

İhracat

Küresel Savaşların
Gölgesinde mi
Kalıyor?



Dosya:
İlk Yarıda
İhracatta Dengeli Büyüme

İhracat Rotası:
Küresel Pazardaki
Latin Ateşi: Meksika

Mekân:
Geçmişin Üretim Merkezleri
Bugünün Yaşayan Hafızaları

SÜRDÜRÜLEBİLİR ENERJİ GÜCÜNÜ BİZDEN ALIYOR.

ELK Motor, IEC 63-315 gövde aralığındaki elektrik motorlarını Avrupa standartlarında ve IE4, IE3 verimlilik sınıflarında üretiyor; tüm dünyaya ihraç ediyor.

Sustainable Energy Draws Its Power From Us.

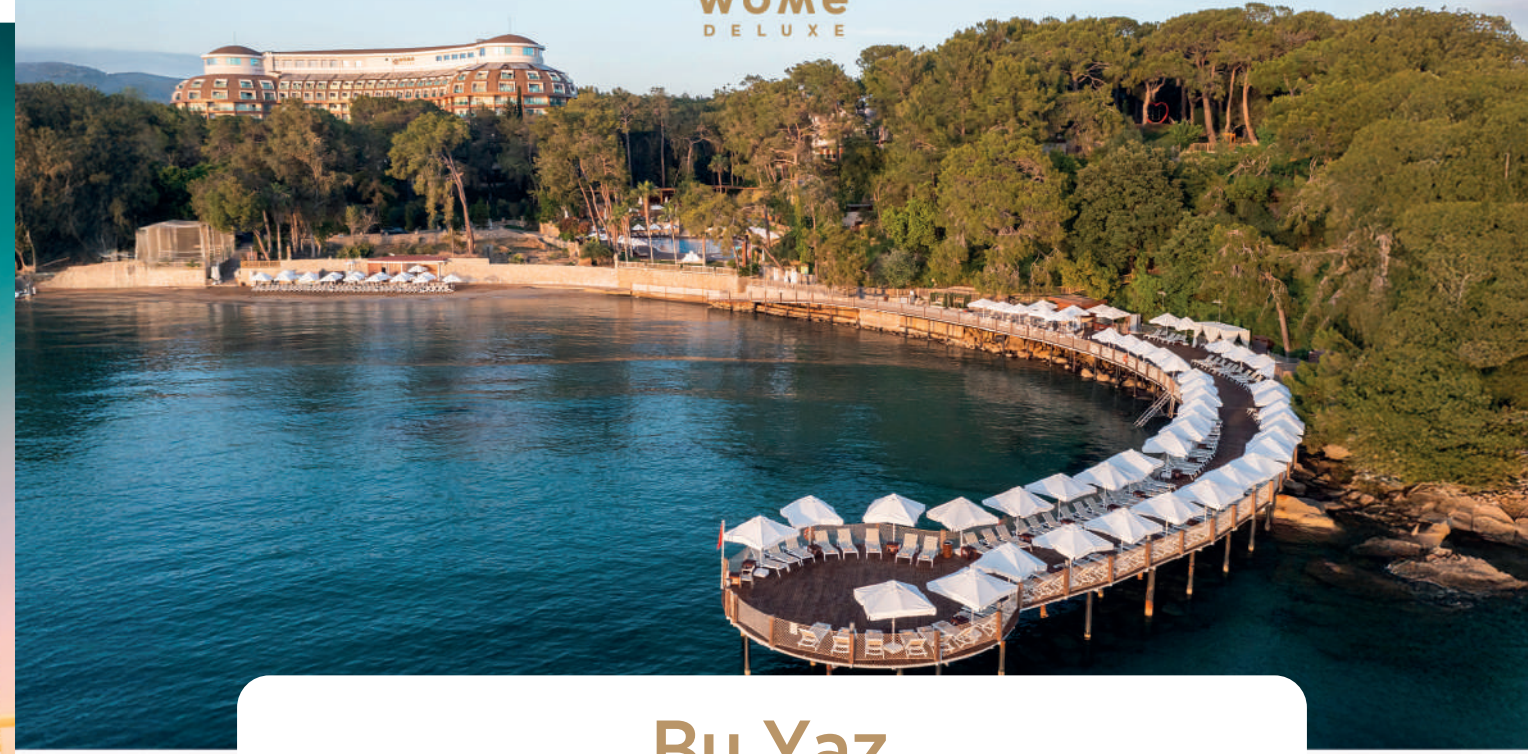
ELK Motor manufactures electric motors in the IEC 63-315 frame range, adhering to European standards and offering efficiency classes of IE4, IE3. These motors are exported worldwide.



YILMAZ GRUP



WOME
DELUXE



Bu Yaz Tatilin Wome Haline Davetlisiniz!



444 8 330 | wome.com.tr

İÇİNDEKİLER

10

TÜRKİYE’NİN AYLIK İHRACATI TEMMUZ’DA İLK KEZ 25 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

2025’in Ocak-Temmuz döneminde yedi aylık ihracat 156 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 269,5 milyar dolara yükseldi.

18

İHRACAT KÜRESEL SAVAŞLARIN GÖLGESİNDE Mİ KALİYOR?

Küresel savaşların yarattığı belirsizlik, jeopolitik krizlerin gölgesinde yükselen maliyetler ve azalan talep, Türkiye’nin ihracat performansını baskılayarak yatırım ortamını daha kırılgan hâle getirdi.

32

TÜRKİYE ENERJİ BAĞIMSIZLIĞINDA DÖNÜŞÜMÜN EŞİĞİNDE

2023 itibarıyla birincil enerji arzının yaklaşık yüzde 75’ini ithalatla karşılayan Türkiye, her yıl 50 milyar doları aşan enerji kaynaklı dış ticaret açığıyla karşı karşıya. Yani dönüşüm kaçınılmaz.

40

İLK YARIDA İHRACATTA DENGELİ BÜYÜME

2025 yılının Ocak-Haziran döneminde yüzde 4,1’lik artış ile toplam 131,4 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Türkiye, küresel piyasalardaki zor koşullara rağmen ilk yarıda temkinli ilerleyerek dengeli bir ihracat performansı sergiledi.

56

KÜRESEL PAZARDAKİ LATİN ATEŞİ: MEKSİKA

Kıtalararası stratejik konumu, genç ve büyük nüfus yapısıyla Meksika, sadece Latin Amerika’nın değil, küresel ekonomik sistemin de yükselen aktörleri arasında yer alıyor.

62

İHRACATIN SARSILMAZ DİNAMOSU: ÇELİK

Ülke ekonomisine güçlü katkısı artarak devam eden Türk çelik sektörü, yeni dönemde atılacak stratejik adımlarla küresel rekabetteki pozisyonunu daha ileri taşımayı amaçlıyor.

68

GEÇMİŞİN ÜRETİM MERKEZLERİ BUGÜNÜN YAŞAYAN HAFIZALARI

Bir zamanlar İstanbul’daki üretimin kalbini oluşturan yapılar, bugün geçmişteki işlevsellikleri baki olmasa da şehrin hafızasında derin izler taşıyan kültür duraklarına dönüşmüş durumda.

74

YİĞİTLERİN MEYDAN BULUŞMASI

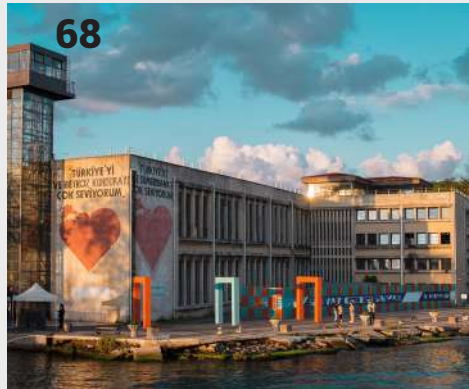
Orta Asya’nın bozkırlarından Anadolu topraklarına uzanan yağlı güreş sporu, zaman içinde Türklerin savaşçılığını, fiziksel kudretini ve ahlaki duruşunu simgeleyen bir kültüre dönüştü. 650 yılı aşkın süredir devam eden bu gelenek, her yıl festival olarak şenliklerle birlikte devam ettiriliyor.

32



Türkiye’nin 2035 Enerji Planı ve 2053 Net Sıfır Stratejisi’ndeki hedefler doğrultusunda yapılacak harcamaların yüzde 30’u konutların dönüşümüne, yüzde 20’si elektrik altyapısına, yüzde 15’i sanayiye, yüzde 10’u ise ulaşım altyapısına ayrılacak.

68



Türk Hava Yolları (THY) Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat: “Elde ettiğimiz finansal kâr ve döviz girdisi, yatırımlarımızı destekliyor ve bu sayede, şirketimizin küresel havacılık ekosistemindeki rekabet gücü artarken Türkiye’nin bayrak taşıyıcısı olarak uluslararası alanda itibarı güçleniyor.”

26



56



TİM REPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU

Adil PELİSTER

Birol CELEP

Melisa TOKGÖZ MUTLU

Yiğit Tufan ESER

Elif ÇAKIROĞLU ERDEM

Mustafa SEÇİLMİŞ

Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR

Tayyip YAHYAOĞLU

Okan UKAV

YÖNETİM YERİ

TİM Dış Ticaret Kompleksi

Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No:

3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL

444 0 846 (TİM)

tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr

viyamedya

AJANS BAŞKANI

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR

Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM

Hira DOLGUN

EDİTÖR

Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY

ilknur@viyamedya.com

İLETİŞİM

Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.

Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)

Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com



/viyamedya

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



Çift Haneli Artışlar için Tüm Sektörleri Oyuna Dâhil Etmeliyiz

Temmuz ayı ihracat verilerini Samsun'da açıkladık. Samsun'un Türkiye tarihinde çok anlamlı bir yeri var. Büyük Önder Atatürk, bağımsızlığın meşalesini 19 Mayıs 1919'da Samsun'da ateşlemişti.

Kurtuluş mücadelemizin simge şehrinde ihracatımız için çok anlamlı verileri paylaştık. İhracatımızı yüzde 11 artırdığımız Temmuz'da, 25 milyar dolarla bugüne kadarki en yüksek aylık ihracatımıza imza attık. Yedi aylık ihracatımız 156,4 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 269,5 milyar dolara ulaştı.

Temmuz ayı ihracatımızda elde ettiğimiz çift haneli büyüme son derece önemli. İhracat ailesi olarak sonuçtan mutluyuz. Çünkü biz orta ve uzun vadeli hedeflerimize ulaşabilmemiz için ihracatımızı çift haneli büyütmemiz gerektiğini her fırsatta dile getiriyoruz. Çift haneli büyümenin yolu tabana yayılan, tüm sektörlerden pozitif katkı aldığımız bir ihracat kurgusundan geçiyor.

Oysa Temmuz ayındaki yüzde 11'lik artış daha çok konjonktürel nedenlerden kaynaklanıyor.

Geçen ay ihracatımızı otomotiv ve kimya sektörlerimizin domine ettiğini görüyoruz. Otomotivde yüzde 23, kimyada yüzde 33 artış var. Temmuz ayındaki 2,5 milyar dolarlık artışın yaklaşık 1,6 milyar doları bu iki sektörden geldi. Paritenin de 825 milyon dolarlık bir katkısı var. Yani temmuzdaki 2,5 milyar dolarlık artışın 2,4 milyar dolarlık bölümü otomotiv ve kimya sektörlerimizle birlikte pariteden

kaynaklandığını görüyoruz.

Oysa istikrarlı ve sürdürülebilir artış için tüm sektörlerimizi oyuna dâhil etmemiz gerekiyor.

Bunun da yolu zayıflayan rekabetçiliğimizin yeniden güçlendirilmesinden geçiyor. Merkez Bankasının, temmuz toplantısında gerçekleştirdiği 300 baz puanlık faiz indirimini olumlu bir adım olarak değerlendiriyoruz. Faiz indirimi ve yüzde 3'lük döviz dönüşüm desteğinin üç ay uzatılmasındaki katkısı için Merkez Bankası Başkanı Fatih Karahan'a teşekkür ediyorum.

Biz de ihracatımızı artırmak için yoğun bir mesai yürütmeye devam ediyoruz. Özellikle rekabetçiliğimizin zayıflaması nedeniyle kaybettığımız pazarları telafi etmek adına heyet programlarımıza büyük önem veriyoruz.

TİM ve İhracatçı Birlikleri olarak yedi ayda 45 ülkede 65 ticaret heyeti gerçekleştirdik. Önümüzdeki beş ay için ajandamızda 59 genel ve sektörel ticaret heyeti yer alıyor.

Tüm firmalarımızı bu heyetlere katılmaya davet ediyorum.

Diğer taraftan dünyanın en büyük ithalatçısı ABD'nin yeni tarifeleri büyük ölçüde netleşti. Trump yönetiminin Türkiye'ye uyguladığı ek gümrük vergisini son dakikada yüzde 10'dan yüzde 15'e çıkarmasını ihracatımız adına olumsuz bir gelişme olarak not ettik. Vergi oranı olarak yine de birçok ülkeye göre avantajlıyız. Ancak bu avantajın fırsata dönüştürmemiz için rekabetçilikte 2-3 yıl öncesinin koşullarına dönebilmeliyiz.

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

DÜNYA TURU



DÜNYA

KÜRESEL YABANCI YATIRIMLAR YENİDEN DÜŞTÜ

BM Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) Genel Sekreteri Rebecca Grynspan, Cenevre'de tanıttığı Dünya Yatırım Raporu 2025'te, küresel doğrudan yabancı yatırımın 2024'te yüzde 11 düşerek üst üste ikinci kez gerilediğini açıkladı. Bu durumun geçici değil, kalıcı bir trend olduğunu vurgulayan Grynspan, özellikle en az gelişmiş ülkelerde yatırımların istihdam, altyapı ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini olumsuz etkilediğini belirtti. Yenilenebilir enerji, su ve sanitasyon, tarımsal gıda sistemlerine yatırımlar gerilerken sağlık yatırımları artsa da yetersiz kaldı. Afrika, Hindistan, Körfez ve Latin Amerika'da ise olumlu sinyaller gözlemlendi.



ABD

TARİFE, KÜRESEL GÖRÜNÜMÜN BULANIKLAŞMASINA YOL AÇIYOR

Yayımlanan anketler, ABD'nin uyguladığı tarifelerin Asya ve Avrupa'daki imalat sektörlerinde belirsizlik yarattığını, ancak bazı ülkelerin bu ortamda dahi büyümeyi sürdürdüğünü gösteriyor. Japonya, 13 ay sonra ilk kez imalat sanayinde büyüme kaydetti. Güney Kore'nin imalat faaliyeti beklenenden daha az daralırken Çin'in Caixin PMI endeksi de haziran ayında genişledi. Avrupa'da İrlanda, İspanya ve Hollanda iyi performans gösteren ülkeler arasında yer alırken euro bölgesinin genelindeki veriler genel olarak yatay seyretti. İngiltere ise daha yavaş da olsa daralmaya devam etti.



ÇİN

ALIEXPRESS AVRUPA'DA TESLİMAT HİZMETİNİ BAŞLATTI

Çin'in çevrim içi pazar yeri AliExpress, lojistik hizmetlerinin başlamasıyla birlikte Shein, Temu ve Amazon gibi rakiplerinin izinden gidiyor. Avrupa'da satın aldığı depolar ile nakliye sürecini hızlandırmayı hedefleyen platform, perakendecilerin nakliyeyi dış kaynak olarak kullanmalarına olanak tanıyan bir tedarik çözümü olan Local+'ı piyasaya sürüyor. 2022'den beri Avrupa'daki çevrim içi satıcılar AliExpress pazar yerinde satış yapabiliyor. Satıcılar, şimdiye kadar gönderimi kendileri veya üçüncü taraf sağlayıcılar aracılığıyla yapmak zorundaydı. Yeni uygulama ile birlikte Çin pazar yeri, Birleşik Krallık, İspanya ve Almanya'da 10 depo satın aldı.



AB

YEŞİL PROJELER İÇİN SÜBVANSİYON KURALLARI KOLAYLAŞTIRILIYOR

İşletmelerin karbon emisyonlarını azaltmayı hedefleyen projeleri için sübvansiyon ve teşvik almasının kolaylaştırılması hedefleniyor. Avrupa Komisyonu'nun duyurduğu daha gevşek kurallar kapsamında ağır sanayiler ise geçici elektrik fiyat indirimlerinden yararlanacak. Aralık 2030'a kadar geçerli olacak yeni devlet yardımı kuralları, Komisyon'un Temiz Sanayi Anlaşması ile Avrupa sanayisini canlandırarak küresel ticarete daha iyi rekabet edebilmelerine yardımcı olma ve ayrıca Avrupa'da kalmalarını teşvik etme hedefinin bir parçası.



ALMANYA

İKLİM HEDEFLERİNİN ÜÇTE BİRİNE ULAŞABİLİR

Almanya'daki bir araştırma enstitüsü, ülkedeki fosil yakıt sübvansiyonlarının azaltılmasının, karbon fiyatlandırması gibi ek araçlara gerek kalmadan iklim hedeflerinin yaklaşık üçte birine ulaşılmasına yardımcı olabileceğini açıkladı. Avrupa Ekonomik Araştırmalar Merkezi (ZEW) yaptığı çalışmada, her üç ülkeden birinin kömür, petrol ve gaz gibi fosil yakıtlara yönelik sübvansiyonları keserek iklim hedeflerine ulaşabileceğini belirtti. Almanya, Avrupa Birliği Çevre Ajansına göre 2023 yılında kömür, petrol ve doğal gaz yaklaşık 41 milyar euro devlet desteği sağlayarak AB'de fosil yakıtlara en fazla destek sağlayan ülke olmaya devam etti. Bu değer, o yılki AB sübvansiyon toplamının yüzde 60'ından fazlasına denk geliyor.



