON YILLARDA ADINDAN SIKÇA SÖZ
ETTİRİYOR. BİRÇOK AVRUPA ÜLKESİNDEN ÖNDE OLAN ÜLKEMİZ, 2018
YILINDA İHRACAT REKORU KIRDI.



Türkiye son yıllarda, oyun geliştirme konusunda büyük bir ilerleme kat etti. Ülkemiz çıkışlı oyunlar, uluslararası başarılar imza attı ve dünyada en çok oynananlar listelerine girdi. Geçen yılın ihracat rakamlarında ise 1 milyar doları geçerek, büyük bir rekora imza attı. Yerli oyun sektörünü Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği (TOGED) Başkanı Ali Erkin TİMREPORT'a anlattı.

Oyun sektörü açısından 2018 nasıl bir yıl oldu?

Türk oyun sektörü son iki yıldır büyük bir yükseliş içinde. Özellikle PC ve mobil platformlarında oldukça kaliteli yapımlar çıkarıyoruz. Bu da geliştiricilerimizin bilgi ve tecrübe konusunda ne kadar ilerlediğini gösteriyor. Yıldan yıla ihracatımız artıyor; 2017'de 700 milyon dolar olan ihracatımız, 2018'de 1 milyar doları geçti. Son iki senede oyun

ihracatımızı iki katından fazla arttırmış olsak da biz bunu yeterli görmüyoruz. 140 milyar doları geçen küresel büyüklük içinde Türkiye'nin potansiyelinin çok daha büyük olduğunu düşünüyoruz.

Yerli oyun ekosistemini geliştirmek için nasıl çalışmalar planlanıyor?

Sektör olarak en büyük ihtiyacımız yetmiş iş gücü. Tasarım, görsel

sanatlar, animasyon, programlama gibi çeşitli alanlarda, her tecrübeden insana ihtiyaç duyuyoruz. Bu yüzden Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği (TOGED) olarak bizim çeşitli eğitim kurumlarıyla işbirliği içinde düzenlediğimiz "Dijital Oyun Geliştirme Sertifika Programları" en çok önem verdiğimiz çalışmalardan biri. Amacımız, sektörde çalışmak için kısmen hazır olan kişileri kısa bir eğitim ile yetiştirip, sonrasında firmalarda işe alabilmek. Eğitim sonunda katılımcılar gruplar halinde oyunlar geliştiriyorlar ve başarılı olanlara firmalarımız iş teklif edebiliyor.

Dernek olarak sektör firmalarını temsil ettiğimiz için, onların görüş ve isteklerini çeşitli devlet kurumları ve ilgililer nezdinde dile getirmek de bize düşüyor. Oyun ve yazılım alanında yapılacak düzenlemelerde görüşlerimizi sunmak ve sektöre sağlanan desteklerin daha da gelişmesini sağlamak önemli görevlerimizden.

Sektöre verilen destekler neler? Kimler faydalanabiliyor?

Farklı kurumların verdiği destekler var. Ticaret Bakanlığı, TÜBİTAK, KOSGEB, Teknokentler, Kalkınma Ajansları bunlardan bazıları. Desteklerden hem bireysel geliştiriciler, hem de şirketler yararlanabiliyor. Desteklerin kapsamı ve niteliği de oldukça geniş. Proje bazlı geri ödeme desteklerinden, yurt dışında ofis açma veya şirkette uzman personel istihdamına kadar geniş bir yelpaze mevcut. Genelde bu tür programlarda bir kurumdan destek alan kuruluşlar, başka destek programlarından faydalanamaz. Bizdeki modelin bir başka güzel yanı da bazı başlıklarda aynı anda birden



▲ ALİ ERKİN
TOGED Başkanı

fazla destek programına başvurup, bunlardan yararlanma imkânı vermesi. Mesela bir oyun yazılımı geliştirirken hem geliştirme süreçleri için, hem de tanıtım faaliyetleri için desteklerden faydalanmak mümkün.

Sizin ihracatınız Türkiye için ne ifade ediyor?

Tamamıyla dijital olduğu için, ihracatı da fiziksel ürünlere göre çok farklı. Bizi sınırlayan engeller yok. Oyun geliştirirken hammadde-niz teknik bilgi ve hayal gücünden ibaret. Bu sayede dışarıdan bir şey almadan, kendi öz kaynaklarımızla ortaya bir ürün çıkarıp bunu belli başlı ülkelere değil, tüm dünyaya satabiliyoruz. Mesela petrol fiyatının yükselmesi bizim operasyon giderlerimizi artırmıyor. Diğer yandan ürünlerimizi de kendimiz dijital kanallardan pazarladığımız için satış konusunda da önümüze engel yok. Nakliye, sertifika, garanti, sigorta gibi engellerle boğuşmuyoruz. Bu yüzden bir lise öğrencisi bile geliştirdiği oyununu ihraç edebiliyor. Üstelik çalışan eleman başına gerçekleşen ihracata bakınca asıl katma değer ortaya çıkıyor.

Firmanız TaleWorlds'un ihracatı ne kadar?

TaleWorlds Entertainment'ın 2008 yılında piyasaya çıkardığı Mount Blade serisi, bugüne kadar 8 milyon kopyadan fazla sattı ve bunun yüzde 95'lik kısmı da yurt dışına oldu. Başta Avrupa ülkeleri ve ABD olmak üzere 200'den fazla ülkede satıldı. Sanatçı ve mühendislerden oluşan 80 kişilik ekibimiz hâlihazırda serinin yeni oyunu Mount&Blade II: Bannerlord üzerinde çalışıyor. Bannerlord ile birlikte seriyi bir sonraki seviyeye çıkarıp oyunculara çok daha güçlü bir oyun deneyimi yaşatmayı hedefliyoruz.

DİJİTAL OYUN SEKTÖRÜ REKOR KIRIYOR

Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği'nin (TOGED) öncülüğünde ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan ile TİM Başkanı İsmail Güllü'nün katılımlarıyla gerçekleştirilen 2018 Oyun Yazılımı İhracat Rakamı Toplantısı'nda Türk oyun sektörünün performansı değerlendirildi. Ticaret Bakanı Pekcan, yerli oyun geliştiricilerin 2018 yılında 1 milyar 50 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleştirdiğini açıkladı. TİM Başkanı İsmail Güllü de, "Yazılım kendisinden çok şey beklediğimiz ve 2023 vizyonu içinde büyük hedefler koyduğumuz bir sektör" diye konuştu.



MODA TASARIMCISI ÖZLEM SÜER: “ENERJİNİZİ DOĞRU YANSITIN”

KİŞİNİN ENERJİSİNİ DOĞRU YANSITABİLMESİ NASIL MÜMKÜN? AKSESUAR NE KADAR ÖNEM ARZ EDİYOR? ÜNLÜ MODACI ÖZLEM SÜER'DEN İŞ DÜNYASINA TAVSİYELER...

Düsseldorf, Tokyo, Londra, Milano, Moskova ve Paris gibi dünyanın moda merkezlerinde yaptığı kırkı aşkın performansla ve modanın endüstriyel kimliğinin dışında sanata yakın duruşuyla, dünyada da anılan bir tasarımcı olan Özlem Süer ile iş dünyası nasıl

giyinmeli, nelere dikkat etmeli diye konuştuk.

İş insanları nasıl giyinmeli?

İlk olarak vücutlarını iyi tanımalılar. Ardından stil matematiğini kesinlikle konfor ilkesini göz önünde bulundurarak uygulamalıdır. Çalışma esnasında konfor kişinin söylemleri kadar

etkili bir konu ve konsantrasyonu doğrudan etkiliyor. Kadınlar için tek parça midi bir elbise mutlaka gardıroplarında bulunması gereken bir parça. “Saks mavi” çok etkili bir renk... Yine ekru ve pudra tonları kararlı duruşu irdeliyor. Beyaz ipek bir gömlekle eşleştirilebilecek her renk pantolon, çok basit ve hızlı bir karar olabilir. Tüm kıyafet seçimle-



▶ Beyaz ipek bir gömlekle eşleştirilebilecek her renk pantolon, çok basit ve hızlı bir karar olabilir.