TÜRKİYE

DIŞ TİCARET BEKLENTİ ANKETİ'NİN 3. ÇEYREK SONUÇLARI AÇIKLANDI

Ticaret Bakanlığı tarafından üçer aylık dönemler halinde uygulanarak Resmi İstatistik Programı (RİP) kapsamında yayımlanan Dış Ticaret Beklenti Anketi sonuçları açıklandı. Endeks değerinin 100'ün üzerinde olması artış, altında olması azalış beklentisini gösteriyor. Anket sonuçlarına göre Üçüncü Çeyrek İhracat Beklenti Endeksi 105,5 olarak gerçekleşirken İthalat Beklenti Endeksi ise 114,8'e ulaştı. Sonuçlar üzerine yapılan değerlendirmeler, her iki endeksin de olumlu beklentilere işaret ettiğini gösteriyor.

Türkiye'nin Aylık İhracatı Temmuz'da İlk Kez 25 Milyar Dolara Ulaştı

Türkiye, Temmuz'da 25 milyar dolarla en yüksek aylık ihracat değerine ulaştı. 2025'in Ocak-Temmuz döneminde yedi aylık ihracat 156 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 269,5 milyar dolara yükseldi.



Türkiye'nin Temmuz ayında ihracatta elde ettiğimiz 25 milyar dolarla en yüksek aylık ihracat değerine ulaştı. 2025'in Ocak-Temmuz döneminde yedi aylık ihracat 156 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 269,5 milyar dolara yükseldi. Temmuz ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Samsun'da açıklandı.

"TEMMUZ REKORLAR AYI OLDU"

Programda konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Temmuz ayının dış ticarete "rekorlar ayı" olduğunu belirtti. İhracattaki başarılarla ilişkin müjdeli haberler veren Bolat, şunları kaydetti: "2025 yılının ilk yedi ayının altısında mal ihracatımız geçen yılın aynı ayına kıyasla artmaktadır. Temmuz ayında Cumhuriyet tarihimizin en yüksek aylık mal ihracat rekoru kırılmıştır. Bu kapsamda en yüksek aylık tem-

muz ayı mal ihracat rekoru da kırılmıştır. Tarihimizin en yüksek yıllık bazda mal ihracat rekoru da yinelenmiştir."

Temmuz ayında ihracatın 25 milyar dolara ulaşarak hem tüm zamanların en yüksek aylık ihracatı hem de en yüksek temmuz ayı ihracatı olduğunu vurgulayan Bolat, bir önceki aylık rekorun 24,8 milyar dolarla Mayıs 2025'te kırıldığını hatırlattı.

"DIŞ TİCARET AÇIĞI SON DOKUZ AYIN EN DÜŞÜK SEVİYESİNDE"

İhracattaki güçlü performansın yanı sıra ithalattaki artış hızının da yavaşladığına dikkati çeken Bakan Bolat, Haziran ayında yüzde 15 olan ithalat artış hızının Temmuz'da yüzde 5'e gerilediğini bildirdi. Ticaret Bakanı Ömer Bolat, "Temmuz ayında ihracattaki büyük artış ve ithalat artışındaki yavaşlama sonucunda, dış ticaret açığı son dokuz ayın en düşük seviyesinde

gerçekleşmiştir." dedi. İhracatın ithalatı karşılama oranının da Temmuz'da yüzde 79,5'e yükselerek son dokuz ayın en yüksek seviyesine çıktığını aktaran Bakan Bolat, bu oranın Ekim 2024'te yüzde 79,8 olduğunu anımsattı.

"PARİTE 130,5 MİLYON DOLAR KATKI SAĞLADI"

Bakan Bolat, Temmuz ayı verilerine etki eden takvim ve parite etkilerine de değindi. Temmuz ayında bir önceki yılın aynı ayına göre bir iş günü fazlası olduğunu ve bunun yaklaşık 150 milyon dolarlık olumlu takvim etkisi yarattığını belirten Bolat, parite etkisine ilişkin şu bilgileri verdi: "İhracatımız, Ticaret Araştırmaları ve Risk Değerlendirme Genel Müdürlüğümüzün hesaplamalarına göre parite kaynaklı olarak yaklaşık 831,5 milyon dolar artmıştır. İthalatımıza paritenin etkisi ise 701,0 milyon dolar artış yönünde olmuştur. Böylece parite, Temmuz ayında dış ticaret dengesine 130,5 milyon dolar olumlu katkı sunmuştur."

"17 SEKTÖRÜMÜZ ARTI, 9 SEKTÖRÜMÜZ EKSI YAZDI"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise konuşmasında 280 milyar dolarlık ihracat hedefiyle başladıklarını 2025'in ilk yarısını beklentilerinin altında bir performansla tamamladıklarını hatırlattı. Paritenin katkısıyla yılın ikinci yarısına hızlı bir başlangıç yaptıklarını belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre Temmuz'da 25 milyar dolarla bugüne kadarki en yüksek aylık ihracat değerine ulaştık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 11 artıdayız. Ocak-Temmuz döneminde yedi aylık ihracatımız 156 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 269,5 milyar dolara ulaştı. Yedi aylık ihracatta yüzde 5,1, yıllıklandırılmış ihracatta yüzde 3,1 artıdayız. Temmuz ayında hizmet ihracatımızın 11,8 milyar dolar civarında geleceğini tahmin edi-

yoruz. Sektörler özelinde baktığımızda otomotiv 3,8 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi, 3,4 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1 milyar 580 milyon dolarla hazır giyim, 1 milyar 570 milyon dolarla elektrik ve elektronik ve 1,4 milyar dolarla çelik takip etti. Toplamda 17 sektörümüz ihracatını artırırken 9 sektörümüz eksi yazdı. En çok ihracat yapan beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Ankara, Bursa ve İzmir şeklinde sıralandı. Ankara, Bolu, Çankırı, Edirne ve Muğla bugüne kadarki en yüksek aylık ihracat değerlerine ulaştı. Temmuz'da bin 180 firmamız ilk kez ihracat gerçekleştirdi. Paritenin ihracatımıza katkısı ise 825 milyon dolar oldu. Böylece paritenin son üç aydaki katkısı 1,6 milyar dolara ulaştı. En çok ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, Birleşik Krallık, ABD, Birleşik Arap Emirlikleri ve İtalya şeklinde sıralandı. 52 ülkede yüzde 50'nin, 107 ülkede yüzde 10'un üzerinde artış kaydettik. Genel tabloda ise 137 ülkeye ihracatımızı artırdık."

"İHRACATIMIZI HER AY ÇİFT HANELİ BÜYÜTEBİLMELİYİZ"

Temmuz ayında ihracatta elde edilen yüzde 11'lik artıştan büyük bir mutluluk duyduklarını vurgulayan Mustafa Gültepe, orta ve uzun vadeli hedeflere ulaşabilmeleri için her ay aynı başarıyı elde etmek durumunda olduklarını söyledi. Çift haneli büyümenin yolunun tabana yayılan, tüm sektörlerin pozitif katkı verdiği bir ihracat kurgusundan geçtiğini vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "Oysa Temmuz ayındaki yüzde 11'lik artış daha çok konjonktürel nedenlerden kaynaklanıyor. Geçen ay ihracatımızı otomotiv ve kimya sektörlerimizin domine ettiğini görüyoruz. Hesap ortada: Otomotivde yüzde 23, kimyada yüzde 33 artış var. Temmuz ayındaki 2,5 milyar dolarlık artışın yaklaşık 1,6 milyar doları bu iki sektörden geldi. Paritenin de 825

milyon dolarlık bir katkısı var. Yani Temmuz'daki 2,5 milyar dolarlık artışın neredeyse tamamı otomotiv ve kimya sektörümüzle pariteden kaynaklandığını görüyoruz. Şikâyetçi değiliz, ama istikrarlı ve sürdürülebilir artış için tüm sektörlerimizi oyuna dâhil etmemiz gerekiyor. Bunun da yolu zayıflayan rekabetçiliğimizin yenisinden güçlendirilmesinden geçiyor. Merkez Bankasının Temmuz toplantısında gerçekleştirdiği 300 baz puanlık faiz indirimini bu anlamda olumlu bir adım olarak değerlendiriyoruz."

"ABD PAZARINDA FIRSAT YARATABİLİRİZ"

ABD'nin yeni vergi tarifelerini de değerlendiren Gültepe, Trump yönetiminin Türkiye'ye uyguladığı ek gümrük vergisini son dakikada yüzde 10'dan yüzde 15'e çıkarmasının, talihsiz bir adım olduğunu söyledi. Gültepe, "Biz, her şeye rağmen ABD pazarındaki payımızı artırmaya odaklıyız. Rekabetçilikte 2-3 yıl öncesinin koşullarına dönebilirsek ABD pazarında kısmi avantajımızı fırsata dönüştürebiliriz. Elbette ABD ile ticaret diplomamızın de çok yönlü ve kararlı şekilde sürdürülmesi büyük önem arz ediyor." dedi.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Temmuz ayında ihracattaki büyük artış ve ithalat artışındaki yavaşlama sonucunda, dış ticaret açığı da azaldı. Böylelikle dış ticaret açığı son dokuz ayın en düşük seviyesinde gerçekleşmiştir."



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Temmuz ayında ihracatta elde ettiğimiz 2,5 milyar dolarlık artışın neredeyse tamamının otomotiv ve kimya sektörlerimizle pariteden kaynaklandığını görüyoruz. Şikâyetçi değiliz ama istikrarlı ve sürdürülebilir artış için tüm sektörlerimizi oyuna dâhil etmemiz gerekiyor."



Türk İhracatçıları Kamerun'da İş Fırsatlarını Değerlendirdi



Etkinlik kapsamında düzenlenen ikili iş görüşmelerinde 1.000'in üzerinde buluşma gerçekleştirilerek iki ülke arasındaki ticari iş birliği potansiyeli somut adımlarla pekiştirildi.

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri organizasyonunda düzenlenen Kamerun Genel Ticaret Heyeti programı, 1-5 Temmuz tarihleri arasında Kamerun'un önemli ticaret merkezlerinden Douala şehrinde gerçekleştirildi.

Heyete, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu

Üyesi Bünyamin Yevlal başkanlık etti. Kimya, tekstil, makine, demir, halı, mobilya, deri ve elektrik-elektronik sektörlerinde faaliyet gösteren 20 Türk ihracatçı firma temsilcisi programda yer aldı.

Programın açılışında Kamerun Ticaret Bakanı Luc Magloire Mbarga Atangana, T.C. Yaounde Büyükelçisi Volkan Öskiper ve Douala şehri Belediye Başkanı Roger Mbassa Ndine katılımcılara hitap etti. Kamerun iş ve siyaset dünyasından çok sayıda temsilcinin yer aldığı etkinlikte, Türk firmaları ile Kamerunlu iş insanları arasında yoğun temaslar kuruldu. Etkinlik kapsamında düzenlenen ikili iş görüşmelerinde 1.000'in üzerinde buluşma gerçekleştirilerek, iki ülke arasındaki ticari iş birliği potansiyeli somut adımlarla pekiştirildi.

İhracat Talep Endeksi 99,8 Oldu

Önemli pazarlarda talebi oluşturan koşullar ile global ekonomideki talep ve risklerin takip edildiği İhracat Pazar Monitörü'nün haziran ayı sonuçları paylaşıldı. Buna göre ihraç edilen ürünlere olan talep koşullarını ihracat yapılan pazarlar üzerinden, temel makroekonomik göstergeler ve öncü makroekonomik göstergeleri kullanarak takip eden İhracat Talep Endeksi, haziran ayında aylık bazda yüzde 0,6 ve

bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 0,5 azalış ile 99,8 oldu ve uzun dönem ortalamasının altında seyretti.

Uzun ve kısa vadeli sosyal, ekonomik ve politik göstergelerden yararlanarak oluşturulan ve ihracat pazarlarının risklere karşı direncini ölçen TİM Pazar Dayanıklılık Endeksi, haziran ayında aylık bazda yüzde 0,3 azalış ve geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,9 artış göstererek 100,7 oldu.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) İhracat Pazar Monitörü'nün haziran ayı sonuçlarına göre İhracat Talep Endeksi 99,8, Pazar Dayanıklılık Endeksi ise 100,7 puan olarak gerçekleşti.



Uyum İçin
Son Tarih

31 AĞUSTOS
2025

MKK'NIN ELEKTRONİK YÖNETİM KURULU SİSTEMİ (e-YKS) ŞİRKETLERİN e-DEFTER YÜKÜMLÜLÜĞÜNÜ GÜVENLE YERİNE GETİRİYOR

Ticaret Bakanlığı'nın 1 Temmuz 2025'te yürürlüğe giren Tebliği kapsamında geliştirilen e-YKS Elektronik Karar Defteri modülüyle, kararlarınızı elektronik ortamda güvenle saklayabilirsiniz.

Detaylı bilgi için: www.mkk.com.tr



**MERKEZİ KAYIT
İSTANBUL**
Türkiye Sermaye Piyasaları - Merkezi
Saklama ve Veri Depolama Kuruluşu



- www.mkk.com.tr
- [@MerkeziKayitTur](https://twitter.com/MerkeziKayitTur)
- [Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. \(MKK\)](https://www.linkedin.com/company/Merkezi-Kayit-Kurulusu-A-S--(MKK))
- [Merkezi Kayıt İstanbul](https://www.youtube.com/channel/UCMerkeziKayitIstanbul)
- [merzekikayitistanbul](https://www.instagram.com/merzekikayitistanbul)

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı

TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, KOBİ'lerin sürdürülebilirlik odaklı dönüşümünde hem stratejik hem de pratik katkılar sunarak çevresel hedeflere ulaşmalarında etkin bir araç görevi görüyor.



Yeşil dönüşüm süreçlerinde KOBİ'lere özel destek sağlayan TİM-TÜBİTAK Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı, işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik yolculuklarında önemli bir rehber niteliği taşıyor.

Program kapsamında, KOBİ'lerin mevcut durumları analiz edilerek yeşil dönüşümdeki güçlü ve zayıf yönleri belirleniyor. Bu analiz doğrultusunda, iyileştirme gerektiren alanlara yönelik başlıklar tanımlanıyor ve her bir başlık için somut adımları içeren yol haritaları hazırlanıyor.

Programın temel hedefi, KOBİ'lerin Yeşil Mutabakat ve ilgili mevzuatlara uyum kapasitelerini artırmak ve bu alandaki gereklilikleri karşılayabilir hale gelmelerini sağlamak.

Altı aylık programın mentörlük sürecinde firmalara, Fiziki veya Dijital Mentörlük şeklinde iki farklı modelde destek sunuluyor. Fiziki mentörlük hizmetini tercih eden firmalar her hafta en az dört saatlik yerinde ziyaretlerle desteklenirken dijital mentörlük modelini seçen firmalar ise GREENTİM platformu üzerinden çevrim içi rehberlik hizmeti alıyor.

TİM Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı ile alanında uzman mentörler tarafından verilecek mentörlük hizmeti kapsamında Türkiye genelinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin;

- Yeşil dönüşüm konusunda mevcut durumlarının belirlenmesi,
- Boşluk analizi yapılarak iyileşme sağlanması planlanan başlıkların belirlenmesi,

- Belirlenen başlıklara ilişkin çözümlerin hayata geçirilmesine yönelik yol haritalarının oluşturulması amaçlanıyor.

TÜBİTAK tarafından yüzde 90 oranında desteklenen programın finansman yapısında, katılımcı firmalar yalnızca yüzde 10 oranında katkı sağlıyor. Bu doğrultuda, programı başarıyla tamamlayan firmalar, altı aylık sürecin sonunda 250.000 TL'lik program bedelinin yüzde 10'u olan 25.000 TL ile bu tutara ait yüzde 20 KDV olan 50.000 TL'yi kapsayan toplam 75.000 TL tutarında bir ödeme gerçekleştiriyor. Program, KOBİ'lerin sürdürülebilirlik odaklı dönüşümünde hem stratejik hem de pratik katkılar sunarak çevresel hedeflere ulaşmalarında etkin bir araç görevi görüyor.

TİM
TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

TÜBİTAK

Yeşil İnovasyon Teknoloji Mentörlük Programı başvuruları başladı



www.tim.org.tr

SAVUNMA HARCAMALARI SAVAŞ MI YARATIR, ENFLASYON MU?



PROF. DR. EMRE ALKIN

Savunma harcamalarının artmasının, savaş ve çatışmaları doğrudan artırdığı veya tetiklediği konusunda kesin ve tek bir görüş yok. Ancak tarihsel örnekler baktığımızda, yüksek savunma harcamalarının bazen bölgesel gerilimleri ve çatışma risklerini artırdığı görülüyor.

Bundan tam 27 yıl önce bir makale yazmıştım. “Türkiye’de Millî Savunma ve Kamu Harcamaları’nın, Bütçe Açığı, İç Borçlanma ve Enflasyona Etkisi” adlı makaleyi yazdığım da Millî Savunma Bakanlığı F-16 Sistem Yönetim Daire Başkanlığında Askerlik Görevimi tamamlamak üzereydim.

Makaleyi yazdığım dönemde dünyada millî savunma sanayisi henüz sivil sanayilerle iş birliği içinde değildi. Dolayısıyla savunma harcamalarının enflasyonist etkisi ve büyümeye katkısı oldukça sınırlıydı. Hatta “fire etkisi” dediğimiz, fazla parayı yok etme özelliği açısından olumlu yan etkileri de vardı.

Makaleyi yazmamdan çeyrek asır sonra işler değişti. Bugün harp teknolojileri ile sivil teknolojiler iç içe girdi, beraber çalışıyorlar ve yapılan harcamaların enflasyonist etkisi ve büyümeye katkısı azımsanmayacak bir seviyeye ulaştı. Ancak meseleyi enine boyuna incelemeyen kesin bir kanaate ulaşmak yanlış olur.

Savunma harcamalarının artmasının, savaş ve çatışmaları doğrudan artırdığı veya tetiklediği konusunda kesin ve tek bir görüş yok; ilişkiler karmaşık ve çeşitli faktörlere bağlı. Ancak tarihsel örnekler baktığımızda,

yüksek savunma harcamalarının bazen bölgesel gerilimleri ve çatışma risklerini artırdığı görülüyor. Hemen örnek vereyim:

1930’larda Almanya ve Güney Afrika’da silahlanma hız kazandı. Mesela, Nazi Almanyası 1933-1939 arasında silahlanmaya bolca yatırım yaptı. Sonuç? Orada ciddi bir askeri güç ve silah sayısı arttı, bu da II. Dünya Savaşı’nın başlamasında büyük rol oynadı. Yani yüksek askeri harcamalar ileride büyük çatışmaların temelini attı diyebiliriz.

Dengeli savunma harcamaları kısa vadede güvenlik ve teknoloji gelişimine katkıda bulunabilir. Ama aşırısı, enflasyonu artırabilir, bütçe açığı ve ekonomik istikrarsızlık getirebilir. Bu yüzden, akıllı politikalar ve yerli, sürdürülebilir savunma sanayisi önemli oluyor.

Biraz daha güncel tarihleri de konuşalım: Soğuk Savaş döneminde, 1947-1991 arasında ABD ve Sovyetler Birliği kendi silah stoklarını, özellikle nükleer silahlarını artırdı. Bu “silah yarışı”, doğrudan savaş olmasa da birçok bölgesel çatışmaya zemin hazırladı. Kore, Vietnam, Afganistan gibi savaşlar bunların sonucu diyebiliriz. Kısacası, bu eski büyük güçlerin silahlanma yarışı, korku ve gerilimi artırdı.

Bir başka örnek, İran-İrak Savaşı (1980-1988). Her iki ülke de bolca savunma harcaması yaptı, bu da savaşın çapını sürekli büyüttü ve büyük kayıplara yol açtı. Yani yüksek harcamalar, savaşın şiddetini artırdı diyebiliriz. Güneydoğu Asya ve Kore yarımadasında da benzer bir durum vardı: Güney Kore’nin savunma harcamaları yükseltip, Kuzey Kore ise nükleer ve füze çalışmalarını hızlandırınca gerilim arttı, çatışma riskini yükseltti.

Tüm bunlar bize ne anlatıyor? Yüksek savunma harcamaları genellikle güç gösterisi ve caydırıcılık için yapılır ancak bölgesel gerilimi ve çatışma risklerini artırabilir. Ama bazen bu harcamalar diplomasi ve yapıcı politikalarla dengelenebilir; böylece çatışmalar önlenir. Tarih bize gösteriyor ki, savunma harcamalarının artışı her zaman stres ve çatışma artışına neden olabileceği gibi bazen de barış ve ilerleme için kullanılabilir.

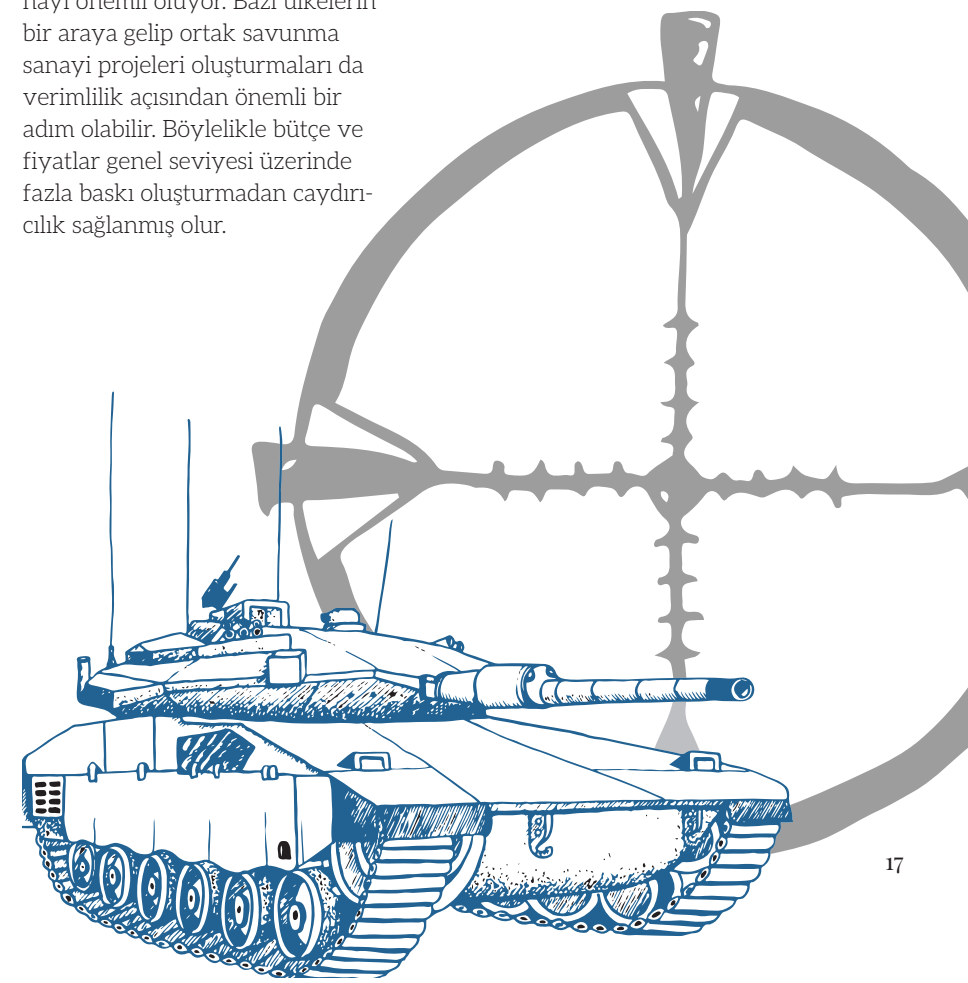
Meselenin ekonomik tarafına gelince: Yüksek seyreden savunma harcamaları, benim makaleyi yazdığım 1998’den beri tür ve şekil değiştirdi. Artık ekonomide toplam talebi artıran bir hâle büründü. Özellikle 2000 yılından sonra sonrası savunma bütçesini artıran ülkelerde, ekonomilerin canlı kaldığını ama bunların bütçeyi zorlayıp, enflasyonu yükselttiğini görüyoruz. Mesela, ABD’de 1980’lerde savunma harcamaları

yükselirken enflasyon da yüzde 13’lere kadar çıktı.

Savunma sanayine büyük yatırım yapan bazı ülkelerde ise teknolojik gelişmeler ve ihracat arttı. Örnek olarak Türkiye, 2000’lerde bu yola girdi, kısa vadede büyümeye katkı sağladı. Ayrıca bunu savunma harcamalarının millî gelire oranını yüzde 3,5’ten yüksek çıkarmadan başardı. Ancak son NATO zirvesinde karar verilen “Savunma Harcamalarının Millî Gelire oranının yüzde 5 olması” kuralı, kamu kaynaklarını başka alanlardan kaydırıp, uzun vadede büyümeyi olumsuz etkileyebilir.

Özetle, dengeli savunma harcamaları kısa vadede güvenlik ve teknoloji gelişimine katkıda bulunabilir. Ama aşırısı, enflasyonu artırabilir, bütçe açığı ve ekonomik istikrarsızlık getirebilir. Bu yüzden, akıllı politikalar ve yerli, sürdürülebilir savunma sanayi önemli oluyor. Bazı ülkelerin bir araya gelip ortak savunma sanayi projeleri oluşturmaları da verimlilik açısından önemli bir adım olabilir. Böylelikle bütçe ve fiyatlar genel seviyesi üzerinde fazla baskı oluşturmaktan caydırıcılık sağlanmış olur.

Türkiye, 2000’lerde savunma sanayine yaptığı yatırımlarla kısa vadede büyümeye katkı sağladı. Ayrıca bunu savunma harcamalarının millî gelire oranını yüzde 3,5’ten yüksek çıkarmadan başardı.



İhracat

Küresel Savaşların Gölgesinde mi Kalıyor?

Küresel savaşların yarattığı belirsizlik, enerji fiyatlarındaki dalgalanmalardan tedarik zinciri aksaklıklarına kadar tüm mekanizmalarıyla ihracatı ve ihracatçıyı zorluyor. Jeopolitik krizlerin gölgesinde yükselen maliyetler ve azalan talep ise Türkiye'nin ihracat performansını baskımlarken yatırım ortamını daha kırılgan hâle getirmiş durumda.

Bir ülkenin bağımsızlığının temelini, sahip olduğu ekonomik güç belirliyor. Bu gücün mevcudiyeti ise doğrudan üretime bağlı. Ülkenin sanayideki gelişmişliği üretimini ve bu üretimin yarattığı ekonomi de gelecek için yapılan yatırımların finansmanını destekleyen önemli bir zincir oluşturuyor. Peki, üretiyor ama bunu dış etkenler nedeniyle daha fazla alıcıya ulaştırmakta güçlük çekiliyorsa? Ve bu dış etkeni bir hatta birden fazla savaş oluşturuyorsa...

1990'ların başından itibaren Körfez Savaşı ile başlayan küresel çatışmalar; Afganistan, Irak, Suriye, Libya, Yemen iç savaşları, 2022'de başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı, 2023'te tekrarlayan İsrail-Filistin çatışması ve son olarak İsrail-İran arasında baş gösteren gerilim, bölgeyi olduğu gibi Türkiye'yi de negatif etkiliyor. Ülkeler arasındaki yaşanan herhangi bir gerginlik, enerji fiyatlarında ani artış, küresel ticaret zincirlerinde aksaklık, yatırımcı güveninde dalgalanma ve yüksek belirsizlik nedeniyle risk primi artışı gibi birçok soruna yol açıyor. Siyasi gerilimlerin, enflasyonist şoklara ve kur üzerindeki baskının artmasına neden olması da üretici ve ihracatçıyı zor bir durumda bırakıyor.

SAVAŞ BÖLGELERİNE YAKINLIĞI TÜRKİYE'Yİ "RİSKLİ YATIRIM MERKEZİ" YAPIYOR

Afrika ile Avrasya kıtalarının kesiştiği bölgeyi kapsayan, Mısır



ve Türkiye'nin de dâhil olduğu Orta Doğu bölgesi; ekonomi, tarih, coğrafya ve medeniyet gibi birçok konuda tarihe yön veren bir geçmişe sahip. Ancak bu köklü geçmişin yüklediği sorumluluk da hâliyle ağır oluyor. Tarihi geçmişinden gelen birikimin yanı sıra sahip olduğu yer altı ve yer üstü zenginlikleri bölgeyi daha cazip bir konuma ulaştırıyor. Dolayısıyla da bölge, küresel güç olma hayali bulunan ülkelerin radarından çıkmıyor, bu da sonu gelmeyen savaş iklimini doğuruyor...

Neden olduğu yıkım nedeniyle psikolojik etkileri insanlar üzerinde çok net görülen savaşlar, ülkelerin tüm süreçlerini ve en mühimi de dış gücünün temeli olan ekonomilerini olumsuz anlamda etkiliyor. Savaşın yarattığı belirsizlik, ekonomik politika öngörülebilirliğini azalttığı için kur oynaklığı yükseliyor ve döviz kuru üzerindeki baskı artıyor. Bunlar tüm ülkeleri aynı derecede etkiliyor olsa da Türkiye,

Körfez Savaşı ile başlayan küresel çatışmalar; 2022'deki Rusya-Ukrayna Savaşı, 2023'te tekrarlayan İsrail-Filistin çatışması ve son olarak İsrail-İran arasında baş gösteren gerilim, tüm bölge gibi Türkiye'yi de negatif etkiliyor



Savaşın olduğu bölgelere yakınlığı nedeniyle ekonomik belirsizlik endeksleri, Türkiye'yi riskli bir yatırım ortamı olarak tanımlıyor ve yabancı sermaye çekimi önünde önemli bir engel oluşmuş oluyor.

nın iş süreçlerini sekteye uğrattıyor. Tarım sektörü açısından artan gübre ve enerji maliyetleri üretim maliyetini yükselttiğinden hem iç pazarda enflasyona hem dış pazarda rekabet gücünün düşmesine yol açıyor.

Savunma sanayinde ise durum biraz farklı. Gerilimli bölgeler arasında güvenlik harcamaları ve ülkelerin askeri ihtiyaçlarına yönelik artan talep sektöre ilgiyi yükseltiyor. Türkiye de son yıllarda artan yatırımlarıyla gelişimini hızlandırdığı kaliteli saha ürünleriyle pazarın dikkat çeken oyuncularından biri olmayı başardı. Türk savunma sanayisinin ihracatı 2024'te 7 milyar doları aşarak yüksek katma değerli ihracat kalemi hâline geldi.

Ancak genel ihracat ürünleri bağlamında bir değerlendirme yapılırsa (otomotiv, tekstil, beyaz eşya, tarım ürünleri) belirsizliklerin tüketici talebini düşürdüğü görülüyor. Özellikle Avrupa Birliği (AB) ve yakın coğrafyalardaki ticari akışlardaki durgunluk riski uzun süredir devam ediyor. Avrupa'daki kırılğan büyüme ortamı ve artan enerji maliyetleri, talep yönlü ihracatın durağanlaşmasına neden oluyor.

RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI KÜRESEL TİCARET AĞLARINI YENİDEN ŞEKİLLENDİRDİ
Rusya-Ukrayna savaşı, 2022'den bu yana küresel ticaret dengele-

rini sarsan en önemli jeopolitik krizlerden biri. Enerji, gıda, ham madde ve lojistik alanlarındaki etkileri, yalnızca bölgesel değil küresel düzeyde yeni ticaret rotaları ve fiyat dalgalanmalarına oluşmasına yol açtı. Rusya'nın dünyanın önde gelen petrol ve doğal gaz ihracatçılarından biri olması, savaşın enerji krizini derinleştirmesine neden oldu. AB'nin Rus enerjisine bağımlılığı azaltma çabaları LNG talebini artırırken fiyat dalgalanmaları küresel piyasalarda belirsizliği hâlâ sürdürüyor.

Karadeniz'deki riskler yeni lojistik rotalarının oluşmasını tetiklerken alüminyum, nikel ve paladyum gibi kritik metallerin tedarikinde yaşanan sıkıntılar otomotiv ve elektronik sektörlerini oldukça zorladı. Bu durum şirketlerin, üretimlerini uzak pazarlardan daha yakın bölgelere kaydırarak tedarik zinciri risklerini azaltmaya yönlendirdi. Benzer şekilde, Rusya ve Ukrayna'nın dünya tahıl ihracatındaki payı da savaş nedeniyle ciddi ak-sama yaşadı. Türkiye'nin arabuluculuğunda hayata geçen tahıl koridoru kısmi rahatlama sağlasa da gıda fiyatlarındaki dalgalanma hâlâ devam ediyor. Boşalan pazarlarda Brezilya, Kanada ve Hindistan gibi ülkeler daha güçlü konuma gelmiş durumda.

Süreç içinde Rusya'ya yönelik ekonomik yaptırımlar, ülkenin küresel ticaret ağlarını yeniden şekillendirmesine sebep oldu. Çin, Hindistan, Türkiye ve Orta Doğu ülkeleriyle ticari ilişkilerini güçlendiren Rusya'nın, yeni dönemdeki en büyük ticaret ortağı Çin oldu. Küresel ticaretin dinamiklerini kalıcı olarak değiştiren Rusya-Ukrayna savaşı, jeopolitik risklere karşı şirketlerin ve hükümetlerin daha esnek ve dayanıklı stratejiler geliştirme-sini zorunlu hâle getiren bir savaş oldu.

İRAN VE İSRAİL ARASINDAKİ GERİLİM KÜRESEL BİR ENERJİ KRİZİ YARATIR MI?

Haziran 2025'te İsrail'in İran'daki nükleer tesislere yönelik saldırısı, ardından İran'ın karşılık misillemeleriyle birlikte küresel piyasalarda dikkat çeken bir fiyat hareketi başladı. Brent petrol fiyatı, saldırı öncesinde yaklaşık 70 dolardan, bazı günlerde 81 dolara kadar çıkarak yüzde 15'e yakın sıçrama gösterdi. Ancak İran'ın Hürmüz Boğazı'nı kapatmaması ve ABD'nin müdahaleleri sonrası bu fiyatlar hızla geri çekildi. Altın fiyatlarında da güvenli liman etkisiyle kısmi yükseliş bekleniyordu ancak alımlar çoğunlukla vadeli işlemler kaynaklı olduğundan fiziki talep baskısı sınırlı kaldı.