◀ Erkekler için pamuk bazlı ürünler olmazsa olmaz. İyi kesim, fit bir duruşu olan ceketler, mevsime göre seçilmiş kumaşlar, her zaman destekleyici nitelikler.

rinin yanında aksesuar uyumu da büyük önem taşıyor. Küpe, kolye ve oje uyumu görseldeki bütünlüğü çok olumlu destekliyor. Erkekler için pamuk bazlı ürünler olmazsa olmaz. İyi kesim, fit bir duruşu olan ceketler, mevsime göre seçilmiş kumaşlar, her zaman destekleyici nitelikler. Çizgi, ekose ve renk oyunları da günü daha keyifli hale getirebilir.

Ofis hayatı gardıroplarında, müşterilerimize ve danışanlarımıza renk grupları öneriyoruz. Kışın gri, lacivert, siyah... Yaz için vizon, bej tonları gibi ana renk grupları... Örneğin kadın ve erkekte, ekoseler, şal desenleri, çizgi gibi formel giysilere eşlik edebilecek desenlerden, sezonun yeni renk anlayışını uyarlıyoruz. Her sezon fular, kravat, mendil gibi aksesuarlarla birlikte gömlek, bluz, tek parça ipekli elbise kombinasyonlarını yeniliyoruz. Üst düzey pozisyonlarda sokak trendlerinin çok takipçisi vurgular yerine, modanın klasikleşmiş yüzünde duran etkileri her zaman önermekteyiz. Bir reklam ajansı CEO'su ile bir finans CFO'su arasında, işin yaratıcılığı gereği tasarım ve seçim farklılıkları oluşur. Renkli bir çorap, dozunu iyi ayarlamak kaydıyla esprili bir çanta konumlandırılabilir. Çoklu desen kombinasyonlarının olduğu bir dönemdeyiz. Maksimal akım çizgiyle ekoseyi, jakarlı desenle ipekli yüzeyleri bir arada kullanabilir bir vizyon çizmekte. Renk değerlerinde doğru bir kombinle yeni jenerasyon yöneticilerde bu seçkileri önermeyi seviyoruz.

Kişisel tarz yaratmanın püf noktaları nedir?

Kişinin enerjisini doğru yansıtabilmesi, bu enerjiyi yükseltecek ve

ortaya çıkarabilecek seçimler yapmak çok önemli. Rahatlık mutlaka üzerine düşünülmesi gereken bir konu tüm giyim kodlamalarında. Kurumsal duruş, iş hayatı, kişinin mottoları ve bunları nasıl aktardığı ile ilgili. Tüm bu kişiselleştirmelerde, renk geçişleri ve aksesuar bütünlüğü önemli kurallardan.

Avrupalı iş insanlarının gardırobu ile bizim iş insanlarımız arasında farklılıklar nelerdir?

Özellikle plaza hayatı dünyanın hemen her yerinde benzer giyim kodlarına sahip. Ancak Avrupa'nın buradaki farklı renk seçimleri olabilir. Özellikle aksesuarlarda canlı ve cesur renkler tercih ediliyor. Örneğin siyah bir elbiseyi turuncu maxi bir trençkotla tamamlıyorlar. Ya da takılarında daha keskin seçimler yapabiliyorlar.



▲ Kadınlar için tek parça midi bir elbise mutlaka gardıroplarında bulunması gereken bir parça.



▲ **ÖZLEM SÜER**
Tasarımcı

Burada tabii ki sosyolojik ve antropolojik durumları göz ardı etmemek gerek. Özellikle Nordik ülkelerinde rengarenk çoraplar, dev altın küpeler görebiliyoruz. İtalya'da pantolon gömlek ile çok büyük yeşil bir "faux fur" (yapay kürk) kullanabiliyorlar.

2019 yılında moda dünyasını nasıl bir dönüşüm bekliyor?

Dijital ve hafiflik... "Edgy" ve maskülenlik. Güç artık çok önemli bir konu. İyi ve güçlü olma halini hissetmek ve yansıtmak, değişim ve dönüşüm ilkelerini seçilen ürünlerle irdelemek bireyleri yakından ilgilendiriyor artık. Minimalizm yine üzerinde durulan bir gerçek. Burada da az ürünle çok etkili "look"lar elde etmek önem taşıyor. Artık moda birçok alandan ayrılmaz hale geldi. Makyaj, aksesuar, fotoğraf, yeme-içme hepsi bir bütün olarak sunuluyor.



ROMA'DA YAPMANIZ GEREKEN

UĞRUNA NİCE ŞİİRLERİN KALEME ALINDIĞI, FİMLERİN ÇEKİLDİĞİ ROMA; NE ANLATMAKLA BİTER, NE DE KISA BİR TATİLLE. EFSANESİ BOL BU ŞEHİR O KADAR ÇOK ŞEY VAAT EDİYOR Kİ, ARALARINDAN ÖNE ÇIKAN 10 BAŞLIĞI SİZLER İÇİN DERLEDİK.

10 ŞEY

Roma hakkında söylenmesi en kolay şey şu: Mutlaka ziyaret edin! Binlerce yıllık tarihi ile tüm dünyaya nam salmış, her yıl yüzlerce turisti bir mıknatıs misali çeken, her caddesi, sokağı buram buram tarih kokan ölümsüz bir şehir Roma. Çeşmeleri, sokakları, zamana meydan

okuyan binaları, sevimli cafe ve restoranları, scooter motosikletleri, antik tarihin kalıntıları, yemekleri ve sanatın her yana yayılmasıyla baş döndüren bir şehir... Aslında kısa bir tatilin asla yetmeyeceği Roma'ya gitmişken mutlaka gidilecek yerler ve tadılacak lezzetler var. İşte Roma'da yapmanız gereken on şey:



1.

Roma denilince akla gelen ilk yer

KOLEZYUM

Yapımına M.S 72 yılında başlanılan Kolezyum'un inşaatı 8 yıl sürmüştü. Açılışının şerefine yapılan oyunlarda yaklaşık 5 bin insan ve hayvanın öldürüldüğü arena, 55 bin izleyici kapasitesine sahip bir amfityatro. Yüzyıllarca gladyatörlerin dövüştürüldüğü Kolezyum, şimdi yılda 6 milyon turist çeken antik bir yapı. 20 avroluk giriş ücreti olan Kolezyum'a giriş için birkaç saatlik kuyruğu göze almanız gerekiyor.

Dilek paraları kimin olsun?

Türkçede Aşk Çeşmesi diye ünlenen yapının asıl adı, Fontana di Trevi. İtalyanca "üç yol" anlamına geliyor ve çeşmeye çıkan üç yoldan ötürü bu isim veriliyor. 18'inci yüzyılda yapılan çeşmeye, kenti ziyaret edenler geleneksel olarak "hayatlarının aşkını bulma" ve "Roma'ya tekrar gelme"

dileğiyle bozuk para atıyorlar. Yılda 1,5 milyon avroya ulaşan dilek paraları, son günlerde büyük tartışma konusu. Bugüne kadar Katolik yardım kuruluşu Caritas'a verilen paraya, yakın zamanda Roma Belediyesi talip oldu. Belediye, turistlerin kente getirdiği yükü gerekçe gösteriyor.

AŞK ÇESMESİ

2.



3.



CAPİTOL TEPESİ

Sana bir tepeden baktım aziz Roma

Roma ve İstanbul; hem imparatorluk başkenti olması hem de "yedi tepeye"

kurulmasıyla benzeşiyor. Roma

Forumu'na yakın konumdaki bölge kentin en yüksek tepesi aynı zamanda.

Antik kalıntılar bulunsa da, Capitol'ü esas var eden kişi ünlü ressam ve heykeltıraş Michelangelo. Onun çizdiği planlarla yapılan saraylar ve hükümet binaları halen muhteşem görünmekte.

Turistlerden sıkılınca kaçış noktası



4.

VILLA BORGHESE PARKI

Roma turistik, haliyle de kalabalık bir kent. Turist olarak bile, bir süre sonra turistlerden sıkılabilirsiniz. Kentin kuzeydoğusundaki Villa Borghese (Borghese Bahçeleri), huzur verici devasa bir park. Gölleri, koruları, yürüyüş yolları, çeşmeleri ve heykelleriyle şehrin içinde hayat dolu bu parkta, doğayla iç içe birçok aktivite yapma imkanı var. Gün batımını izlerken Roma kent meydanını tepeden gördüğünüz park, tam fotoğraf çekmelik.

5.