Uluslararası analizlere göre petrol fiyatlarındaki ani yükseliş, ABD ve Avrupa Bölgesi'nde enflasyonu yaklaşık 0,2 puan artırabilir. Goldman Sachs ve JPMorgan gibi büyük bankalar, Hürmüz Boğazı'nın kapanması ya da İran'ın ciddi müdahaleleri hâlinde Brent petrolün 100-130 dolar bandına yükselebileceğini öngörüyor. Ancak JPMorgan bu senaryoların gerçekleşme ihtimalini düşük görüyor ve fiyatların yıl sonuna kadar 60-75 dolarda dengelenebileceğini belirtiyor.

HÜRMÜZ BOĞAZI'NIN PETROL TAŞIMADAKİ STRATEJİK ÖNEMİ

Dünya genelinde 90 milyon olan petrol üretiminin yaklaşık 60 milyon varillik kısmı deniz yoluyla taşınıyor. 60 milyon varilin, 50 milyon varillik önemli kısmı küresel enerji güvenliği açısından kritik öneme sahip olan yedi stratejik boğazdan geçiyor. Bunlar: Türk Boğazları, Panama, Danimarka, Süveyş, Yemen, Hürmüz ve Malakka. Taşınan bu petrol miktarının yaklaşık yüzde

60'lık bölümü ise sadece Hürmüz ve Malakka boğazlarından geçiş yapıyor.

Hürmüz Boğazı üzerinden taşınan petrolün yaklaşık yüzde 85'i Asya ülkelerine giderken Malakka Boğazı da Çin için hayati önem taşıyor; zira Çin'in enerji ihtiyacının yaklaşık yüzde 80'i bu boğazdan sağlanan sevkiyatlarla karşılanıyor. Avrupa için benzer bir kritik güzergâh da Süveyş Kanalı'dır. Kısacası, Hürmüz Boğazı günlük 21 milyon varil petrol ve 306 milyon metreküp LNG taşıyan kritik bir enerji koridoru konumunda. Dolayısıyla İran çok önemli bir güce sahip.

İran'ın İsrail ile arasındaki gerilim şu an için durmuş gibi gözükse de her an yeni bir çatışma olabilir. Olası bir gerilim durumunda ise İran, başta yaptığı Hürmüz Boğazı'nı kapatma tehdidini gerçekleştirebilir. Bu senaryo gerçekleşir ve bu boğazlarda bir aksama olursa bu durumdan en başta Çin etkilenecek gibi gözüküyor. Çin ile birlikte birçok dünya ülkesi gibi petrolde yüzde 92 dışa bağımlı olan Türkiye için de zor bir dönemin kapısı aralanmış olur. Çünkü ithalat petrol dışında, doğalgaz, kömür ve elektriği de kapsıyor. Petrol fiyatlarındaki olası artış tüm enerji kalemlerini negatif yönlü etkileyecektir.



Savaş iklimi, enerji ve ham maddeye ulaşımı zorlaştırmasının yanı sıra tedarik zinciri kesintileri, navlun maliyetlerinin artışı, ticari finansmanın pahalılaşması gibi mekanizmalarla Türk ihracatçısının iş süreçlerini sekteye uğrattıyor.

savaşın olduğu bölgelere yakınlığı nedeniyle daha zor durumlarla karşılaşabiliyor. Böyle olunca da ekonomik belirsizlik endeksleri, Türkiye'yi riskli bir yatırım ortamı olarak tanımlıyor ve yabancı sermaye çekimi önünde önemli bir engel oluşmuş oluyor. Hâlihazırda içinde bulunduğumuz ticaret ortamının negatif etkileri, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisinde bile görülmemiştir.

SAVAŞ İKLİMİ HEM İÇ HEM DIŞ PAZARDA REKABET GÜCÜNÜ DÜŞÜRÜYOR

2024-25 döneminde Türkiye'de kurdaki hızlı yükseliş, TL'nin keskin şekilde değersizleşmesi ve yüzde 75'in üzerine çıkan enflasyon tüketici güveni ve yatırım iştahında ciddi düşüslere neden oldu. Tüm bunlar enerji fiyatlarına bağlı üretim girdilerinin maliyetini ciddi oranda yükselmesine neden oldu. Böylece hem ithal mallarda hem gıda temelli pek çok kalemden fiyatlar sert şekilde artarak enflasyonist döngü oluşuyor.

Savaş iklimi, enerji ve ham maddeye ulaşımı zorlaştırmasının yanı sıra tedarik zinciri kesintileri, navlun maliyetlerinin artışı, ticari finansmanın pahalılaşması gibi mekanizmalarla Türk ihracatçısı-

“SAVAŞLAR TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİNİ ÖNEMLİ ÖLÇÜDE ETKİLİYOR”



Dr. Öğr. Üyesi Remzi Bulut
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üni.
Dr. Öğr. Üyesi

Orta Doğu coğrafyası, Afrika-Avrasya kıtalarının kesiştiği bölgeyi kapsayan, Mısır ve Türkiye’nin de dâhil olduğu bölgenin adıdır. En çok kabul gören tanımı ise Suriye, Suudi Arabistan, Lübnan, Ürdün, Umman, Yemen, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Kuveyt, Bahreyn, Irak, Libya, Mısır’ı kapsayan Arap ülkelerini ve sonradan dâhil edilen Türkiye, İsrail ve İran gibi ülkelerin yer aldığı bölgedir. Orta Doğu bölgesi; ekonomi, tarih, coğrafya, tarım, medeniyet ve dini inanışlar açısından büyük önem arz etmektedir.

Bölge, 1948 yılı ilk Arap-İsrail Savaşından itibaren sürekli kaynayan kazan haline gelmiştir. 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı başlamış ve Osmanlı devleti bölgeden çekilmiş ve yaklaşık 400 yıllık huzur sona ermiştir. Birinci Dünya Savaşı sonrası Arap-Türk bölgelerinde Avrupa işgal ve egemenliği artmaya başlamıştır. Son zamanlarda yaşanan İran-Irak Savaşı, Körfez Krizi, Suriye iç savaşları ve İsrail-Filistin savaşları dünyada sürekli gündem oluşturmuştur. Batılı ülkelerin ve İsrail’in en büyük emeli savaşlar vasıtasıyla bölge ülkelerini ekonomi bakımından güçsüz ve kendilerine muhtaç duruma düşürme planıdır.

SAVAŞLARIN BÖLGE EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Orta Doğu bölgesine yönelik ilk işgal girişimleri doğrudan değil de bölge ülkeleri ve halkı arasına nifak tohumlarının ekilmesiyle başlamıştır. Bölge ülkelerinin ekonomi bakımından ilerlemeleri ve kalkınmaları batılı ülkeler tarafından sürekli engellenmiştir. 1950’li yıllardan itibaren İsrail devletinin de resmen kurulmasıyla bölge

ülkeleri karmaşık bir hâl almaya başlamış, savaşlar ve iç karışıklıklar ise bölge ekonomisi üzerinde olumsuz etkiler oluşturmıştır.

Son 70 yılda yaşanan başta İran-Irak savaşı olmak üzere, Arap-İsrail savaşı, Süveyş krizi, uzun süren Lübnan iç savaşı, körfez krizi, İsrail-Lübnan krizi, Gazze muharebesi ve Suriye iç savaşı bölge ülkelerinin ekonomik yönden ne denli geri kalmasına ve gelir dağılımında adaletsizliklerin yaşanmasına neden olmuştur.

Bölgedeki savaşlardan ve iç karışıklıklardan en fazla ekonomi ve ticaret sektörleri etkilenmiş ve yaşanan savaşların ve krizlerin en büyük etkilerinden biri bölgenin en güçlü ülkesi olan Türkiye ekonomisine olmuştur. Yaşanan savaşlardan dolayı Türkiye dış ticareti önemli ölçüde etkilenmiştir. Türkiye’nin bölge ülkelerine yönelik ihracat ve ithalat verilerinde önemli düşüşler yaşanmıştır. Dış ticaretin yanında turizm sektörü de payını almıştır. Savaş yıllarında Türkiye ile bölge ülkeleri arasında turizm sektörü durma noktasına kadar gerilemiştir. Savaşlar neticesinde Türkiye, bölge ülkelerinden birçok düzensiz göçlere maruz kalmıştır. Suriye’de yaşanan iç savaştan kaynaklı olarak birçok Suriye vatandaşı başka ülkelere göç etmek zorunda kalmıştır. UNHRC, verilerine göre 2017 yılında toplam 5 milyon 18 bin Suriye vatandaşı mülteci olarak başka ülkelere göç etmiştir. Bu göçlerden yaklaşık olarak 3 milyonu Türkiye’ye yönelik olmuştur. Avrupa ülkelerine iltica edenlerin sayısı sadece 884 bin olarak kayıtlara geçmiştir.

**** Mart 2025 tarihinde
Tesam Strateji’de yayımlanmıştır.**

“TEDARİK ZİNCİRLERİNDE SORUN OLMA POTANSİYELİ, DURGUNLUĞA SEBEP OLABİLİR”



Prot. Dr. Erhan Aslanoğlu
Bilgi Üniversitesi Öğretim
Üyesi

İran-İsrail çatışması, beklenen bir durumda ancak sonuçları nereye varır bilemiyoruz. Bu durumun ekonomik etkileri, gidişata göre şekillenecektir. Petrol ve altın başta olmak üzere piyasalar üzerindeki etkisi önemli olmakla birlikte bu gelişmelerin siyasi ve jeopolitik sonuçları hem dünya hem de Türkiye açısından önem taşıyor. Oradaki şekillenme ekonomileri, ekonomi politikalarını etkileyecek. Alım gücündeki düşüş, üretimde muhtemel yükselme, tedarikte de ciddi sorunlarla beraber gelecektir. Petrole ve enerjiye zamanında ulaşamama veya ticaretin aksaması gibi nedenlerle tedarik zincirlerinde de sorun olma potansiyeli, durgunluğa sebep olabilir.

Bu senaryonun gerçekleşme ihtimalini yüzde 20-25 olarak değerlendiriyorum. Bizi ilgilendiren en önemli boyut, petrol fiyatları. Dünyanın 100 milyon varillik günlük petrol arzının yüzde 22’sinin geçtiği söylenen Hürmüz Boğazı’nın bir süreliğine bile kapatılması, petrol fiyatlarında yukarı yönlü hareketlere yol açabilir. 2008’de böyle bir durum yaşandığı için dünya resesyona girdi, pandemide birkaç ay kapanma nedeniyle dünya ekonomisi yüzde 3 daraldı, Hüsilerin Süveyş Kanalı’ndaki trafiği aksatması büyük bir risk oluşturdu. Petroldeki yükselişin bize cari açık yansımaları da olacaktır. Kabaca her 10 dolarlık artış, 3-4 milyar dolarlık bir dış açık artışı anlamına geliyor.

Orta Doğu, bizim Avrupa’dan sonra en büyük ihracat pazarımız. İran ve İsrail’e ticaretimiz çok büyük olmasa da bunlar cari fazla verdiğimiz ülkeler. Bu nedenle bölgedeki Suudi Arabistan ve Irak gibi ülkelere de ihracatımız zarar görebilir. Ulaşım ve tedarik sorunları, buralarda ihracatı bir süre aksatabilir. Turizm de zarar görebilir. Yani özetle Türkiye’de döviz arzını azaltabilecek, kura baskı yapabi-

lecek bir unsurdan söz ediyoruz. Petrol fiyatlarının artışı, enflasyonu da etkiler. Zaten hâlihazırda makro dengelerimiz sıkıntılı. Bu gelişme hem enflasyonu ve büyümeyi zorlayacak hem de faizleri yukarıda tutacak riskler barındırıyor.

İran-İsrail çatışmasının büyümeden bir istikrar sağlanması Türkiye’ye fayda sağlayabilir. Pandemide Türkiye’nin güçlü sanayi potansiyelini gördük. Ancak sonraki dönemde, maalesef rekabet gücümüzü çok zedeleyen gelişmeler yaşadık. Sanayi, çok güçlü olduğumuz bir alan olsa da son iki yıldır Türkiye ortalamasının çok altında büyüyen, hatta eksiye giden bir tabloyla karşı karşıyayız ve çok pahalı bir ülke olduk. Bu pahalılık sorunumuzu çözemedikçe rekabetçi olamadıkça zorlanacağız. Bu nedenle öncelikle içeride yapmamız gerekenler değişiklikler var. Yüksek katma değerli, yüksek teknoloji ürünler üreterek, verimliliği artırarak, iyi tasarım yaparak ihracatta daha rekabetçi hâle geliyoruz. Ancak geldiğimiz noktada firmalar, maliyetle ilgili yaşadıkları sorunlar nedeniyle bu konularla ilgilenemiyor. Para, maliye ve kur politikasını tekrar gözden geçirmeliyiz.



Petrol ve altın başta olmak üzere piyasalar üzerindeki etkisi önemli olmakla birlikte bu gelişmelerin siyasi ve jeopolitik sonuçları hem dünya hem de Türkiye açısından önem taşıyor.

Bölgedeki savaşlardan ve iç karışıklıklardan en fazla ekonomi ve ticaret sektörleri etkilenmiş, Türkiye’nin bölge ülkelerine yönelik ihracat ve ithalat verilerinde önemli düşüşler yaşanmıştır.

FAİZ İNDİRİMLERİ, TÜRK LİRASI VE İHRACAT

TCMB temmuz ayı toplantısında yeniden faiz indirimine gitti. Böylece bir yandan enflasyon gerilerken reel sektörün uzun süredir beklediği gevşeme adımları da atılmış oldu.



CAN FUAT GÜRLESEL

2023 haziran ayından bu yana uygulanan dezenflasyon programından en büyük sıkıntıyı reel sektör çekmeye devam ediyor. Dezenflasyon programı kapsamında enflasyon ile mücadele amacıyla yaklaşık 25 aydır sıkı para politikası uygulanıyor. Sıkı para politikası enflasyon üzerinde hissedilir etkilerini 2025 mayıs ve haziran aylarında gösterdi ve yıllık tüketici enflasyonu yüzde 35,0 seviyesine geriledi. Bu gelişmenin ardından TCMB temmuz ayı toplantısında yeniden faiz indirimine gitti. Böylece bir yandan enflasyon gerilerken reel sektörün uzun süredir beklediği gevşeme adımları da atıldı. Faiz indirimini, olası parasal gevşeme takvimini ve reel sektöre etkilerini değerlendirelim...

TCMB POLİTİKA FAİZİNİ YÜZDE 43'E İNDİRDİ

TCMB dezenflasyon programı kapsamında ilk faiz indirimini 2024 aralık ayında gerçekleştirmiş ve politika faizini yüzde 50'den yüzde 47,5'e çekmişti. Daha sonra iki faiz indirimi daha yapılmış ve mart ayında politika faizi yüzde 42,5'e düşmüştü. Ancak mart ayında yaşanan finansal şoklar nedeniyle Banka politika faiz oranını yeniden yüzde 46,0'ya

yükseltmişti. Temmuz ayında ise TCMB politika faizini 300 baz puan düşürerek yüzde 43,0'e çekti. Merkez Bankası faiz indirimi yaptığı temmuz ayı toplantısında enflasyon karşısında ve faiz indirimlerinde temkinli duruşunu sürdüreceğini açıkladı. Yeni faiz indirimlerine ve ilave gevşeme adımlarına, enflasyon gelişmelerine göre karar verilecek.

İÇ TALEP ÖNEMLİ ÖLÇÜDE YAVAŞLADI

Sıkı para politikasının reel sektör açısından üç önemli sonucu yaşanıyor. Bunlardan ilki yüksek faizler nedeniyle finansman maliyetlerinin önemli ölçüde artmış olması. Kredilerin maliyeti, yıllık bileşik yüzde 60'ı aştı. İkinci olarak ilave sıkılaştırma önlemleri ile finansmana erişimin en aza inmiş olması. Diğer yandan üçüncü olarak yine yüksek faizler sonucu iç talepte önemli bir yavaşlama yaşanıyor.

TCMB temmuz ayı toplantısı sonrası iç talebin dezenflasyonist etkilerinin görüldüğünü açıkladı. Bu, reel sektör için iç talebin yavaşladığı ve hatta gerilemeye başladığı anlamına geliyor. Reel sektör, uzun süredir iç talepteki yavaşlama/daralma sonucu satışlarının reel olarak düşmekte olduğunu

söylüyordu. Merkez Bankası da reel sektörün bu tespitini doğrulamış oldu.

BUNDAN SONRAKİ FAİZ İNDİRİMLERİ ENFLASYONA VE DİĞER RİSKLERE BAĞLI

Reel sektör açısından ilk faiz indirimi moral kaynağı oldu. Ancak indirim sonrası yine piyasa faiz oranları oldukça yüksek ve reel sektör açısından rahatlatma sağlayacak faiz seviyelerine inilmesi için faiz indirimlerinin devam etmesi gerekiyor. Merkez Bankasının yeni faiz indirimleri de enflasyondaki gelişmelere ve özellikle dövize talep yaratabilecek risklere bağlı olacak. Enflasyon temmuz ayında kamu fiyat ve vergi ayarlamaları nedeniyle yüzde 2'nin üzerinde gelecek. İzleyen aylarda ise daha düşük aylık enflasyon oranları gelmesi olası. Eylül ayında yıllık enflasyon yüzde 32,5-33,0 ve yıl sonunda da yüzde 28-29 seviyelerine inebilecektir. Bu enflasyon düşüşü gerçekleşirse TCMB yıl sonuna kadar kalan üç toplantısında politika faizini yüzde 35'e kadar indirebilecek. Faiz indirimi önünde en önemli engel, riskler nedeniyle yeniden TL'den dövize kaçış ve TL'de yüksek değer kaybı olacak.

KREDİ FAİZLERİ VE FİNANSMANA ERİŞİM NASIL GELİŞECEK?

Reel sektör için faiz indirimi kadar bir diğer önemli konu finansman maliyetleri ve finansmana erişim konusundaki gelişmeler olacak. TCMB, temmuz toplantısı sonrası bu alanda temkinli adımlar atacağını açıkladı. Reel sektör için bunun anlamı kredi büyüme sınırları

Eylül ayında enflasyon düşüşü gerçekleşirse TCMB yıl sonuna kadar kalan üç toplantısında politika faizini yüzde 35'e kadar indirebilecek. Faiz indirimi önünde en önemli engel, riskler nedeniyle yeniden TL'den dövize kaçış ve TL'de yüksek değer kaybı olacak.

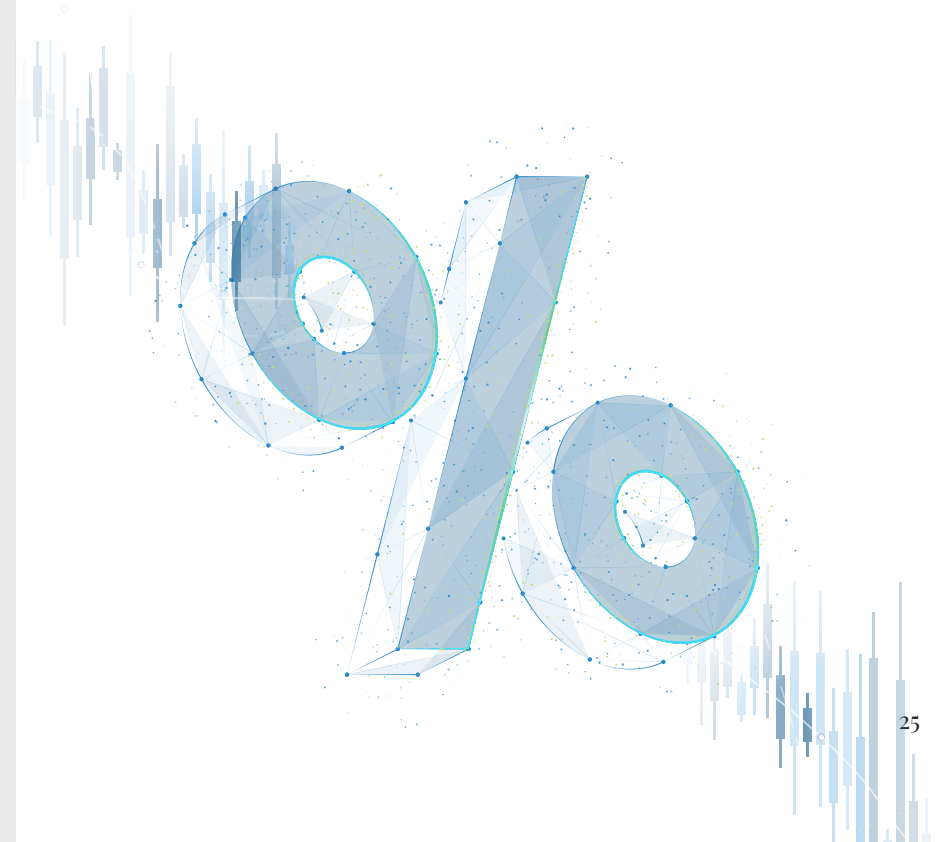
ile kredi kartları ve ticari kredi kartlarındaki sınırlamaların en erken eylül ayından itibaren gevşetilmeye başlanacak olmasıdır. Bankanın bundan sonraki ilk toplantısı 11 Eylül'de ve diğer alanlardaki gevşeme adımları da bu toplantıda başlayacak. Kredi faizlerinde ise 300 baz puan düşüşün aynı oranda etkisi görülecek. Ancak hissedilir düşüşler son çeyrekte yaşanabilecek.

TÜRK LİRASINDA BEKLENTİLER

Sıkı para politikasının ve özellikle 19 Mart sonrası ilave sıkılaştırmaların bir diğer ana hedefi,

Türk lirasının değerinin istikrara kavuşturulmasıdır. Mart ayından sonraki ilave sıkılaştırmalar ile Türk lirasındaki hızlı değer kaybının önüne geçildi. Bundan sonra yaşanacak faiz indirimleri ve gevşeme adımları TL'de kademeli ve kontrollü bir değer kaybına yol açacak. TCMB, temkinli gevşeme politikası uygularsa reel sektörün ve ihracatçıların beklediği TL'de düzeltme gerçekleşmeyecek. TL'de sert değer kayıpları siyasi ve jeopolitik riskler nedeniyle olabilecek.

Son Söz: reel sektör için zorlu dönem birkaç ay daha devam edecek.



“Türkiye’nin Hizmet İhracatında Öncü Rol Üstleniyoruz”

Sahip olduğu hizmet kalitesi ve yatırımlarıyla Türkiye’nin dünyadaki saygınlığını artıran Türk Hava Yollarının gerçekleştirdiği her uçuş, ülkenin güven, kalite ve vizyon mesajını gökyüzüne yansıtıyor.

Bugün 130’dan fazla ülkeye doğrudan uçarak 22,7 milyar dolarlık gelir ve 18 milyar dolarlık hizmet ihracatı katkısı sağlayan Türk Hava Yolları (THY); yalnızca bir markayı değil, Türkiye’nin küresel potansiyelini temsil ediyor. 2033 hedefleri doğrultusunda 810 uçaklık filo, 44 milyar dolarlık hizmet ihracatı ve küresel ölçekte bir havacılık ekosistemi inşa etmeye hazırlandıklarını ifade eden Türk Hava Yolları (THY) Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat, “Türk Hava Yolları olarak 90 yıllık mirasımız üzerine kurduğumuz 2033 stratejimizi ortaya koyarken yalnızca sayısal hedeflere değil, bu hedefleri destekleyecek güçlü bir yapılanmaya odaklandık.” diyor.

Bugün uluslararası bir hava-limanında gördüğümüz THY logosu, bir hava yolu markasından öte aslında Türkiye’ye dair büyük bir hikâyeyi temsil ediyor. THY, Türkiye’nin dünyadaki algısını nasıl şekillendiriyor? Türk Hava Yolları olarak biz, Türkiye’yi dünyada en görünür şekilde temsil eden markaların başında geliyoruz. 130’dan fazla ülkeye doğrudan uçuyor olmamız, sadece büyük bir operasyon değil; aynı zamanda ülkemizin küresel ölçekte ulaştığı güvenin bir göstergesidir.

Bu kapsama sahip olmak, ihracatçımızın da önünü açıyor; erişimi kolaylaştırıyor, Türkiye’nin iş yapma gücünü ve nitelikli iş gücü potansiyelini daha görünür kılıyor.

Hizmet kalitemiz, misafirperverlik anlayışımız ve dünyanın dört bir yanında yedi gün 24 saat kesintisiz devam eden operasyonel disiplinimizle Türkiye’nin kimliğini, her uçuşta bir kez daha sergiliyoruz. Yolcularımız Türkiye’nin binlerce yıllık kültürel zenginliğini, Türk konukseverliğini ve operasyonel mükemmellikle birlikte ülkemizin modern yüzünü deneyimliyorlar. Bununla birlikte marka olarak kültürel diplomasiden spora kadar birçok alanda Türkiye’nin etki gücüne katkı sağlıyoruz.

Bugün, logomuzun yer aldığı her havalimanı, aynı zamanda Türkiye’nin temsil alanına dönüşüyor. Taşıdığımız sadece yolcu değil; aynı zamanda güven, saygınlık ve bağ kurma zemini. Türkiye’nin dünyadaki konum ve potansiyelini en yüksek düzeye çıkarmak için çalışmalarımızı kararlılıkla sürdürüyoruz.

Dünya sahnesinde rekabetin giderek semboller üzerinden yürüdüğü bir çağda, THY Türkiye’yi hangi yönleriyle temsil etmeyi önceliklendiriyor?

Günümüz dünyasında, markalar

sadece ürün veya hizmet sunmakla kalmıyor, aynı zamanda güçlü hikâyeler ile bir kimlik inşa ediyor. Türk Hava Yollarının küresel stratejisi, yalnızca koltuk dolulukları ya da kâr oranları üzerinden değil, Türkiye’yi temsil etme gücümüz üzerinden şekilleniyor. Bu noktada biz, geleneksel Türk misafirperverliğini modern hizmet anlayışımızla birleştirerek yolcularımıza benzersiz bir seyahat deneyimi sunuyoruz; bu da Türkiye’nin sıcak ve samimi yüzünü dünyaya tanıtıyor. Uçuşlarımızda sunduğumuz her detayda Türk kültürünün zarafetini, sadakatini ve samimiyetini hissedilir kılarken; uçak filomuzu dünyanın en genç ve çevreci filolarından biri olarak konumlandırıyoruz.

Ayrıca, teknolojiye ve operasyonel verimliliğe yaptığımız yatırımlarla yenilikçi bir hava yolu olma vizyonumuzu güçlendiriyoruz. Tüm bunlar, Türk Hava Yollarını sadece bir hava yolu değil; Türkiye’nin küresel sahnedeki modern, güvenilir ve misafirperver yüzü olarak konumlandırıyor. Bu kimlik, Türkiye’nin turizm potansiyeline ve ülke imajına olumlu katkı sağlıyor. Bu bağlamda, kuruluşumuzun 100. yılı olan 2033 hedeflerimizi, sadece bir şirket vizyonu olmanın ötesinde Türkiye’nin hizmet ihracatında öncü rol üstlenen ve ekonomik büyümeye yön veren bir misyon olarak hayata geçiriyoruz.

Havacılık sektörü geçmişten bugüne birçok kriz ve finansal

Türk Hava Yolları (THY) Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı Prof. Dr. Ahmet Bolat: “Elde ettiğimiz finansal kâr ve döviz girdisi, yatırımlarımızı destekliyor ve bu sayede, şirketimizin küresel havacılık ekosistemindeki rekabet gücü artarken Türkiye’nin bayrak taşıyıcısı olarak uluslararası alanda itibarı güçleniyor.”



zorlukla karşılaştı. Bu krizlerden başarıyla çıkan THY’nin, havacılık ekosisteminde yarattığı finansal katkısı nasıl değerlendirirsiniz?

Havacılık sektörü, doğası gereği küresel ekonomik dalgalanmalara, jeopolitik gerilimlere ve beklenmedik krizlere karşı yüksek düzeyde dışsal kırılganlık barındıran bir yapıya sahip. Özellikle son yıllarda yaşanan siyasi ve ekonomik

krizler ile küresel salgın gibi ülke sınırlarının dahi kapatılmasına yol açan olaylar sektörün ne denli kırılgan olabileceğini gösterdi.

Son 20 yılda yaşanan krizlerden, finansal istikrarını koruyamayan toplamda 5 bin 200 uçaklık filoya sahip 190 hava yolu farklı sebeplerle iflas etti. Türk Hava Yolları ise bu zorlu dönemlerin her birini yalnızca başarıyla atlatacakla kalmadı; etkin maliyet yönetimi,

“AJet, Rekabetçi Maliyet Yapısıyla Önemli Taşıyıcılardan Biri Hâline Gelecek”

Uzak Doğu hatlarımızda gün ortası git-gel bank oluşturarak utilizasyonu, bağlantı sayısı ve çeşitliliğini artırmayı planlıyoruz. Kuzey Amerika ve Avrupa’da ise günlük en az iki uçuş ile derinleşmeye odaklanacağız. Geçtiğimiz yıl aktarmalı olarak başladığımız Avustralya kıtası uçuşlarımızı, 2027 yılından itibaren filomuza katacağımız ultra uzun menzilli A350-1000’ler ile direkt olarak icra edeceğiz. Afrika bölgesinde direkt uçuşlarımızı ve geniş gövde kullanım oranımızı artıracacağız.

Önümüzdeki dönem için kurguladığımız yeni yapılanmada özellikle Avrupa’da hızla büyüyen düşük maliyetli taşıyıcılarla rekabet edecek şekilde AJet’i ayrı bir şirket olarak konumlandırdık. 2033’te tamamı yeni nesil 200 uçaklık bir filoya sahip olmasını hedeflediğimiz AJet, rekabetçi maliyet yapısı ile Sabiha Gökçen ve Ankara merkezli Avrupa ve Orta Doğu’ya yapacağı uçuşlarla pazardaki önemli taşıyıcılardan biri hâline gelecek.

stratejik çeviklik ve karar alma süreçlerindeki proaktif yaklaşımı sayesinde krizlerden güçlenerek çıkmayı başardı. Bu finansal dayanıklılık ve esnek yönetim anlayışı, 2024 yılı finansal performansımıza da doğrudan yansıdı.

Bir önceki yıla göre yüzde 8'lik artış ile ulaştığımız 22,7 milyar ABD doları toplam gelir ve 3,4 milyar ABD doları net kâr, operasyonel verimliliğimizin ve doğru pazar stratejilerimizin bir göstergesi oldu. Aynı dönemde iştirak yapımızı genişleten doğru yatırımlarımız ve çeşitlenen yatırım portföyümüzün de sürdürülebilir kârlılığımıza önemli katkılar sunduğunu söyleyebilirim.

Özellikle kargo gelirinde kaydettiğimiz yüzde 35'lik büyüme ve küresel e-ticaretin ivme kazanmasıyla birlikte Türkiye'yi bir lojistik üssü hâline getirme vizyonumuzun ne denli doğru olduğunu teyit ettik. Elde ettiğimiz finansal kâr ve döviz girdisi, filomuzu büyütme, teknolojik altyapımızı güçlendirme ve hizmet kalitemizi sürekli iyileştirme yönündeki yatırımlarımızı destekler nitelikte. Bu sayede, şirketimizin küresel havacılık ekosistemindeki rekabet gücü artarken Türkiye'nin bayrak taşıyıcısı olarak uluslararası alanda itibarı da güçleniyor.

Bu güçlü finansal yapı, Türk Hava Yollarını Türkiye'nin hizmet ihracatında öncü konumuna taşıyor. 2024 yılında gerçekleştirdiğimiz 18 milyar dolarlık hizmet ihracatı, Türkiye'nin toplam hizmet ihracatının yaklaşık yüzde 16'sına karşılık gelmektedir. Bu başarı, son 16 yıldır üst üste elde ettiğimiz "Hizmet İhracatı Şampiyonu" unvanının ne denli köklü ve sürdürülebilir bir başarı olduğunu açıkça ortaya koyuyor. Bununla birlikte 2024 yılında ülkemize sağladığımız 9 milyar dolarlık net döviz getirisi, Türkiye'nin cari açığının kapatılmasına ve makroekonomik istikrarına doğrudan ve çok önemli bir katkı sunuyor.



2033 yılına kadar filosunu 810 uçağa ulaştırmayı planlayan THY'nin belirlediği büyüme öngörüsü nasıl bir yeniden yapılanma gerektiriyor?

Türk Hava Yolları olarak 90 yıllık mirasımız üzerine kurduğumuz 2033 stratejimizi ortaya koyarken yalnızca sayısal hedeflere değil, bu hedefleri destekleyecek güçlü bir yapılanmaya odaklandık. Hedeflerimiz çerçevesinde bir havacılık ekosisteminin inşasına yönelik çok yönlü bir bakış açısıyla filodan insan gücüne, dijital dönüşümden sürdürülebilirliğe, uçuş ağından kargoya kadar iştiraklerimizle birlikte bütüncül bir büyüme planı ortaya koyduk.

Havacılık sektörü; değişen yolcu beklentileri, artan sürdürülebilirlik politikaları ve yoğunlaşan rekabet ile bir dönüşüm süreci içinde. Böyle bir ortamda rekabetçi kalabilmek için filomuzu son teknolojiye sahip, müşteri memnuniyetini önceleyen, çevreye duyarlı yeni nesil uçaklarla büyütüyoruz. 2025 Haziran sonu itibarıyla 485 uçağa ulaşan filomuz, bu yıl içinde 500'e yükselecek. 2033'te 800 uçağın üzerine çıkarmayı planladığımız filomuzda gerçekleştireceğimiz dönüşüm ile bugün yüzde 36 olan yeni nesil oranımızı 2033'te yüzde 90'ın üzerine çıkararak operasyonel verimliliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

Filomuzu şekillendirirken uçtuğumuz mevcut noktaları ve potansiyel noktaları da göz önünde bulunduruyoruz. Mevcut hatlarımızda derinleşirken özellikle Asya-Pasifik ve Latin Amerika'da uçuş ağıma katacağımız yeni destinasyonlarla ülkemizin ve kültürümüzün daha geniş kitlelere tanıtımına katkı sunacağız. Bugün altı kıtaya ulaşan uçuş ağıımızda 300'ü yurt dışı olmak üzere toplam 353 destinasyon yer alıyor. 2033'te ise yurt dışı nokta sayımızı 345'e çıkararak toplam yolcu sayımızı iki katına çıkarmayı ve 171 milyon yolcu taşımayı hedefliyoruz.