İlahi dokunuş

SİSTİNE ŞAPELİ

Roma demek, bir anlamda Vatikan da demek. Roma şehriyle çevrili olan Katolik Kilisesi'nin kutsal merkezinde önemli bazilikalar bulunuyor. Ancak Sistine Şapeli, hıristiyanlık dünyasının önemli bir tapınağı olmasının yanı sıra, aynı zamanda bir sanat şaheseri olarak öne çıkıyor. Michelangelo tarafından kilisenin tavanına dört yılda ancak çizilen freskler, hıristiyan teolojisine göre insanlığın yaratılışını resmediyor.



6.

Tarihin en eski binalarından



PANTHEON

Roma İmparatorluğu'nun pagan dinine inandığı dönemde, MS 2'nci yüzyılda inşa edilen Pantheon, tüm Roma yapıları içinde en iyi korunmuş olanı ve dünyadaki korunabilmiş en eski binalardan biri. Tarih boyunca hep kullanılan bina, tasarımı ve mühendisliğiyle hayranlık verici. 7'inci yüzyıldan bu yana kilise olan Pantheon'a, tapınak olmasından ötürü girişi ücretsiz.

Şehrin en canlı yeri

İSPANYOL MERDİVENLERİ

Adını bölgede yer alan İspanyol Elçiliği'nden alan meydan Piazza di Spagna'ya bağlanan İspanyol Merdivenleri, gece gündüz hem Romalıların hem de turistlerin en sevdiği yerlerden biri olma özelliği taşıyor. 135 basamaklı bu merdivenlerin alt kısmında Roma'nın ünlü çeşmelerinden olan kayık şeklindeki Fontana della Barcaccia yer alıyor.



İtalyan modası sizi çağırıyor

8.



VIA CONDOTTI

İspanyol Merdivenlerine gidince, şehrin en ünlü alışveriş caddesi olan Via Condotti de merdivenlerin hemen karşısında sizi davet ediyor. Roma'nın tasarım dünyasının evi olarak bilinen bu alanda, ünlü markaların mağazaları bulunuyor. Fiyatlar Türkiye'ye göre elbette pahalı, ama yine de göz atın.

Gerçeklere hazır mısınız?

İTALYAN MUTFAĞI

Pizza ve makarnadan ibaret sanıyor, Türkiye'de bu iddiayı taşıyan yerleri baz alıyorsanız, gerçek İtalyan mutfağıyla tanışmamışsınızdır demektir. İtalyan mutfağının temel özelliği, deniz ürünleri, et, peynir, hamur işi ve sebze gibi ayrı kalemlerden çok farklı karışımlarla sıra dışı sonuçlar elde etmesi. Parmigiana di melanzane ise patlıcan dilimlerinin, parmesan ve mozzarella peyniri ve harika bir

domates sosu eşliğinde fırınlanmasıyla hazırlanıyor. İşkembe çorbası bol sebze, yeşillik ve az domates sosuyla pişiyor. "Coda vaccinara", domates sosu ve soğanla altı saatte kısık ateşle pişmiş nefis bir dana eti oluyor. Lor peyniri ile sunulan ançüez, kekik ve limon suyu içinde bekletilmiş jambon ve kurutulmuş at eti de Roma'da bulabileceğiniz binlerce farklı lezzet arasında yer alıyor.

9.



GELATO

Maraş da iyidir, ama o ilk

Dondurma en basit şekliyle süt, şeker ve meyveyi, yumurta, salep veya nişasta gibi kıvam vericilerle karıştırıp dondurarak yapıyor. Ancak tarihte ilk dondurmanın yapıldığı yer diye geçen Roma'ya özgü gelato, bir başka. Geleneksel olarak süt, krema ve meyvelerle yapılan gelatonun en önemli özelliği, katkı maddesi kullanılmaması ve taze tüketilmesi.

DÜNYA İNCİR İHRACATININ YÜZDE 40'I AYDIN'DAN

Ünlü antik Yunan tarihçisi Herodot, inciri, gökyüzünün altında yetişen en güzel ürün olarak tanımlıyor. "Cennet meyvesi" adı da verilen incir üretiminde, Türkiye 300 bin tondan fazla üretimle dünyada birinci sırada yer alıyor. Dünya incir üretiminin yüzde 30'unu karşılayan Türkiye, dünyaya yapılan incir ihracatının ise yüzde ellisini gerçekleştiriyor. Dünyada incir denince akla Türkiye, Türkiye'de ise Aydın ili ve taze halindeyken tüketilen "Sarılöp" çeşidiyle Buharkent ilçesi geliyor. İhracatta asıl değerini ise kuru incir şeklinde buluyor. Türkiye'de

toplam kuru incir üretimin yüzde 80'i Aydın'da yapılıyor. Aydın'ın en önemli yerel ürünlerinden biri olan incir, kent ekonomisine sağladığı katma değerle dikkat çekiyor. Kentteki 6 binden fazla incir ağacından yıllık yaklaşık 80 bin ton ürün alınıyor. Elde edilen bu üretiminin 58 bin tonu ise Avrupa ülkeleri, Amerika, Çin ve Rusya başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına gönderiliyor. Kentte 20 bin aile geçim kaynağını incirden sağlıyor. Türkiye'nin kuru incir ihracatı yıllık 300 milyon dolara yakın. İncir, kuru meyveler arasında üzüm ve kayısıdan sonra en fazla ihraç edilen üçüncü ürün olarak geliyor.





BURSA BÜYÜRSE TÜRKİYE BÜYÜR

ÜLKE İHRACATINDA ÜÇÜNCÜ KENT KONUMUNDAKİ BURSA, SANAYİNİN EN ÖNEMLİ MERKEZLERİNDEN BİRİ. GEÇEN SENE 13,3 MİLYAR DOLAR İHRACAT YAPAN KENT, OTOMOTİV VE EV TEKSTİLİNDE TÜRKİYE'NİN ÖNCÜ ŞEHİRLERİNDEN.

Bursa, köklü ve güçlü sanayisine bağlı olarak yarattığı katma değer ve istihdam açısından ülke ekonomisinin en önemli noktalarından biri. Katma değer açısından İstanbul, Kocaeli ve İzmir'den sonra dördüncü sırada yer alan Bursa, gerek sanayi ve teknolojinin bir araya gelmesi, gerek coğrafi konumu sebebiyle avantajlara sahip. Ülkenin üç büyük kenti İstanbul, Ankara ve İzmir'e eşit mesafelerle ortasında yer alan Bursa, tarım ve tarıma da-

yalı sanayi için de özel bir konuma sahip. Bursa'dan, en çok otomotiv, tekstil, çelik, makine ve hazır giyim ürünleri ihraç ediliyor. Ekonomik açıdan büyük bir dinamizm sergileyen Bursa, 2017 yılında 14 milyar 58 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken, 2018 yılında ihracatında 13,3 milyar dolarla bir miktar kayıp yaşadı. Bursa çok büyük oranda Avrupa'ya ürün satıyor. Almanya, İtalya, Fransa ilk üç ülke. İlk on ülke arasında Avrupa dışından, sadece ABD ve Fas yer alıyor.

Otomotivin başkenti

Türkiye otomotiv endüstrisinin başkenti hiç şüphesiz Bursa. Otomotivin iki devi Tofaş ve Oyak Renault fabrikalarına ev sahipliği de yapan kentte, yüzlerce tedarik sanayicisi firma da boy gösteriyor. Toplamda 31 milyar dolardan fazla yurt dışı satışla Türkiye'nin şampiyonu olan otomotiv ihracatının 7,3 milyar doları, yani yaklaşık dörtte birini Bursa tek başına yapıyor. Otomotivin ardından en güçlü sektör ise ev tekstili. Geleneksel bir



BURSA İHRACATINDA İLK 10 SEKTÖR

2018	bin (\$)
Otomotiv Endüstrisi	7.295.710
Tekstil ve Hammaddeleri	1.075.143
Çelik	917.168
Makine ve Aksamları	794.613
Hazır Giyim	724.914
Kimyevi Maddeler	538.099
Mobilya, Kağıt ve Orman Ür.	516.408
Demir ve Metaller	418.485
İklimlendirme Sanayii	331.993
Elektrik Elektronik	144.228
TOPLAM	13.298.332



NECAT ALTIN
ZORLU HOLDİNG TEKSTİL GRUBU BŞK.