Yolcu tarafındaki büyümemizi hava kargo alanındaki yatırımlarımızla destekleyeceğiz. Dünya ticaretinin değer bazında yüzde 35'ini oluşturan hava kargo trafiği için ülkemiz stratejik bir potansiyele sahip. İstanbul'u ve Türkiye'yi önemli bir lojistik üsse çevirmek üzere İstanbul Havalimanı'nda inşa ettiğimiz mega kargo tesisimiz SmartIST'te gerçekleştirdiğimiz operasyon ile Turkish Cargo, geçtiğimiz yıl dünyanın en büyük üçüncü kargo taşıyıcısı konumuna yükseldi.

Hava kargo alanında yakaladığımız başarılı grafiği önümüzdeki yıllarda da sürdürerek ortaklıklar, e-ticaret ve teknoloji yatırımlarından oluşan lojistik ekosistemini hayata geçireceğiz. SmartIST'te

ürün çeşitliliğimizi arttırmamıza imkân tanıyan yeni teknolojiler ve sistemler sayesinde kargo kapasitemizi 2033'e kadar iki katına çıkararak yeni pazarlara ulaşmayı hedefliyoruz. Kargo uçaklarıyla hizmet verdiğimiz destinasyon sayısını 150'ye çıkaracağız. Bakım-onarım alanındaki yatırımlarımızla da yeni nesil uçak ve hat bakım kabiliyetleri edinerek dünya standartlarında bakım hizmeti sunmaya devam edeceğiz. Mevcut durumda aynı anda 61 uçağa bakım kapasitesine sahip tesislerimizde yapacağımız ilave yatırımlarla, 2033 yılında bu kapasiteyi 115 uçağa çıkaracağız.

2033 stratejilerimize ulaşırken yapacağımız dijital altyapı yatırımları büyümemizin destekleyici unsuru olacak. Uçuş konforunu artıracak kabin içi dönüşüm yatırımlarının yanı sıra en iyi dijital deneyim sunan üç hava yolundan biri hâline gelme hedefimize yönelik olarak yolcularımızın bütünsel ve kişiselleştirilmiş hizmet alabileceği dijital dönüşüm yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

Bizi 2033 hedeflerimize taşıyacak en temel sermayenin insan kaynağı olduğunun bilincindeyiz. Bu nedenle çalışanlarımız için sürekli gelişimi destekleyen, yetkinliği temel alan, iletişim odaklı bir çalışan yönetim kültürü oluşturmayı önemsiyoruz. Bugün iştiraklerimizle birlikte 95 binin üzerinde olan çalışan sayımızı 2033'te yaklaşık 150 bine çıkarmayı hedefliyoruz.

THY Teknik AŞ ve Rolls Royce ortaklığındaki 300 milyon dolarlık tesis yatırımı, Türkiye'de havacılık altyapısını iyileştirme vizyonunuz için nasıl bir anlam taşıyor?

Türk Hava Yolları ve THY Teknik AŞ olarak Rolls-Royce ile gerçekleştirdiğimiz stratejik iş birliği kapsamında İstanbul Havalimanı'nda kurulması planlanan yeni motor bakım tesisi, Türkiye'nin havacılık



2028 Hizmet İhracatı Hedefine 30 Milyarlık Katkı

Geleceğe yönelik hedeflerimiz sağlam finansal yapımız üzerine inşa edildi. Türkiye'nin hizmet ihracatının 2028 yılına kadar 200 milyar dolara ulaşması beklenirken Türk Hava Yolları olarak bu hedefe 30 milyar dolarlık katkı sağlamayı öngörüyoruz. 2033 vizyonumuzda ise hizmet ihracatımızı 44 milyar dolara, net döviz katkımızı ise 20 milyar dolara çıkarmayı hedefliyoruz.

Bu hedefler, yalnızca bir şirketin ticari büyüme planları değil, aynı zamanda Türkiye'nin küresel ekonomik sistemdeki ağırlığını artırma, istihdam destekleme ve "Türkiye" markasını uluslararası platformda daha da güçlendirme vizyonuna hizmet eden milli bir stratejiye dayanıyor.



“Esnek Yapımız, Rekabet Avantajı Olarak Geri Dönüyor”

Havacılık ve lojistik, küresel gelişmelerden en hızlı etkilenen sektörlerin başında geliyor. Bu nedenle Turkish Cargo olarak yaşanan krizlere sadece reaksiyon vermekle kalmıyor, aynı zamanda proaktif ve esnek bir yaklaşımla süreci yönetmeye odaklanıyoruz. Pandemi dönemi bu yaklaşımımızın en somut örneklerinden. Sektör durağanlaşırken biz yatırımlarımıza ara vermedik; aksine en kritik adımlarımızdan biri olan SmartIST tesisimizi bu dönemde devreye aldık. Bugün de benzer bir tabloyla karşı karşıyayız. Jeopolitik risklerin arttığı, ticaret yollarının değiştiği bir dönemdeyiz. Kızıldeniz’de yaşanan gelişmelerin ardından deniz taşımacılığından hava kargoya yönelen talebi öngörerek kapasitemizi bu doğrultuda yönlendirdik. Bu esnekliğimiz, kriz dönemlerinde rekabet avantajı olarak bize geri dönüyor. Her türlü belirsizlik senaryosuna karşı dinamik planlarımızı hazır tutuyor, küresel lojistikte istikrarı sağlayan ve yön veren bir oyuncu olarak konumumuzu güçlendirmeye devam ediyoruz.

altyapısını küresel ölçekte ileriye taşıyacak vizyoner bir adımı temsil ediyor. Stratejik büyüme planımız doğrultusunda ilgili motor bakım tesisimiz Rolls-Royce bakım ağı (networkü) içinde yer alan en büyük bakım tesislerinden biri olacak. Bu anlaşma ile THY Teknik AŞ Geniş Gövde Motor MRO Projesi ile Rolls-Royce şirketinin Airbus A350 ve A330 NEO uçaklarında kullanılan Trent XWB-97, XWB-84 ve Trent 7000 motorlarının bakımı Türkiye’de gerçekleştirilecek. Böylece 2033 Stratejik Plan kapsamında verdiğimiz 135 adet A350 uçağı siparişimiz ile dünyanın en büyük A350 (Trent XWB motorlu) operatörlerinden biri olacağız.

Yıllık 200’ün üzerinde motor bakım kapasiteli olacak tesisin, Rolls-Royce tarafından taahhüt edilen ortalama yüzde 65’lik yurt dışı (Türk Hava Yolları motorları hariçinde) iş yükü olması bekleniyor. Yaptığımız bu yatırım dünyanın en büyük yedinci MRO’su konumundaki THY Teknik AŞ’nin büyüme stratejisi doğrultusunda, yeni nesil uçak motorlarının bakımında küresel ölçekte önemli bir oyuncu olma hedefinin bir parçasıdır.

2028 yılı itibarıyla faaliyete geçmesi planlanan yatırımın, iş planı

süresi boyunca ülkemize yaklaşık 17 milyar dolar gelir getirmesi bekleniyor. Tesisten sağlanacak hizmet ihracatı sayesinde, yıllık ortalama 700 milyon dolar düzeyinde ekonomik katkı ve proje kapsamında 1.000’in üzerinde istihdam oluşturulması hedefleniyor. Yüzde 100 yerli ve milli sermaye ile hayata geçirilecek bu tesis, ülkemizin ve İstanbul’un stratejik konumundan da güç alarak, gelişmekte olan uçak motoru pazarında sürdürülebilir operasyonların merkezi olma potansiyeline sahip. Aynı zamanda Türkiye’nin lojistik ve teknoloji merkezi olma vizyonu ile beraber yüksek katma değerli teknoloji yetkinliğinin İstanbul’da kazanılacak olması ülkemizin, havacılık sektöründe küresel marka bilinirliğine katkı sağlayarak uluslararası seviyede rekabet gücümüzü artırması beklenmektedir.

Turkish Cargo’nun global hava lojistiği sektöründeki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz, marka Türk ihracatına nasıl bir katkı sağlıyor?

Turkish Cargo, küresel hava kargo sektöründe son 15 yılda sergilediği performansla, sadece Türkiye’nin değil, dünyanın en hızlı büyüyen hava lojistik markalarından biri

hâline geldi. 2010 yılında yüzde 0,8 olan küresel pazar payımız, bugün yüzde 5,6 seviyesine ulaşarak bizi sektörün ilk üç markasından biri konumuna taşıdı.

Bu hızlı yükselişi pandemi, jeopolitik riskler, tedarik zinciri kırılganlıkları gibi küresel kriz dönemlerinde dahi kesintisiz sürdürebilmemiz, güçlü altyapımız, stratejik öngörülerimiz ve esnek iş modeli-mizle mümkün oldu. Turkish Cargo, bugün global ölçekte istikrar, güven ve kapasite yönetiminde örnek gösterilen bir oyuncudur.

Bu büyüme, yalnızca marka olarak bize değil, ülke ekonomimize de doğrudan katkı sağladı. Turkish Cargo’nun sağladığı geniş uçuş ağı sayesinde Türk ihracatçısı ürünlerini daha fazla pazara, daha hızlı ulaştırma imkânı buldu. Özellikle katma değerli, hassas zamanlı ve yüksek hassasiyet gerektiren taşımacılık alanlarında sunduğumuz çözümler, üreticilerimizin gelirlerini ve rekabet gücünü artırdı.

Ayrıca TİM iş birlikleri ve kampanyalarımızla KOBİ’lerden büyük ihracatçılara kadar tüm paydaşlarımızın hava kargonun hız ve erişim avantajlarından yararlanmasını sağladık. Bu, hava kargonun yalnızca bir taşıma modu değil, aynı zamanda ihracatı büyüten bir

kalkınma aracı olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Türkiye’nin bayrak taşıyıcı markası olarak sorumluluğumuzun bilincindeyiz. Hedefimiz net: Turkish Cargo’yu yalnızca pazarda lider değil, aynı zamanda dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve operasyonel mükemmeliyet alanlarında da sektörün öncüsü yaparak, dünyanın lider hava kargo markası hâline getirmek. Bu hedefe insan kaynağımız, teknoloji yatırımlarımız ve entegre lojistik yaklaşımımızla emin adımlarla ilerliyoruz.

Turkish Cargo şu an aktif olarak kaç ülkeye hizmet veriyor? Hava kargo açısından gelişmekte olan pazarlardaki yol haritanız nedir?

Türk Hava Yolları olarak, dünyanın en fazla ülkesine uçan hava yolu olmanın yanı sıra küresel lojistik markamız Turkish Cargo ile birlikte, bugün altı kıtada, 113’ü kargo olmak üzere toplam 373 destinasyonda faaliyet gösteriyoruz. Bu, bizi küresel ölçekte benzersiz ve rakipsiz bir konuma taşıyor.

Bu başarının temelinde, ülkemizin stratejik konumu, İstanbul Havalimanı’nın sunduğu büyük operasyonel kapasite ve ileri

teknolojilerle donatılmış SmartIST tesisimizin verimlilik odaklı altyapısı yer alıyor. Veriye dayalı planlama ve uçuş esnekliğiyle, talep değişimlerine hızla uyum sağlayan bir yapı kurduk. Tüm bu unsurlar, bize daha geniş pazarlara ulaşma gücü sağlıyor.

2033 stratejimiz doğrultusunda Turkish Cargo markamızla altyapımızı, filomuzu ve küresel ağıımızı büyötmeye yönelik yatırımlarımıza kararlılıkla devam ediyoruz. SmartIST tesisimiz, ikinci fazın devreye girmesiyle yıllık 4 milyon ton işlem kapasitesine ulaşacak. Mevcut 26 olan kargo uçağı sayımızı 2033 itibarıyla 44’e; kargo destinasyon sayımızı ise 150’ye çıkarmayı hedefliyoruz.

Gelişmekte olan pazarlarda, özellikle Afrika, Güney Asya, Latin Amerika ve Orta Asya bölgelerine odaklanıyoruz. Bu pazarlarda büyüyen e-ticaret hacmi, ihracat potansiyeli ve altyapı gelişmeleri bize yeni fırsatlar sunuyor. Yerel iş birlikleri, bölgesel dağıtım merkezleri ve transit geçiş avantajlarımızla bu pazarlarda daha etkin hâle gelmeyi hedefliyoruz. Yeni ve potansiyel taşıma hatlarıyla ağıımızı genişletirken mevcut destinasyonlarımızda da artan talep doğrultusunda frekans artışları planlıyoruz.



Türkiye

Enerji Bağımsızlığında Dönüşümün Eşiğinde

2023 itibarıyla birincil enerji arzının yaklaşık yüzde 75'ini ithalatla karşılayan Türkiye, her yıl 50 milyar doları aşan enerji kaynaklı dış ticaret açığıyla karşı karşıya. Yani dönüşüm kaçınılmaz ancak şöyle bir handikap var: Türkiye'nin enerji dönüşüm süreci, "herkese uyan tek tip çözüm" anlayışının yetersiz kaldığı bir yapıya sahip.

Küresel enerji denkleminde arz güvenliği, karbon nötrlüğü ve ekonomik kalkınma artık birbirinden ayrı düşünülemez kavramlar hâline gelmiş durumda. Türkiye hem yüksek enerji talebi hem de büyük ölçüde dışa bağımlı yapısı nedeniyle bu denklemde önemli bir sınav veriyor. Bain&Company Türkiye'nin 2025 tarihli analizine göre Türkiye'nin enerji dönüşümü çevresel bir gereklilikten öte, ekonomik bir zorunluluk hâline gelmiş durumda. 2023 itibarıyla birincil enerji arzının yaklaşık yüzde 75'i ithalatla karşılanan Türkiye, her yıl 50 milyar doları aşan enerji kaynaklı dış ticaret açığıyla karşı karşıya.

Enerji tüketiminin yoğunlaştığı sanayi, ulaşım ve konut gibi sektörlerde yapılacak dönüşümler yalnızca emisyonları değil, ithalat bağımlılığını da azaltacak nitelikte. Özellikle sanayi sektörü, hem tükettiği enerji miktarı hem de karbon salımı açısından öne çıkıyor. Örneğin, demir-çelik sektörü enerji ihtiyacının yüzde 52'sini hâlen kömürden sağlarken çimento sektörü ağırlıklı olarak petrol türevlerine dayanıyor. Bu da dönüşüm stratejilerinin tek tip değil, sektörel bazda şekillendirilmesini zorunlu kılıyor.

Enerji dönüşümünde yalnızca tüketici değil üretici, ihracatçı ve bölgesel lider olma yolunda güçlü adımlarla ilerleyen Türkiye ise yapısal dönüşüm sürecinde kamu iradesi ve özel sektör sermayesinin kesiştiği noktada yeni bir kalkınma vizyonu inşa etme fırsatına sahip.

500 MİLYAR DOLARLIK DÖNÜŞÜM PLANI

Türkiye'nin 2035 Enerji Planı ve

2053 Net Sıfır Stratejisi'ni, yalnızca bir politika ürünü olarak değerlendirmek eksik olur. Bu hedefler aynı zamanda 500 milyar dolarlık bir yatırım evrenini tarif ediyor. Bain&Company'nin analizine göre bu yatırımlar, enerji güvenliği, kaynak çeşitliliği, verimlilik ve karbon nötrlüğü olmak üzere dört ana hedef üzerine kurgulanıyor. Belirlenen hedefler doğrultusunda yapılacak harcamaların dağılımı da dönüşümün kapsamını ortaya koyuyor. Yatırımların yüzde 30'u konutların dönüşümüne, yüzde 20'si elektrik altyapısına, yüzde 15'i sanayiye ve yüzde 10'u ulaşım altyapısına ayrılacak. Bu tablo, yatırımların yalnızca enerji üretimiyle sınırlı kalmayacağını; tüketim kalıplarının, altyapının ve teknolojik geçişin eş zamanlı olarak şekilleneceğini gösteriyor.

Bu çerçevede batarya depolama sistemleri, doğal gaz üretimi, atık ısı geri kazanımı ve nükleer enerji gibi alanlar kritik önem taşıyor. Özellikle küçük modüler reaktörler, karbon yakalama teknolojileri ve yeşil hidrojen üretimi gibi henüz prototip aşamasında olan teknolojilere yönelik AR-GE yatırımları öne çıkıyor. Uluslararası Enerji Ajansına göre, 2050'ye kadar beklenen emisyon azaltımının yarısından fazlası henüz ticarileşmemiş teknolojilerden gelecek. Türkiye'nin bu alanda erken konumlanması, yalnızca enerji dönüşümünü hızlandırmakla kalmayacak; aynı zamanda teknoloji ihracatçısı bir ülke olmasının da önünü açacak. Bu stratejik hamle Türkiye'yi, enerji planlamasında pasif bir takipçi olmaktan çıkarak bölgesel liderlik iddiası taşıyan bir aktör hâline getiriyor.



Demir-çelik sektörü enerji ihtiyacının yüzde 52'sini hâlen kömürden sağlarken çimento sektörü ağırlıklı olarak petrol türevlerine dayanıyor. Bu da dönüşüm stratejilerinin tek tip değil, sektörel bazda şekillendirilmesini zorunlu kılıyor.