Zorlu Grubu'nun ilk göz ağrısıyız. Aradan geçen 65 yıla rağmen tekstil hâlâ Zorlu Holding'in ana faaliyet alanları arasında yer alıyor. Bugün Zorlu Holding Tekstil Grubu olarak faaliyetlerimizi; Avrupa'nın en büyük entegre polyester iplik üreticisi ve ihracatçısı Korteks ve ev tekstili üretiminde global liderlerden biri olan Zorluteks dahil olmak üzere, 12 şirketimiz aracılığıyla sürdürüyoruz. Zorlu Holding Tekstil Grubu olarak 2018 yılı itibarıyla 700 milyon dolar ciroya ulaştık. Kendi sektörümüzde Türkiye'nin en büyük ihracatçılarından biriyiz. Tüm Avrupa, İran, Kuzey Afrika ve Kuzey Amerika başta olmak üzere 68 ülkede yaklaşık 150'ye yakın müşteriye hizmet veriyoruz. Toplam ihracatımız 2018'de 180 milyon dolar oldu. Önümüzdeki yıllarda ihracatımızı daha da güçlendirmeyi ve 2020 sonunda ihracat rakamını 300 milyon dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Pamuklu ev tekstilinde Avrupa'nın en büyük entegre üreticisi olan Zorluteks, ev tekstili üretiminin yüzde 60'ını ihraç ediyor."

tekstil üreticisi kent olan Bursa'da tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı 1 milyar doları geçiyor.

"Ekonomiye Değer Katanlar"

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) tarafından bu yıl 45'inci kez düzenlenen "Ekonomiye Değer Katanlar" ödül töreni, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'un da katılımıyla gerçekleştirildi. Gecede beş ayrı kategoride 59 ödül sahiplerini buldu. Bursa'nın turizm açısından geleceği

açık olan bir şehir olduğunu ifade eden Bakan Ersoy, "Bütün alt yapısı ve turizm için gerekli olan olanaklar müsait. Doğru planlamayla turizm çalışmaları na hız kazandırıp kentimizin bu alanda ilerlemesini sağlayabiliriz. İş dünyamızın taleplerini yerine getireceğiz. BTSO'nun çok güzel bir sloganı var: 'Bursa Büyürse Türkiye Büyür.' Herkes bu vizyonla çalışmaya devam ederse Türkiye çok hızlı büyüyecektir" ifadelerini kullandı.



VEGAN KUMAŞ ÜRETİMİYLE FARK YARATTI

AVRUPA VEJETARYEN BİRLİĞİ'NDEN "V-LABEL" SERTİFİKASINI ALARAK VEGAN KUMAŞ ÜRETİMİ GERÇEKLEŞTİREN BURSALI ASIRLIK İPEKER TEKSTİL, BU ALANDAKİ BİRİKİMİNİ EV TEKSTİLİNE AKTARARAK DÜNYA ÖNCÜSÜ OLDU.



G affarzade Mehmet Efendi tarafından 1800'lü yılların sonunda kurulan ve 1930'da "İpeker" adını alan asırlık aile şirketi, Osmanlı döneminde ipek böceğiyle başladığı ticaret hayatına kumaş üretimiyle devam ederek dünyanın sayılı firmaları arasına girdi. İpeker Yönetim Kurulu Üyesi İhsan İpeker, firmanın Max Mara, Roberto Cavalli, Versace, Adam Selman, Inditex Group, H&M, M&S, Rabe, Comptoir Des Cottoniers, American Vintage'ın dahil olduğu 52 ülkede, 3 bini aşkın müşterisine İpeker Türkiye, İpeker Augsburg, İpeker Como ofislerinin yanı sıra 20'den fazla acenteleri ile destek verdiklerini söylüyor.

Vegan üretime başladı

35 kişilik Ar-Ge ekibiyle birlikte sürdürülebilir projeler konusunda odak olarak yeni nesil teknik tekstil konusunda çalışmalar gerçekleştirdiklerini ifade eden İhsan İpeker, "Bu aşamada gerekli olan yatırımlar yapılarak ürün gamımızı artırıyoruz. Sürdürülebilirlik konusunda özellikle çevrenin ayrılmaz bir parçası olan canlılara dikkatimizi yoğunlaştırdık" şeklinde konuşuyor. Hayvanların bir ürün olarak kullanımı yerine, türüne özgün bir şekilde yaşam



koşullarına sahip olmasını ve yaşama haklarının korunmasını amaçladıklarını belirten İpeker, bu uğurdaki çabalarını şöyle anlatıyor: "Hayvanların insanlara yönelik bir mülk olmadığı ve ihtiyaç duyduğu kendi bedenlerinden bir parçanın dahi insanların konforuna yönelik kullanımına açık olmadığını savunuyoruz. Bu hususta yapmış olduğumuz Ar-Ge çalışmaları sonuç vererek, dünyada bir ilki başardık. Avrupa Vejetaryen Birliği (EVU) tarafından onaylı dünyanın ilk V-Label sertifikası alan kumaş

edilen V-Label Vegan etiketini kullanıyoruz. Üretimde protein bazlı bir içerik yer almadığı için çapraz bulaşma riski bulunmayan kumaşlar sayesinde, Türkiye kodu ile başlayan TR- 1705257 nolu lisans numaralı sertifikayı alarak dünya çapında Türk Tekstil'inin çevreye olan hassasiyetini bir kez daha kanıtlamış olduk. İpeker, İpeker Home ve İpeker Tech markalarımız ile giyimden ev tekstiline, medikalden, endüstriyel tarıma, elektronik ve otomotiv sektörüne kadar vegan ürünlerin

"Vegan Uyku Teknolojilerini geliştirdik. Anti – aging yastıklarımız uyku esnasında yaşlanmayı hızlandıran etkenleri bertaraf ederek bu süreci olabildiğinde yavaşlatıyor."

üreticisi olduk. Avrupa Vejetaryen Birliği (EVU) tarafından yapılan testler sonucunda kumaşların içeriğinde herhangi bir hayvansal DNA kalıntısının bulunmadığı tespit edilmiştir. Dünyanın en güvenilir vegan etiketi olarak kabul

kullanılacağı geniş bir yelpazemiz bulunuyor. Vegan olmanın bir trend değil, zihinsel bir değişim olduğunu biliyoruz. İnsanların yaşamına dokunan her alanda bu dönüşümün yaşanacağına inanıyoruz."

KİLOGRAMI 32 DOLAR KATMA DEĞERLİ

İhsan İpeker, V-Label sertifikasına sahip kumaşları ile yapılan ihracata yönelik satışların Türkiye'de ilk kez ihraç edilen ürün niteliğinde olduğunu ve ülke ekonomisine 25 milyon dolar katkı sağladığını vurguluyor. İpeker, "V-Label sertifikalı kumaşlarımız kilogramda 32 dolar katma değer yaratıyor. Tüm ürün gamı için yüzde 100 Oeko-tex Standard 100 sertifikasına sahibiz. Bu insan sağlığına uygun, doğa dostu ürünler olduğunu kanıtlayan bir sertifikadır" diye konuşuyor.

Anti-aging yastıklar

İpeker Home markasıyla, vegan kumaşlar geliştirerek ev tekstilinde uyku teknolojileri üzerine odaklandıklarını ifade eden İhsan İpeker, "Vegan Uyku Teknolojilerini geliştirdik. Anti-aging yastıklarımız uyku esnasında yaşlanmayı hızlandıran etkenleri bertaraf ederek bu süreci olabildiğinde yavaşlatıyor. Yastığın nefes alabilen bir yapıda olması, nem dengesini koruması, dokuma yapısı sayesinde mekanik kırıklıkları oluşturmaması, iklimik özelliği taşıması, anti-statik etkisi, serin tutuşu gibi avantajları ile yaşlanmayı geciktiriyor. Heimtextil Fuar'nda sunumu yapılan yeni ürünler büyük beğeni topladı. Avrupa, Amerika ve Rusya'da kurulan güçlü partnerlikler sayesinde satış ağımızı genişleterek müşterimize daha yakın hizmet sunmaya devam ediyoruz."

SINIRLAR AŞMAYA HIZLA DEVAM EDİYOR



INTERMODAL TAŞIMACILIK MODELİNDE UZMANLAŞAN GREENLOG, KISA SÜREDE BÜYÜK BİR BAŞARIYA İMZA ATARAK "YÜK TAŞIMACILIĞI VE LOJİSTİK HİZMETLERİ" SEKTÖRÜNDE TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK HİZMET İHRACATÇISI LİSTESİNDE YER ALDI.

D eniz, demir ve karayolu taşıma çözümlerinde konteyner taşımacılığı alanında hizmet veren Greenlog Intermodal, kurulduğu günden bu yana iş birliği içinde olduğu şirketler için dünyanın birçok noktasına ulaşmaya devam ediyor. Şirketin yoğunlaştığı ana ürün 45 HC konteyner taşımacılığı... Kapıdan kapıya 45 PWHC Box ve aynı zamanda tenteli swapbody konteynerler ile, birden fazla taşıma modelinin kombinasyonu ve A'dan B noktasına ulaşana dek gerekli tüm tedarik süreçlerini müşteri talepleri doğrultusunda organize ediyor. Greenlog; Pendik, Ambarlı, Yalova, İzmir ve Mersin Ro-Ro limanlarını kullanarak, İtalya'nın Trieste ve Bari limanlarını uğrayıp,

tren bağlantılarıyla araç üstü adres teslimi yapıyor.

Kısa sürede sektördeki beş büyük lojistik şirketi arasına giren marka, TİM'in 500 Büyük Hizmet İhracatçısı araştırmasında yer alarak başarılarına bir yenisini ekledi. Kurulduğu günden beri özveriyle çalışan deneyimli kadrosuyla ilerleyen Greenlog Intermodal'ın Operasyon Direktörü Orhan Muco, "Bizim en büyük başarımız, ekibimizle müşterilerimizin memnuniyetini birinci sıraya koyarak çalışmamızdı" diyor.

8 günde teslim

Greenlog'a ait Trieste-Avusturya ve Almanya-Avusturya bağlantılı haftada karşılıklı 3 sefer yapan trenleri bulunan, bu sayede

Avrupa'ya ihracat ve Avrupa'dan ithalat taşımalarını 8-9 gün gibi kısa bir transit sürede yapabiliyor. Şirket böylece, kara yolu ve deniz yolu taşımaları için iyi bir alternatif oluşturarak servis verebiliyor. Greenlog Intermodal düzenli olarak, İtalya, Çekya, Slovenya, Slovakya, Avusturya, Almanya, Hollanda, Belçika, İngiltere ve daha birçok ülkeye lojistik hizmet çözümleri üretiyor. Türkiye'nin önemli markalarına lojistik hizmeti veren Greenlog, kalitesini her geçen gün ilerilere taşıyarak, müşteri portföyünü de bu oranda çoğaltmayı hedefliyor. İlk günden beri hedefleri doğrultusunda disiplinle ilerleyen Greenlog, 500 Büyük Hizmet İhracatçısı arasında yer almalarını da bu anlayışa bağlıyor.

YOLA BİZİMLE ÇIKTIYSA İÇİNİZ RAHAT OLSUN!



Deniz, kara ve demir yolu fark etmeksizin yola çıkan her konteyneri güvenle ve doğru zamanda yerine ulaştırıyoruz. Bize güvenen ve başarılarımızı katlamamızı sağlayarak bizi Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı* arasına sokan tüm müşterilerimize teşekkür ederiz.



*TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi) 2017 yıl sonu verilerine göre.



greenlog.com.tr

TÜRKİYE'NİN İLK TÜNEL AÇMA MAKİNESİNİ ÜRETTİ



TÜRKİYE'NİN YERLİ İMKÂNLARLA TÜNEL AÇMA MAKİNESİ ÜRETEN TEK FİRMA
E-BERK, ULUSLARARASI BİR MARKA OLMAYI HEDEFLİYOR. FİRMA, GELİŞTİRDİĞİ YENİ
ÜRÜNÜNÜ TUNUS'A İHRAÇ EDEREK AFRİKA PAZARINA ADIM ATTİ.

Ürettiği tünel açma makinesiyle Türkiye'nin bu alanda ürün geliştirebilen dünyada 8'inci ülke olmasını sağlayan E-Berk Makine ve Metalurji A.Ş., uluslararası bir marka olma yolunda ilerliyor. 2006 yılında kurulan E-Berk, Türkiye'de daha önce üretimi yapılmamış olan tünel açma makinesi (Tunnel Boring Machine - TBM), kesici takımlar ve diğer aksamalarının üretiminde uzmanlaşmış. Ürünlerini yurt içi pazarın yanında ihraç da eden firma, 2017 yılında 3,25 metre çapında olan ve Anadolu ismini verdiği ilk TBM imalatını gerçekleştirdi. Geçen Ekim ayında da 2,4 metre çapında mikro TBM sınıfında ürettiği ve Asya ismini verdiği boru itme makinesini üreterek Tunus'a ihraç etti.

Özgün ürün tasarımı

E-Berk Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Savaş Özüdoğru, iş hacimlerinin yüzde 40'ını ihracatın oluşturduğunu vurguluyor. Geçen yıl 2017'ye oranla ihracatlarının yüzde 190 gibi çok yüksek bir artış



gösterdiğini belirten Özüdoğru, başta Rusya, Hindistan ve Polonya olmak üzere 30 farklı ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini aktarıyor. Önce TBM'lerin kesici takımlarını üretmek amacıyla kurulan şirket, sürdürülebilir büyüme hedefiyle önce ürettiği yedek parçaların ihracatını gerçekleştirdi. Ancak asıl farklılaşmayı sonrasında ağırlık verdiği özgün ürün tasarımlarıyla sağladı. Şirket 11'inci yılında, özgün tasarım, Ar-Ge ve üretimin

bir sonucu olarak ilk yerli mali belgesine sahip tünel açma makinesi üretmiş oldu. E-Berk'in ürettiği çamur tipi boru itme makinesi Tunus'ta kazı çalışmalarına devam eden mikro TBM "Asya" önümüzdeki aylarda görevini tamamlayacak. Özüdoğru, makinenin üretilmesi ve işletilmesinin ülke ihracatına 1,5 milyon dolarlık katkı sağlayacağına işaret ederek, "Tunus'ta çalışmayı 4 ay gibi bir sürede tamamlayacağız. En güzel tarafı Japonlarla çalıştığımız için iş bitirme belgesini de onlardan almamız" diye söylüyor.



▲ TİM öncülüğünde Dünya Gazetesi ve DHL Express iş birliği ile düzenlenen 'İhracatın Yıldızları 2018' yarışmasında 'Türkiye'den ilk kez ihraç edilen ürünlere imza atan' firma olma özelliğine sahip olan E-BERK, 'Özgün Ürün Şampiyonları' kategorisinde birincilik ödülünün sahibi oldu.



EV VE MUTFAK EŞYALARINDA HEDEF

3 MİLYAR DOLAR İHRACAT

170 ÜLKEYE SATIŞ GERÇEKLEŞTİREN EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜNÜN 2019 İÇİN İHRACAT HEDEFİ 3 MİLYAR DOLAR. EVSİD BAŞKANI BURAK ÖNDER, "2019 BÜYÜME HEDEFİMİZ YÜZDE 15. ÖNGÖRÜMÜZ FİRMALARIMIZIN İHRACATA DAHA FAZLA AĞIRLIK VERECEKLERİ. FUAR VEYA İŞ GÖRÜŞMELERİ YOLUYLA PAZARLAMA FAALİYETLERİMİZİ ARTIRACAĞIZ" DİYOR.

Türk ev ve mutfak eşyaları sektörü Çin'den sonra kilogram bazında dünyanın en büyük ikinci ihracatçısı konumunda. 2018'de önceki yıla oranla yüzde 9,8 artış gösteren ev ve mutfak eşyaları sektörü ihracatı 2,5 milyar dolara

ulaştı. Ev ve mutfak eşyaları sektöründe toplam 170 ülkeye ihracat yapılıyor. Değer olarak, elektrikli ev aletleri ilk sırada. Kilogram olarak bakıldığında ise liderlik plastik ürünlerde bulunuyor. Türkiye, özellikle saklama kapları ve süzgeç gibi plastik ürünleri,

dünyanın tamamına yakınına ihraç ediyor. Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği (EVSİD) Başkanı Burak Önder, ihracat artışındaki olumlu gelişmenin yanı sıra kendileri için en önemli gelişmenin kg birim fiyatta yaşanan değişim olduğunu

söylüyor. Önder, hedeflerinin kg başı fiyatın 3,5 dolara çıkarma hedeflerinin olduğunu belirtiyor. 2019 ihracat hedefini 3 milyar dolar olarak açıklayan ve buna kg başı değeri yükselterek ulaşacaklarını belirten EVSİD Başkanı Önder, "Sektör için 2019 büyüme hedefimiz yüzde 15. Öngörümüz bu yıl firmalarımızın ihracata daha fazla ağırlık verecekleri yönünde. Fuar ve iş görüşmeleri yoluyla pazarlama faaliyetlerimizi artıracacağız. 2018'de yüzde 9,6 oranında büyüyen sektörümüzün ivme artırarak, tüm zamanların en yüksek ihracat rakamına ulaşmasını bekliyoruz. EVSİD olarak, ihracatımızı yükseltmede, yeni ve farklı pazarlara yönelik faaliyetlerimizi artırarak devam ediyoruz" diyor.