TEK TİP DÖNÜŞÜMLE SONUÇ ALINAMAZ

Türkiye'nin enerji dönüşüm süreci, "herkese uyan tek tip çözüm" anlayışının yetersiz kaldığı bir yapıya sahip. Sanayide demir-çelik, çimento ve kimya gibi sektörler farklı enerji yoğunluklarına, kaynak yapılarına ve teknolojik altyapılara sahip. Bain&Company analizine göre, bu çeşitlilik yatırımcılar açısından sektörel bazda özelleştirilmiş yol haritalarının oluşturulmasını zorunlu kılıyor. Örneğin, demir-çelikte elektrikli üretim sistemleri ve yeşil hidrojen kullanımı, çimentoda ise biyoyakıt dönüşümü ve atık ısı geri kazanımı gibi alanlar ön plana çıkıyor. Bu uygulamalar, enerji verimliliğini artırırken karbon ayak izini de ciddi ölçüde azaltabilecek nitelikte.

Ulaşım sektöründe ise elektrikli araçlara geçiş hız kazanıyor. Türkiye, bu alanda yalnızca kullanıcı değil; üretici kimliğini de güçlendirme yolunda ilerliyor. Elektrikli otobüs, şarj altyapısı ve batarya üretimi gibi alanlara yapılan

yatırımlar, ulaşımında dönüşümün motor gücünü oluşturuyor. Konut ve hizmet sektörlerinde ise ısı pompası teknolojileri, akıllı bina sistemleri ve enerji verimliliği yatırımları dikkat çekiyor. Bu gelişmeler, yalnızca bugünün ihtiyaçlarını değil, 2030 sonrası enerji sistemlerini de şekillendirecek. Dolayısıyla yatırımcıların, sektör seçimi ve teknoloji planlaması yaparken yalnızca bugünü değil, uzun vadeli yol haritalarını da dikkate alması gerekiyor. Bu yaklaşım, enerji dönüşümünü kalıcı ve sürdürülebilir kılmanın temel anahtarı.

YATIRIMCILAR İÇİN STRATEJİK BİR FIRSAT ALANI

Enerji dönüşümü artık yalnızca çevresel bir zorunluluk değil; aynı zamanda yüksek getirili, öngörülebilir ve stratejik bir yatırım alanı hâline gelmiş durumda. Türkiye bu süreci, yalnızca hedef koyan değil, uygulama düzeyinde somut adımlar atan bir ülke olarak yönetmeye çalışıyor. Bain&Company Türkiye'ye göre, yatırım

fırsatları beş tematik başlık altında yoğunlaşıyor: Yenilenebilir enerji proje geliştirme, üretim ve şebeke ekipmanı imalatı, elektrik ve doğal gaz dağıtım dönüşümü, petrokimya sanayisinin yeniden yapılandırılması ve batarya değer zinciri.

Özellikle kablo, inverter, güneş paneli ve rüzgâr türbini gibi ekipmanların yerli üretiminde yaşanacak artış, Türkiye'yi bu alanda ihracatçı konumuna taşıyabilir. Otomotivdeki üretim yetkinliğini batarya teknolojilerine entegre etmeye çalışan Türkiye, 2030'a kadar 5 gigavat kapasiteli entegre bir batarya ekosistemi kurmayı hedefliyor. Bu hedef hem dış ticaret dengesini iyileştirecek hem de bölgesel tedarik zincirlerinin yeniden şekillenmesinde Türkiye'yi stratejik bir konuma taşıyacak.

Ancak bu dönüşümün başarıya ulaşması, yalnızca sermaye akışıyla değil; organizasyonel stratejiler, regülasyonlar ve teknolojik iş birliklerinin senkronize çalışmasına bağlı. Sektörler arası koordinasyonun güçlendirilmesi, yatırımların etkin yönetişimi ve insan kaynağı gelişimi de bu yeni enerji ekosisteminin kilit bileşenleri arasında yer alıyor. Türkiye, enerji dönüşümünde yalnızca tüketici değil üretici, ihracatçı ve bölgesel lider olma yolunda güçlü adımlarla ilerliyor.

Konut ve hizmet sektörlerinde ısı pompası teknolojileri, akıllı bina sistemleri ve enerji verimliliği yatırımları dikkat çekiyor. Bu gelişmeler, yalnızca bugünün ihtiyaçlarını değil 2030 sonrası enerji sistemlerini de şekillendirecek.

Kurukahveci Mehmet Efendi, Türk kahvesini 60'tan fazla ülkeye ulaştırıyor. Dünyanın her yerinde bu kültürü doya doya yudumlamanızı sağlıyor.

www.mehmetefendi.com

Dünyanın pek çok ülkesinde sevdiğimiz Türk kahvesi içiliyor



2035 ve Ötesinde Türkiye'nin Enerji Vizyonu

Enerjide yaşanan dönüşüm süreciyle birlikte üretim, tüketim ve ihracat alışkanlıkları da baştan yazılıyor. Türkiye ise karbon ayak izinden teknoloji ihracatına uzanan bu yolculukta, yeni düzenin merkezinde yer alma hedefiyle kapsamlı bir yatırım yolculuğuna çıkıyor.

500 Milyar Dolarlık Enerji Dönüşüm Yatırım Planı'nın Tahmini Dağılımı:

%30
Konut dönüşümü

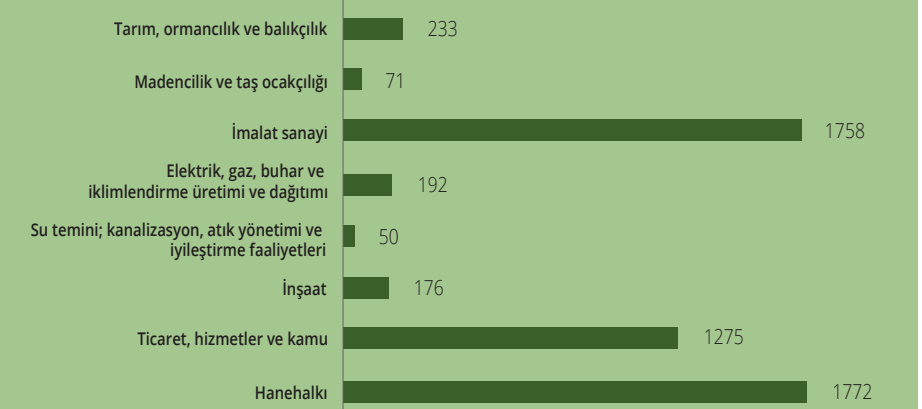
%20
Elektrik altyapısı

%15
Sanayi

%10
Ulaşım



Sektörlerin Nihai Enerji Kullanımı (2023)



Karbon emisyonlarının ve enerji tüketiminin en yoğun olduğu alanların başında sanayi, ulaşım ve konut geliyor.



50
milyar dolar

Yıllık enerji ithalatına dayalı dış ticaret açığı



%75

Türkiye'nin birincil enerji arzında ithalatın payı (2023)



500
milyar dolar

2053'e kadar toplam yatırım ihtiyacı

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

We serve to 130 international customers in 75 countries.

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

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



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

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

@BentasBentonit | www.bentasbentonit.com

TİM TÜRKİYE
EXPORTERS
ASSEMBLY

AMONG TOP 1000
EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT **WHITE SAND** **CAT'S WHITE** **ro cat**

İlk Yarıda İhracatta Dengeli Büyüme



2025 yılının Ocak-Haziran döneminde yüzde 4,1'lik artış ile toplam 131,4 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Türkiye, küresel piyasalardaki zor koşullara rağmen ilk yarıda temkinli ilerleyerek dengeli bir ihracat performansı sergiledi.

2025, önceki birkaç yılda olduğu gibi küresel ekonomideki kırılganlıkların sürdüğü, bölgesel çatışmaların ticaret yollarını etkilediği, maliyetlerin arttığı, iç piyasada kur ve enflasyon baskılarının hissedildiği bir yıl olmaya devam ediyor. Piyasalardaki belirsizlik, global ticareti etkisi altına almış durumda. Özellikle yılın ilk yarısında, Orta Doğu'da artan gerilim ve Avrupa'daki ekonomik durağanlığa bir de Amerika Birleşik Devletleri'nin belirlediği yeni gümrük tarifelerinin eklenmesi küresel ticaretteki çalkantılı süreci tetikledi. Tüm bu süreçlerden doğrudan etkilenen Türkiye ise ilk yarıda temkinli ilerleyerek dengeli bir ihracat performansı sergiledi.

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) ve Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre Türkiye, 2025 yılının Ocak-Haziran döneminde toplam 131,4 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Önceki yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında ihracatın yüzde 4,1 oranında arttığı görülüyor. Aynı dönemde ithalat yüzde 7,2 artarak 180,8 milyar dolar olurken dış ticaret hacmi ise yüzde 5,9 artışla 312,3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Hizmet ihracatı ise tahminlere göre yüzde 6,7 artışla 54,3 milyar dolar olarak gerçekleşti

İHRACATI ARTAN SEKTÖRLER

Türkiye'nin altı aylık ihracatında en fazla payı 19,9 milyar dolarla otomotiv endüstrisi üstlendi. Otomotiv ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre adet bazında yüzde 8 artarak 530 bin 322 adet olarak gerçekleşti. Bu dönemde otomobil ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6 düşüş kaydederken ticari araç ihracatı ise yüzde 32 oranında arttı. 15,7 milyar dolarla yılın ilk



yarısında en çok ihracat yapan ikinci sektörü kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü olurken 8,3 milyar dolarla elektrik-elektronik ürünleri ise üçüncü oldu. İlk üç sektörü, 8,2 milyar dolarla çelik ve 8,1 milyar dolarla hazır giyim takip etti.

İlk altı ayda ihracatını en çok artıran sektörlerin başında 2 milyar dolarla motorlu kara taşıtları geldi. Sıralama 1,3 milyar dolarla kıymetli taş ve mücevher, 736 milyon dolarla savunma sanayisi ve havacılık, 578 milyon dolarla elektrikli makine ve cihaz, 471 milyon dolarla demir ve çelik olarak devam etti. İhracatı en çok azalan sektörler ise şöyle sıralandı: 961 milyon dolarla petrol ürünleri, 376 milyon dolarla örülmemiş giyim eşyası, 255 milyon dolarla un ve unlu mamuller, 212 milyon dolarla örme giyme eşyası, 171 milyon dolarla demir ve çelikten eşya.

AVRUPA BİRLİĞİ'NE YÜZDE 8'LİK İHRACAT ARTIŞI

2025'in Ocak-Haziran döneminde Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sırasıyla 9,7 milyar dolarla Almanya, 6,5 milyar dolarla Birleşik Krallık,

Ocak-Haziran Döneminde En Çok İhracat Gerçekleştiren Beş Sektör

- Otomotiv Endüstrisi
19,9 milyar dolar
- Kimyevi Maddeler ve Mamulleri
15,7 milyar dolar
- Elektrik ve Elektronik
8,3 milyar dolar
- Çelik
8,2 milyar dolar
- Hazır Giyim ve Konfeksiyon
8,1 milyar dolar

2025 OCAK-HAZİRAN DÖNEMİNE AİT DIŞ TİCARET VERİLERİ (MİLYON DOLAR)

<i>Dış Ticaret</i>		<i>İhracat</i>	<i>İthalat</i>	<i>Dış Ticaret Hacmi</i>	<i>Dış Ticaret Dengesi</i>	<i>İhr./ İth. Oran (%)</i>
<i>Ocak-Haziran</i>	<i>2024</i>	126.229	168.733	294.962	-42.504	74,8
	<i>2025</i>	131.440	180.869	312.309	-49.429	72,7
	<i>Değişim %</i>	4,1	7,2	5,9	16,3	

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Altı aylık süreçte; Türk Devletler Teşkilatı'na yüzde 2,3, İslam İşbirliği Teşkilatı üyelerine yüzde 5,3, OECD ülkelerinde yüzde 5,7'lik ihracat artışı yaşandı.

6,35 milyar dolarla İtalya, 6,31 milyar dolarla ABD ve 5 milyar dolarla İspanya oldu. 20 ülke arasında en az ihracat gerçekleştirilen ülkeler ise şöyle sıralandı: 1,79 milyar dolarla Yunanistan, 1,74 milyar dolarla Slovenya, 1,59 milyar dolarla Ukrayna, 1,58 milyar dolarla Mısır, 1,3 milyar dolarla Suudi Arabistan.

Altı aylık süreçte; Türk Devletler Teşkilatı'na yüzde 2,3, İslam İşbirliği Teşkilatı üyelerine yüzde 5,3, OECD ülkelerinde yüzde 5,7'lik ihracat artışı yaşandı. ABD, Kanada ve Meksika'ya yönelik ihracatta artış olmadı. İlk yarıda en çok ihracat artışı 1,1 milyar dolara İngiltere'ye oldu. İkinci sıraya 830 milyon dolarla Birleşik Arap Emirlikleri, üçüncü sıraya 719 milyon dolarla Almanya yerleşti.

Küresel anlamda çok iyimser bir dönem olmasa da bu süreçte Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) ile ilişkileri olumlu bir seyrinde ilerledi. Türkiye ile AB arasındaki ihracatta, bu altı aylık dönemde yüzde 8'lik artış kaydedildi. Ayrıca ihracatçıların en önemli sorunlarından biri olan vize ve pazar giriş engelleri konusunda da AB ile yeni iyileştirmelerde mutabık kalındı.

AFRİKA ÜLKELERİNE YAPILAN İHRACAT 10 MİLYAR DOLARA YAKLAŞTI

Afrika ile Türkiye arasında 2003 yılında başlayan ticari ilişkileri geliştirme adımları hâlâ devam ettiği gibi olumlu sonuç verdiği görülüyor. Son yıllarda Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir yer edinen Afrika kıtasına, yılın ilk altı ayında yapılan ihracat güçlü bir ivme gösterdi. Ocak-haziran döneminde Türkiye'nin Afrika ülkelerine gerçekleştirdiği ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8,8 artarak 9,9 milyar dolara yükseldi.

Afrika'ya ihracatta en büyük payı, 1,8 milyar dolarla Fas üstlendi. Bu ülkeyi 1,6 milyar dolarla Mısır, 1,3 milyar dolarla Libya, 554 milyon dolarla Tunus, 303,5 milyon dolarla Güney Afrika ve 242,3 milyon dolarla Nijerya izledi. Fas'a yapılan ihracat geçen yılın aynı dönemine göre 345 milyon dolar artarken Libya 262 milyon dolar, Kongo Demokratik Cumhuriyeti 103 milyon dolar, Nijer 91,5 milyon dolar ve Gana 68,1 milyon dolarlık artış gösterdi.

Sektörel bazda değerlendirildiğinde ise Afrika'ya yapılan

ihracatta kimyevi maddeler ve mamulleri 1,3 milyar dolarla öne çıkarken bu sektörü 1,2 milyar dolarla hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri izledi. Çelik sektörü 942,4 milyon dolar, tekstil ve ham maddeleri 675,5 milyon dolar, otomotiv endüstrisi ise 619 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. İhracatta öne çıkan sektörler, Afrika pazarının Türkiye için hem ham madde hem de sanayi ürünleri açısından geniş bir talep alanı oluşturduğunu gösteriyor.

SURİYE'YE 1 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT YAPILDI

Savaşın sonlanmasıyla birlikte toparlanma evresine giren Suriye'de ticaret hareketlenmeye başladı. Türkiye'nin, Suriye ile arasındaki iyi ilişkinin ihracattaki olumlu yansımaları yılın ilk yarısında görülmeye başlamışken ticari ilişkilerin artarak devam etmesi bekleniyor. Suriye'ye ihracat, ocak-haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde

45 yükselişle 1 milyar dolara ulaştı. En fazla ihracatın; yüzde 22,3 artış ve 307,2 milyon dolar ile hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektöründe gerçekleştiği bu dönemde, kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü yüzde 55,3 artış ve 123,6 milyon dolar ile ikinci sırada yer aldı. Suriye'ye yapılan ihracatın, toplam dokuz sektörde yüzde 100'ün üzerinde yükseliş gösterdiği altı aylık süreçte 107,5 milyon dolar ihracat yapan su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü yüzde 130,5 oranında dikkat çekici bir artışla üçüncü sırada yer aldı. Suriye ile sınır komşusu olan Güneydoğu Anadolu'nun, Türkiye'nin toplam Suriye ihracatındaki payı yüzde 41 olarak gerçekleşti. Suriye'de daha istikrarlı ve güvenli bir ortamın oluşması, bankacılık sisteminin uluslararası yapıya entegre edilmesi ve lojistik altyapının güçlendirilmesiyle birlikte ticari ilişkilerin daha ileri seviyelere taşınması hedefleniyor.

Ocak-Haziran Döneminde En Fazla İhracat Yapılan Beş Ülke

1. Almanya
9,7 milyar dolar
2. Birleşik Krallık
6,5 milyar dolar
3. İtalya
6,3 milyar dolar
4. ABD
6,3 milyar dolar
5. İspanya
5 milyar dolar

Ocak-Haziran Döneminde İhracatını En Çok Artıran Beş Sektör

- Mücevher
%52,9
- Savunma ve Havacılık Sanayii
%25
- Otomotiv
%13
- Tütün
%10
- Süs Bitkileri ve Mamulleri
%8,1



%4,1

Ocak-haziran döneminde ihracattaki artış

%5,9

Ocak-haziran döneminde dış ticaret hacmindeki artış

“HAZIR GİYİM İHRACATIMIZ İLK ALTI AYI YÜZDE 6,5 EKSIDE TAMAMLADI”



Mustafa Gültepe
TİM ve İHKİB Başkanı

2025'in ilk yarısında genel ihracatımızda yüzde 4,1'lik bir artış kaydettik. Hazır giyimin de aralarında bulunduğu emek yoğun sektörlerimizde ise 2022'nin son çeyreğinde başlayan kan kaybı, bu yılın ilk yarısında da devam etti. 2022'de 21,2 milyar dolarla en yüksek yıllık değerine ulaşan hazır giyim ihracatımız, 2023'te 19,3 milyar dolara, 2024'te ise 17,9 milyar dolara geriledi. 2025'in ilk yarısını ise 8,1 milyar dolarla geçen yıla göre yüzde 6,5 ekside tamamladık. 2022'nin aynı dönemindeki ihracatımızın 10,8 milyar dolar olduğunu hatırladığımızda sektördeki kan kaybının boyutunu çok daha net görebiliriz.