Reçete, okyanus aşırı ülkelerde

Sektörün en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkelerde, Avrupa ve yakın komşuların ağırlıkta olduğunu görüyoruz. Global ölçekte en fazla ithalat yapan ABD, Kanada, Japonya gibi gelişmiş pazarlara ise ihracatımız sınırlı düzeyde. EVSİD'in 2019 stratejisi hakkında bilgi veren Burak

Önder, şöyle anlatıyor: "Mevcut pazarlarda güçlenmek, yeni pazarlara girmek, ihracat karlılığını artırmak için markalaşma projeleri üretmek olarak özetlenebilir. Faaliyetlerimizi kurgularken, stratejimize uygun bir çalışma gerçekleştirdik. Kanada'da, Kolombiya'da birçok ülkeden alıcıları bir araya getirecek faaliyetler planladık. Avrupa için Mart'ta İngiltere'de bir organizasyon gerçekleştireceğiz. Mayıs ayında Çekya'da Avrupa'dan 15 ülke alıcılarını bir araya getireceğiz."

'Invitation Only' asıl hedef

Ev ve mutfak eşyaları sektörü için asıl önemli etkinliğin Kasım ayında düzenlenecek, 'Invitation Only' etkinliği olduğunu kaydeden Önder, "Geçtiğimiz yıl 40 ülkeden 70 önemli alıcıyı sektörümüzle buluşturan etkinliği, 2019 yılında daha da geliştirmeyi hedefliyoruz" diye konuştu. Tasarımın, klişe tanımından çıkartılarak, markalaşmada firmaların temel ihtiyacı olduğunun farkına varılması gerektiğini aktaran Burak Önder, "Üreticilerimizin hedef pazarlardaki ihtiyacı analiz edebilmeleri, tüketici beklentilerini



BURAK ÖNDER
EVSİD Başkanı

dikkate almaları ve ihracat stratejilerini belirledikten sonra tasarım sürecine geçmelerinin gerektiğini düşünüyoruz. Maalesef bugüne kadar tasarımın tek başına firmaların markalaşmaları konusunda tek eksik olduğu, iyi bir tasarımla tüm sorunları çözebileceğimiz gibi bir algı oluşmuş. EVSİD olarak hedefimiz, pazarlamayı ön planda tutarak daha kârlı işletmeler ortaya çıkartabilmek" diyor.

▶ Invitation Only
Binlerce mağazayla perakende dünya çapındaki lider firmalar, ev ve mutfak sanayi ürünleri satın almak için Türkiye'ye geldi. EVSİD tarafından üçüncüsü düzenlenen InvitationOnly etkinliğine 42 ülkeden 70 zincir market ve toptancı katıldı.



HAZIR GİYİM İNGİLTERE İLE STA İSTİYOR

Brexit belirsizliği sürerken, İngiltere'nin AB Gümrük Birliği'nden çıkma ihtimali birçok sektörü tedirgin ediyor. Bunların başında da Türkiye'nin iki numaralı ihracatçı sektörü hazır giyim geliyor. İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, İngiltere ile acil bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalanmazsa, 2 milyar dolarlık İngiltere pazarında moda endüstrimizin ağır darbe alacağını söyledi.

Ticaret Bakanlığı'nın konu hakkındaki çalışmalarını yakından takip ettiklerini ve sektör olarak kendilerine her türlü desteği verdiklerini belirten Gültepe, "Yılda yaklaşık 27 milyar dolarlık hazır giyim ithalatı bulunan İngiltere, Türk moda endüstrisi için çok önemli. Almanya ve İspanya'dan sonra üçüncü büyük pazarımız İngiltere'ye 2018'de 2 milyar dolarlık hazır giyim ihracatı gerçekleştirdik. Bunu gümrük vergisi ödemediğimiz ATR belgesi ile yapıyoruz. Brexit sonrası sıfır gümrük vergisi ile ihracat yapma imkânımız kalmayacak. İngiltere'nin Gümrük Birliği'nde kalacağını ümit ediyoruz. Ayrılırsa ivedilikle esnek bir STA imzalanması gerekiyor" şeklinde konuştu. Hazır giyim sektörünün katma değerli üretimde ve net ihracat gelirinde olduğu gibi istihdamda da öncü olduğunu vurgulayan Gültepe, geçen Ekim ayında üretimde 515 bin 600 kayıtlı çalışanla rekor kırdıklarını söyledi. Gültepe, hazır giyim stratejik öneme sahip olduğunu, önlerinin açılması durumunda istihdamda ve ihracatta yeni rekorlara imza atabileceklerini sözlerine ekledi.





Çeliği Asya pazarı yükseltti

ABD'nin aldığı önlemler nedeniyle bu önemli pazarda kayıp yaşayan çelik sektörü bir anlamda krizi fırsata çevirdi. Ton başına ortalama birim fiyatı 2017'deki 645 dolardan, yüzde 12,7 artışla 727 dolara çıkarırken, miktar bazındaki çelik ihracatı yüzde 20,8 artışla 21,4 milyon

tona yükseldi. Değer bazında ihracat yüzde 36,1 artışla 15,6 milyar dolar oldu. Çelik İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Aslan, korumacılık önlemlerinin damga vurduğu geçen yılı, Asya pazarının Türk çeliğine göstermiş olduğu ilgiyle aştıklarını söyledi.

Frankfurt'a Denizli'den rekor katılım

Dünyanın en büyük ev tekstili fuarı konumunda olan Heimtextil, 8-11 Ocak tarihlerinde Frankfurt'ta düzenlendi ve 70 binin üzerinde ziyaretçi ağırladı. DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu, Denizli'den 71 firmayla bugüne kadarki en yüksek katılıma ulaştıklarını belirterek, "DENİB olarak Turkish Towels markamızla, bu sene dördüncü kez fuara katıldık. Türk havlusunun özelliklerini ve kalitesini ziyaretçilere aktardık" dedi.



FINDIK İHRACATINA TRABZON DAMGASI



Geçen yıl 280 bin ton fındık ihracatıyla 1,6 milyar dolar döviz girdisi sağlandı. 120 ülkeye fındık satışı yapılırken, ihracatın yüzde 39'luk kısmı Trabzon'dan gerçekleşti. 106 bin ton fındık karşılığında 633,6 milyon dolar gelir elde edildi. Fındık ağırlıklı olarak önde gelen çikolata üreticisi markaların yoğun olduğu Avrupa ülkelerine satılıyor. Son yıllarda Uzak Doğu ülkelerine yönelik ihracatta da gelişmeler kaydediliyor.

Katar metal sektörünü bekliyor

Bu yılsonuna kadar 60 milyar dolarlık yatırım yapacak olan Katar, Türk firmalarını davet ediyor. İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) 19 ülkeden 421 katılımcının olacağı Project Qatar Fuarı ile eşzamanlı bir ticaret heyeti organize ediyor. 28 Nisan-1 Mayıs 2019 tarihlerinde yapılacak heyete katılmak için İDDMİB'e başvurmak gerekiyor.



Hayvancılık sektörünün gözü Körfez'de

Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe faaliyet gösteren Ege, Akdeniz ve İstanbul İhracatçıları Birlikleri'ne bağlı firmalar, Birleşik Arap Emirlikleri'nde (BAE) düzenlenen Sial Middle East Fuarı'na katılarak ürünlerimizi tanıttı. Türkiye'den



BAE'ye yapılan sektör ihracatı, 2018 yılında 62 milyon dolar düzeyinde olurken, önceki yıla göre artış yüzde 14 oldu. İhracatta süt ürünleri lider konumda. BAE, Türkiye'den yıllık 15 milyon dolar balık ithal ediyor.



TEKSTİLDE HEDEF DÜNYADA İLK BEŞ

Geçtiğimiz yılı 10,5 milyar dolarlık ihracatla tamamlayarak dünyanın yedinci, Avrupa Birliği'nin Çin'den sonra ikinci büyük tedarikçisi olan tekstil sektörü, 2019 yılı için hedef büyüttü. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı Ahmet Öksüz, geleneksel pazarların yanında Güney Amerika, Uzak Doğu ve Afrika'ya özel önem vereceklerini belirterek, "Başarı kriterimiz dünyada pazar payımızı artırmak ve en büyük beş tedarikçi arasında yer almaktır" dedi. Son dönemde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sözleriyle gündeme gelen kenevir ekiminin tekrar başlaması için Öksüz, "Kenevir yeni bir alan yaratabilir. Ketenin hammaddesi olduğu için tekstilde de kullanılıyor. Bunun üzerine çalışıp Türkiye'de üretimi olmayan keten elyafın önü açılabilir ve sektörümüze ciddi bir fayda sağlayabilir" dedi.



LATİN AMERİKA'NIN YÜKSELEN YILDIZI: MEKSİKA

MEKSİKA TÜRKİYE İHRACATÇILARI İÇİN KAYDA DEĞER FIRSATLAR BARINDIRIYOR. TİCARET BAKANLIĞI'NIN HEDEF PAZAR İLAN EDEREK YOĞUNLAŞTIĞI MEKSİKA'YA BU YIL YAPTIĞIMIZ 600 MİLYON DOLAR İHRACATLA DIŞ TİCARET AÇIĞIMIZ HIZLA DÜŞÜYOR.

Dünya tarihinin en eski medeniyetlerinden Aztek ve Mayaların yurdu Meksika, dünyanın en özel ülkelerinden de biri... Gelişmekte olan ülkeler statüsündeki Meksika'da eyaletler arasında devasa boyutlarda ekonomik farklar bulunuyor. Gelir dağılımındaki adaletsizlik ülkenin en büyük sorunu olsa da, Meksika, Latin Amerika'nın en büyük medya endüstrisine sahip. Ülke aynı zamanda, Latin Amerika'nın en iyi üniversitesine, en uzun karayolu ağına ve en büyük havalimanına sahip. Başkent Meksiko City, 25 milyonu aşan nüfusuyla dünyada

Tokyo'dan sonra en büyük şehir. Meksika'nın resmi dili İspanyolca olsa da ülkede bunun dışında 68 farklı yerli dil konuşuluyor. Meksika, tüm Latin Amerika için önemli bir bağlantı noktası. 120 milyonluk nüfusuyla, dünyadaki en kalabalık İspanyolca konuşan ülke olan Meksika'nın, geçmişten gelen kültürü de son derece iyi korunuyor. Bu göz alıcı ülke, coğrafya, tarih ve kültürün egzotik bir karışımı. Tropikalden çöle kadar değişiklik gösteren ülke iklimi, kadim uygarlıkların eşsiz kalıntılarıyla, bembeyaz kumsalları ve renkli kültürüyle yıl boyunca pek çok turisti ağırlıyor.





THY, AMERİKA
KITASI'NIN ÖNEMLİ
ŞEHİRLERİNDEN MEXICO
CITY VE CANCUN'U
YAKIN ZAMANDA UÇUŞ
AĞINA EKLEDİ.

TÜRKİYE İLE İLİŞKİLER İVME KAZANIYOR

Daha cumhuriyetin ilk yıllarında, 1927'de Dostluk Anlaşması imzalayarak diplomatik ilişki kurduğumuz Meksika, bugün Latin Amerika bölgesinde Brezilya'nın ardından ikinci büyük ticari ortağımız durumunda. Meksika ile ticari ve ekonomik ilişkilerimiz son yıllarda ivme kazandı. İkili ticaret hacmi, 2016 yılında yüzde 5 oranında artarak 1,2 milyar ABD Doları olarak gerçekleşti. 2017'de Meksika'ya ihracat 441 milyon dolar seviyesindeydi. Rekor yılı 2018'de ise ihracat yüzde 36 gibi astronomik bir artışla 600 milyon dolarla tarihi bir düzeye ulaştı. Meksika ile dış politikada da uyumlu bir çalışma var. BM Güvenlik Konseyi'nde daimi olmayan üyelerin sayısının artırılmasını ve Konsey'in çalışma yöntemlerinin değişmesini savunan, Türkiye'nin de dahil olduğu Odaşma için Birlik grubuna Meksika da üye. İki ülke, BM, G20 ve MIKTA olmak üzere çok taraflı platformlarda da iş birliğinin geliştirilmesine önem veriyor. Ülkemizin Meksiko City'de Büyükelçiliği, ayrıca Veracruz, Cancun, Monterrey, Tijuana ve Guadalajara şehirlerinde Fahri Konsoloslukları bulunuyor. Meksika'nın ise ülkemizde Ankara Büyükelçiliği, İstanbul Başkonsolosluğu, ayrıca İzmir ve Mersin'de de Fahri Konsoloslukları mevcut.

Petrol, ihracatın yüzde 15'i

Meksika, Latin Amerika'da Brezilya'dan sonra ikinci, dünyada ise 14'üncü büyük ekonomi. Dünyanın 10'uncu büyük petrol üreticisi olan Meksika'da, petrol sektörü ülkenin ihracat gelirlerinin yüzde 15'ini, hükümet gelirlerinin de yüzde 40'ını oluşturuyor. Diğer önemli ihracat ürünleri kara taşıtları, makineler, mobilya ürünleri, gümüş, kıymetli metaller, avokado, limon, karpuz, ceviz, çilek, kahve ve pamuk şeklinde sıralanıyor.

Meksika'nın en önemli ticaret ortakları ABD, Çin, Japonya, Kanada ve Almanya. İhracatının yüzde 80'inden fazlasını ABD'ye yapıyor. ABD'de yaklaşık 37 milyon Meksika asıllı kişinin yaşadığı tahmin ediliyor. Yurt dışında çalışan Meksikalıların ailelerine gönderdikleri işçi dövizleri, ülkedeki yakınları için önemli gelir kaynaklarından biri. 2016 yılında Meksika'ya 27 milyar dolar işçi dövizinin girdiği biliniyor. Meksika ticaretinin yüzde 90'ından



Latin Amerika bölgesinde Brezilya'nın ardından ikinci büyük ticari ortağımız olan Meksika ile ticari ve ekonomik ilişkilerimiz de son yıllarda ivme kazandı.

TÜRKİYE-MEKSIKA DIŞ TİCARET DEĞERLERİ (1000 DOLAR)

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2007	196.750	352.197	548.947	-155.446
2008	152.166	381.973	534.138	-229.807
2009	93.023	335.226	428.249	-242.204
2010	145.500	494.608	640.109	-349.108
2011	144.986	699.394	844.380	-554.408
2012	205.999	867.154	1.073.153	-661.155
2013	238.712	1.000.838	1.239.551	-762.126
2014	311.978	944.665	1.256.643	-632.686
2015	344.056	860.698	1.204.754	-516.641
2016	443.738	820.917	1.264.654	-377.179
2017	441.433	771.854	1.213.286	-330.421
2018	600.479	634.239	1.234.718	-33.760



fazlasını STA imzaladığı ülkelerle yürütüyor. Son olarak, Meksika, Japonya, Singapur, Yeni Zelanda, Kanada, Avustralya ve Vietnam onay süreçlerini tamamlamalarıyla birlikte Trans Pasifik Ortalık Anlaşması (CPTPP) 30 Aralık 2018 tarihi itibarıyla yürürlüğe girdi. Söz

Anlaşması (TiSA) müzakerelerine katılan 23 ülke arasında bulunuyor. Meksika Hükümeti, 2018 yılı içinde ABD ve Kanada ile sürdürülen Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşmasının (NAFTA) güncellenmesine yönelik müzakerelerin yanı sıra AB, Brezilya ve Arjantin'le devam eden

Meksika, Latin Amerika'nın Brezilya'dan sonra ikinci, dünyanın 14'üncü büyük ekonomisi. Ayrıca dünyanın 10'uncu büyük petrol üreticisi olan Meksika'da petrol sektörü ülkenin ihracat gelirlerinin yüzde 15'ini, hükümet gelirlerinin de yüzde 40'ını oluşturuyor

konusu ülkeler, küresel ekonominin yüzde 13,5'ini temsil ediyor. Toplam 10 trilyon dolar gayrisafı yurtiçi hasılaya ve 500 milyonluk nüfusa hitap eden bahse konu anlaşmanın Meksika ticaretini de önemli ölçüde arttıracığı tahmin ediliyor. Meksika ayrıca, 2012 yılından bu yana sürdürülen Hizmet Ticareti

STA görüşmelerinin de sonuçlandırılmasını hedefliyor. 2017 Dünya Bankası Raporu'na göre iş yapma kolaylığı açısından dünyada 49'uncu sırada yer alan Meksika, Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEC) Küresel Rekabetçilik Raporuna göre de 51'inci sırada yer alıyor.

İHRACAT POTANSİYELİ OLAN SEKTÖRLER

Meksika'nın ithalatında önemli paya sahip ve Türkiye'nin ihracatında potansiyel arz eden sanayi ürünleri; otomotiv yan sanayi, takım tezgahları, tekstil makineleri, gıda işleme makineleri, müteahhitlik hizmetleri, iş ve inşaat makineleri ile inşaat malzemeleri olarak öne çıkıyor. Tekstil, turizm, madencilik, güneş enerjisi, çevre teknolojileri, tarıma dayalı sanayi, tarım makineleri, gübre, ambalaj malzemeleri ve ekipmanları, sağlık, havacılık ve uzay sanayi, bilgi teknolojileri ve TV dizileri gibi sektörlerde de iki ülke arasında ticaret kanalları açık.

2050 yılında dünyanın en büyük 5 ekonomisi içinde yer alacağı öngörülüyor

2018'de büyümenin yüzde 2,4 gelmesi beklenirken, Meksika ekonomisinin 2019'da yüzde 4'ün üzerinde büyümesi tahmin ediliyor. Hükümetin 2019 yılı için enflasyon tahmini ise yüzde 3,4 düzeyinde. Hâlihazırda dünyanın 14'üncü büyük ekonomisi olan Meksika'nın, 2020 yılında satın alma gücü paritesi ile GSYİH bakımından dünyanın en büyük 10'uncu ekonomisi olacağı, 2050 yılında ise dünyanın en büyük 5 ekonomisi içinde yer alacağı öngörülüyor. Meksika 121 milyonluk ve yüzde 70'i 40 yaşın altında olan genç nüfusu ile gıda ürünleri açısından büyük bir potansiyel barındırıyor.



GENEL SEKRETER:
PROF. DR. KEREM ALKİN

GENEL SEKRETER YRD.:
ERKAN KAPLAN
MEDİNE ARSLAN

GENEL SEKRETER YRD. V.:
İBRAHİM ÖZÇELİK

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ ÇOBAN
ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD. B-BLOK
K:9 YENİBOSNA / İSTANBUL
TEL: 0 212 454 04 90 - 91
FAKS: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
tim@tim.org.tr
www.tim.org.tr

AKİB AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

LİMONLUK MAH. VALİ HÜSEYİN
AKSOY CAD. NO: 4 YENİŞEHİR/MERSİN
TEL: 0 324 325 37 37 FAKS: 0 324 325 41 42
E-POSTA: akib@akib.org.tr
WEB ADRESİ: www.akib.org.tr
GEN. SEK. V: ÜMİT SARI
GEN. SEK. YRD: CANAN AKTAN ERDOĞMUŞ

BAİB BATI AKDENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ASPENDOS BULVARI NO:221 07200/ANTALYA
TEL: 0 242 311 80 00 FAKS: 0 242 311 79 00
E-POSTA: baib@baib.gov.tr
WEB ADRESİ: www.baib.gov.tr
GENEL SEKRETER V.: GÜLİZ AKEL ÇETİNKAYA

denib DENİZLİ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ANKARA YOLU 10. KM. 246. SOKAK NO: 8 AKKALE/DENİZLİ
TEL: 0 258 274 66 88 FAKS: 0 258 274 72 22 - 62
E-POSTA: denib@denib.org.tr
WEB ADRESİ: www.denib.org.tr
GENEL SEKRETER: UĞUR DAYIOĞLU

DAİB DOĞU ANADOLU İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

CUMHURİYET CAD. EREN İŞ MERKEZİ 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 ADRESİ: www.daib.org.tr
GENEL SEKRETER: MURAT KARAPINAR
GENEL SEKRETER YRD: Melih LEYLİOĞLU

DKİB DOĞU KARADENİZ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

PAZARKAPI MAH. SAHİL CAD. NO: 95, TRABZON
TEL: 0 462 326 16 01
FAKS: 0 462 326 94 01 - 02
E-POSTA: dkib@dkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.dkib.org.tr
GENEL SEKRETER: İDRİS ÇEVİK

eib EGE İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK CAD. NO:382 ALSANCAK/İZMİR
TEL: 0 232 488 60 00
FAKS: 0 232 488 61 00
E-POSTA: eib@egebirlik.org.tr
WEB ADRESİ: www.egebirlik.org.tr
GENEL SEKRETER: İ. CUMHUR İŞBİRAKMAZ
GENEL SEKRETER YRD: KEMAL COŞKUN
GENEL SEKRETER YRD: ÇİĞDEM ÖNSAL
GENEL SEKRETER YRD: SERAP ÜNAL

GAB GÜNEYDOĞU ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

GAZİMUHTARPAŞA BULVARI MÜCAHİTLER MAH. 52012
NO'LU SK. NO: 6 27090 ŞEHİTKAMİL GAZİANTEP
TEL: 0 342 211 05 00 FAKS: 0 342 221 05 09-10
E-POSTA: gaibevrak@gaib.org.tr
WEB ADRESİ: www.gaib.org.tr
GENEL SEKRETER VEKİLİ: MİKAIL İRTEGÜN
GENEL SEKRETER YRD: AYDIN KUTLU

İİB İSTANBUL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ C-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CAD. YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 05 00 FAKS: 0 212 454 05 01 - 02
E-POSTA: iib@iib.org.tr
WEB ADRESİ: www.iib.org.tr
GENEL SEKRETER: İZZET SELÇUK ŞAĞBAN
GENEL SEKRETER YRD: DOĞUŞ TOZANLI

İMMİB İSTANBUL MADEN VE METAL İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ A-BLOK ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ
SANAYİ CAD.
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 00 00 FAKS: 0 212 454 00 01
E-POSTA: immib@immib.org.tr
WEB ADRESİ: www.immib.org.tr
GENEL SEKRETER: ARMAĞAN VURDU
GENEL SEKRETER YRD: COŞKUN KIRLIOĞLU
GENEL SEKRETER YRD: FATİH ÖZER
GENEL SEKRETER YRD: MUHARREM KAYILI

İTKİB İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

DIŞ TİCARET KOMPLEKSİ B-BLOK
ÇOBAN ÇEŞME MEVKİİ SANAYİ CAD.
YENİBOSNA-BAHÇELİEVLER/ İSTANBUL
TEL: 0 212 454 02 00 FAKS: 0 212 454 02 01
E-POSTA: info@itkib.org.tr
WEB ADRESİ: www.itkib.org.tr
GENEL SEKRETER V.: MUSTAFA BEKTAŞ
GENEL SEKRETER YARD. V.: MUSTAFA SEÇİLMİŞ

KİB KARADENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ATATÜRK BULVARI NO:19/E
28200 GİRESUN
TEL: 0 454 216 24 26 FAKS: 0 454 216 48 42
E-POSTA: kib@kib.org.tr
WEB ADRESİ: www.kib.org
GENEL SEKRETER T.: BÜLENT CEBECİ

OAİB ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

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 ADRESİ: www.oaib.org.tr
GENEL SEKRETER: ÖZKAN AYDIN

UIB ULUDAĞ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
2. GELİŞİM SAHASI
KAHVERENGİ CAD. NO: 11
16140 NİLÜFER/BURSA
TEL: 0 224 219 10 00
FAKS: 0 224 219 10 90
E-POSTA: uludag@uib.org.tr
WEB ADRESİ: www.uib.org.tr
GENEL SEKRETER: MÜMİN KARACAKAYALILAR
GENEL SEKRETER YRD: ÖZCAN KOLBAŞI
GENEL SEKRETER YRD: TANSU SINAĞ



- Depolama Hizmetleri
- Akaryakıt ve Oto Taşımacılığı
- Parsiyel Taşımacılık
- Karayolu, Demiryolu ve Gemi Taşımacılığı
- Forwarding Hizmetleri

BOZULABİLİR KARGODA TURKISH CARGO TAZELİĞİ

Sebze, meyve, balık, et ve çiçek gibi kolay bozulabilecek ürünleri özel depolama odalarımız ve soğuk zincir ekipmanlarımızla tazeliklerini koruyacak şekilde dünyanın dört bir yanına taşıyoruz.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com