Avrupa Birliği (AB), hazır giyimde en büyük ve alternatifi olmayan pazarımız olarak öne çıkıyor. 2025'in ilk yarısında 8,1 milyar dolarlık ihracatımızın 5 milyar dolarlık bölümünü, bir başka ifade ile yüzde 62,3'ünü AB ülkelerine gerçekleştirdik. Diğer Avrupa ülkeleriyle birlikte bu oran yaklaşık yüzde 72'ye ulaşıyor.

Ülkeler özelinde baktığımızda ise Almanya yıllardır en büyük pazarımız olma konumunu sürdürüyor. 2025'in ilk çeyreğinde Almanya'ya yaklaşık 1,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Almanya'nın ardından 953 milyon dolarla Hollanda ikinci, 800 milyon dolarla İspanya üçüncü sırada yer alıyor.

Burada hem AB'ye hem diğer Avrupa ülkelerine ihracatımızın daraldığının altını çizmem gerekiyor. İlk altı ayda en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz 10 ülkeden sadece üçünde ihracat artışı kaydedebilmemizi de rekabetçiliğimizdeki zayıflamanın bir göstergesi olarak değerlendirebiliriz.

“YÜKSEK MALİYETLER NEDENİYLE FİYAT TUTTURMAKTA ZORLANIYORUZ”

Önümüzdeki dönemin siparişlerine baktığımızda yılın ikinci yarısı için de çok iyimser bir tablo görünmüyor. İlk yarıdaki yüzde 6,5'lik kaybın aynı şekilde devam etmesi hâlinde yılı 16,8 milyar dolar düzeyinde bir ihracatla tamamlayabileceğimiz görüyoruz. Bu da hazır giyim ihracatımızın 21,2 milyar dolarla en yüksek değere ulaştığı 2022'ye göre 4,4 milyar dolarlık bir kayıp anlamına geliyor.

Türkiye, hazır giyim üretiminde marka ülke. Avrupa ve ABD merkezli küresel markalarla uzun yıllara dayanan iş birliklerimiz var. Ancak küresel talepteki daralma ve ülkemizde yüksek girdi maliyetleri nedeniyle son iki yıldır fiyat tutturmakta zorlanıyoruz. Üretim maliyetlerinde Asya'ya göre yüzde 60, Avrupa'daki birçok ülkeye göre yüzde 15-20 daha pahalıyız. Dolayısıyla özellikle fiyat odaklı çalışan müşterilerimiz, siparişlerini çok daha avantajlı fiyatlarla üretim yapan ülkelere kaydırıyor. Rekabetçiliğimizi yeniden kazanabilmemiz için döviz kuru ile enflasyon arasındaki paralelliğin yeniden kurulması gerekiyor.

Diğer taraftan henüz tablo tam olarak netleşmemekle birlikte Donald Trump yönetiminin yeni tarifeleriyle birlikte ABD'li alıcıların önümüzdeki dönemde Asya'daki siparişlerinin bir kısmını Türkiye'nin de aralarında bulunduğu bazı ülkelere kaydırma arayışı olabilir. Ancak bunun için öncelikle rekabetçiliğimizi geri almamız ve büyük ölçekli siparişleri karşılayacak bir kapasiteyi oluşturmamız gerekiyor.

Üretim maliyetlerinde pahalı olmamız nedeniyle özellikle fiyat odaklı çalışan müşterilerimiz, siparişlerini çok daha avantajlı fiyatlarla üretim yapan ülkelere kaydırıyor.

“KİMYA SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİN DİNAMOSU OLMAYA DEVAM EDİYOR”



Adil Pelister
İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı

2025 yılının ilk altı ayında kimya sektörümüz, küresel dalgalanmalara ve jeopolitik risklere rağmen ihracat gücünü korumayı başardı. Ocak-haziran döneminde sektörümüz yaklaşık 15,8 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirdi. Bu dönemde bazı pazarlarımızda talep düşüşleri yaşansa da genel itibarıyla kimya sektörümüz dış ticaretin dinamosu olmaya devam ediyor. Değer bazında bakıldığında, 2025'in ilk yarısında en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz pazar Romanya oldu. Romanya'yı sırasıyla İtalya, Hollanda, İspanya ve Almanya takip etti. 2025'in ikinci yarısında hedefimiz; yüksek katma değerli ürünlerle ihracat birim fiyatımızı artırmak, mevcut pazarlarımızdaki payımızı korumak ve alternatif pazarlara yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerimizi yoğunlaştırmak.

Yılın ilk yarısında Romanya, İtalya, Hollanda, İspanya ve Almanya gibi ana pazarlarda güçlü bir ihracat performansı sergiledik. Ancak 2025'in ikinci yarısında bu başarıyı ileri taşımak ve yıl sonu hedefimize ulaşmak için özellikle ilaç, medikal ürünler, kozmetik ve ileri plastik malzemeler gibi katma değeri yüksek ürün gruplarında ihracat hacminin artırılması büyük önem taşıyor. Bu alanlar, yalnızca ihracat birim fiyatımızı yukarı çekmekle kalmayacak; aynı zamanda Türk kimya sektörünün küresel konumunu da güçlendirecektir.

2025 yılının ikinci yarısına girerken kimya sektörümüzde temkinli bir iyimserlik söz konusu. Yılın ilk altı ayında ulaştığımız 15,8 milyar dolarlık ihracat performansı, sektörümüzün küresel dalgalanmalara karşı dirençli

yapısını bir kez daha ortaya koydu. Ancak yıl sonu için belirlenen 35 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak, ikinci yarıda birçok dışsal ve sektörel faktörün nasıl şekilleneceğine bağlı olacak. Bu hedefe ulaşmamız mümkün, ancak küresel ekonomik koşullar ve sektörün karşılaştığı yapısal zorluklar bu süreci belirleyici hâle getirecek. ABD yönetiminin yeniden başlattığı tarife politikası ticari ve ekonomik alanlarda ve küresel çapta daha büyük sorunlar yaratabilecek boyuta ulaşırса bunun etkileri bizim de sanayi ve ihracat politikalarımızı etkileyebilir. Yine bölgesel çaptaki çatışma ve savaşlar ile özellikle İsrail'in İran ve Suriye üzerinden yürüttüğü savaşın büyüme riski barındırdığını göz önünde tutmamız ve stratejimizi bu risk doğrultusunda gözden geçirmemiz gerekebilir.

Bununla birlikte, küresel çapta yaşanan ekonomik yavaşlama, Avrupa sanayisindeki durağanlık ve talep daralması sektörümüz açısından aşağı yönlü bir baskı oluşturuyor. Enerji maliyetleri, ham maddeye erişimde yaşanan belirsizlikler ve lojistik alanındaki maliyet artışları da rekabetçiliğimizi zorlayabilecek temel risk unsurları arasında yer alıyor. Ayrıca karbon ayak izi ve sürdürülebilirlik konularında gereken dönüşümün henüz tamamlanmamış olması, bazı firmalarımız için uyum sürecini zorlaştırabilir.

Dolayısıyla ikinci yarıda atacağımız adımlar büyük önem taşıyor. Sektör olarak bir yandan uluslararası rekabete uyum sağlayacak yapısal dönüşümleri hızlandırmalı, diğer yandan hedef pazarlardaki mevcudiyetimizi koruyarak yeni fırsatlara odaklanmalıyız.

2025'in ikinci yarısında hedefimiz; yüksek katma değerli ürünlerle ihracat birim fiyatımızı artırmak, mevcut pazarlarımızdaki payımızı korumak ve alternatif pazarlara yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerimizi yoğunlaştırmak.

“ARTAN BELİRSİZLİK DÜNYA TİCARETİNİN ÜZERİNDE BİR SİS DALGASI OLUŞTURUYOR”



Çetin Tecdelioğlu
İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı

2025 Ocak-Haziran döneminde demir ve demir dışı metaller sektörü 6,45 milyar dolar ihracat ile genel ihracattan yüzde 4,9 pay alarak sanayi sektörleri arasında en fazla ihracat gerçekleştiren yedinci sektör oldu. Yılın başında sektör ihracatımız için çift haneli bir büyümeye hedeflemiştik. Bunu gerçekleştirebilmek için yılın kalan yarısını iyi değerlendir-memiz gerekiyor. 2025'e ihracat için devam eden olumsuzlukların bizi zorlayacağını bilinciyle yola çıkmıştık. Bu doğrultuda; yurt içi ve yurt dışı fuar katılımlarının yanı sıra alım heyetleri, UR-GE ve AR-GE projeleri, eğitimler, sektör raporları, sektör toplantıları, çalıştaylar, iş birlikleri, konferans katılımları, üye ziyaretleri, webinarlar, tasarım yarışmaları organizasyonları düzenleyerek sektörümüze gerekli itici gücü oluşturmayı ve “Made in Türkiye” algısı için çalışmalarda bulunmayı sürdüreceğiz.

Ayrıca, pazardaki gücümü-zü korumak ve artırmak için ihracatımızı Yeşil Mutabakat kriterlerine uyarlamamız gere-kiyor. Şimdilik sadece raporlama yükümlülüğü var. Ama 2026'dan itibaren karbon vergisi ödeme zorunluluğu ile karşı karşıya ka-lacağız. Artık sadece miktar değil, karbon ayak izi düşük, izlenebi-lir ve sertifikalı ürünlere talep arttığını bilerek sektörümüz için gerekli takipleri yapmaya devam edeceğiz.

“KÜRESEL PAZARDAKİ ALTYAPI YATIRIMLARI, SEKTÖRE YÖNELİK TALEBİ GÜÇLÜ TUTUYOR”

2025 yılının ikinci yarısında plan-lanan faiz indirimleri ile kurun rekabetçi seviyeye gelmesi ve

ihracat pazarımız olan bölgelerde-ki istikrarsızlığın sona ermesiyle demir ve demir dışı metaller ihra-catımızın ilk yarıya göre daha çok ivmelenebileceğini öngörüyoruz. Üretim talebine yönelik değişimi; imalat sanayisi, konut, otomotiv ve yenilenebilir enerji ile altyapı projelerindeki başlıca değişimler belirleyecek. Ama dünyanın daha fazla teknoloji yönünde ilerleye-ceğini düşünerek teknolojik de-ğişim ve dönüşüme odaklanıyoruz. Bu noktada da katma değerli ürünlere olan talebin artacağını öngörüyoruz.

Küresel pazarda özellikle gelişmekte olan ülkelerde altyapı yatırımlarının devam etmesi, demir ve demir dışı metallere yönelik orta vadeli talebi güçlü tutuyor. En büyük pazarımız olan Avrupa'da resesyondan çıkışın işaretleri görünüyor. Yılbaşından bu yana AB ihracatımızda yüzde 13 artış var. Kuzey Afrika ve Ku-zey Amerika'da da ihracat artışı çift haneli. Bununla birlikte ABD ve Çin arasında şiddetle devam eden ve dünyanın tamamını etkileyen ticaret savaşlarının ne şekilde seyredeceğini kestir-mek kolay değil, artan belirsizlik dünya ticaretinin üzerinde bir sis dalgası oluşturuyor. Ayrıca Türkiye'nin yakın coğrafyasında-ki sıcak savaşlar hem talep hem de ticaret lojistiği üzerinde baskı yaratıyor.

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği olarak durumun net fotoğrafını çeke-bilmek adına çalışmalarımızı ve temaslarımızı sürdürüyoruz. Bu süreçte öncelikli olarak üyele-rimizin stratejik planlamalarına yardımcı olabilmek adına geliştirmeleri zamanında ve detaylarıyla paylaşmaya devam ediyoruz.

“UZAK DOĞU ÜLKELERİYLE REKABET, BU DÖNEMDE ÇOK DAHA ÇETİN HÂLE GELDİ”



Ahmet Öksüz
İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı

2024'ün ilk altı ayıyla kıyaslan-dığında, 2025'in aynı döne-minde tekstil ve hammaddeleri sektörümüz ihracatını yüzde 2,3 artırmayı başardı. 2024 Ocak-Ha-ziran döneminde 5 milyar 559 milyon dolar olan ihracatımız, 2025'in aynı döneminde 5 milyar 685 milyon dolara çıktı. Firmaları-mız büyük bir çaba ve fedakârlıkla faaliyetlerini sürdürmeye devam ediyor. Özellikle sipariş alma ve fi-yat rekabetinde yaşanan zorluklar, üreticilerimizi oldukça zorluyor. Bu dönemde firmalarımız için en öncelikli hedef, üretimin sürekli-liğini sağlamaktı. Birçok firmamız kârlılıklarından ödün vererek, hatta zararına üretim yaparak sadece dış pazarlardaki varlığını kaybetmemek adına ihracata devam ediyor.

Döviz kurundaki artışın enfla-syon oranlarının gerisinde kalması ihracatçı firmalarımız açısından ciddi bir maliyet baskısı yaratıyor. Son beş yıllık sürece baktığımızda, döviz kurunda yüzde 466'lık bir artış yaşanırken aynı dönemde iş-verene düşen asgari ücret maliyeti yüzde 800'ün üzerine çıktı. Üstelik tekstil sektöründe çalışanlarımızın büyük bir kısmı, asgari ücretin çok daha üzerinde maaşlar aldığı için gerçek maliyet artışları bu oranla-rın da ötesine geçiyor. Artan ener-ji, iş gücü ve ham madde maliyet-leri nedeniyle ihracatçılarımız çoğu zaman maliyetlerinin altında fiyat teklifi vermek zorunda kalıyor. Özellikle Uzak Doğu ülkeleriyle rekabet, bu dönemde çok daha çetin hâle geldi. Düşük iş gücü ve üretim maliyetleriyle üretim yapan bu ülkeler karşısında Türki-ye'nin fiyat avantajı ciddi şekilde erozyona uğradı. Küresel tedarik zincirlerinde yaşanan değişim, bu zorlukları daha da belirginleştirdi.

“ÖZGÜNLÜK VE KATMA DEĞERLE FARKLIlaşmayı HEDEFLİYORUZ”

2025'in ikinci yarısına girerken düşük maliyetli üretimle rekabet etmek yerine, özgünlük ve katma değerle farklılaşmayı hedefliyoruz. Tasarımla güçlendirilmiş, çevre dostu ve yüksek kalite stan-dartlarına sahip ürünlerle pazar payımızı büyültmeyi amaçlıyoruz. Dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi yapısal dönüşüm başlıkları ise bu vizyonun temelini oluşturu-yor. Kısa vadede sektörümüzün üretim kapasitesini ve istihda-mını koruyabilmesi için finansal destekler kritik öneme sahip. Bu kapsamda KOSGEB'in İstihdamı Koruma Destek Programı'nı çok değerli buluyoruz. Ancak mevcut hâliyle sadece KOBİ'lere hitap etmesi, destekten faydalanabilecek firma sayısını sınırlıyor. Programın, orta ve büyük ölçekli üreticileri de kapsayacak şekilde genişletilmesi gerektiğine inanıyoruz. Yüksek faiz oranlarının yatırım iştahını baskılaması ve krediye erişimi zorlaştırması, birçok üretici firmamız için ciddi bir engel teşkil ediyor. Bu tabloyu iyileştirmek adı-na düşük faizli kredi imkânlarının genişletilmesi ve ihracatçılara özel finansman modellerinin hayata geçirilmesi elzemdir. Ayrıca, iş gücü maliyetlerini dengeleyici destek paketleri ve esnek ücretlendirme politikaları da sektörün sürdürü-lebilirliğini sağlayacak araçlardır. Bu doğrultuda devreye alınan yeni KGF düzenlemesini olumlu karşı-lıyoruz. Ancak bu mekanizma kısa vadede daha çok küçük işletmeler için faydalı olabilecek nitelikte. Bu nedenle destek yapısının orta ve büyük ölçekli üreticileri de kapsa-yacak şekilde yeniden yapılandırıl-masını talep ediyoruz.

Yüksek faiz oranlarının yatırım iştahını baskılaması ve krediye erişimi zorlaştırması, birçok üretici firmamız için ciddi bir engel teşkil ediyor.

Üretim talebine yönelik değişimi; imalat sanayisi, konut, otomotiv ve yenilenebilir enerji ile altyapı projelerindeki başlıca değişimler belirleyecek.

“İHRACATIMIZDAKİ ARTIŞ, SEKTÖRÜMÜZÜN UYUM YETENEĞİNİ ORTAYA KOYUYOR”



Mehmet Kavaklıoğlu
Elektrik ve Elektronik
İhracatçıları Birliği Yönetim
Kurulu Başkan Yardımcısı
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

Elektrik-elektronik sektörü, 2025 yılı Ocak-Haziran döneminde 8,49 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 6,3 oranında bir artış kaydetti. Yakın coğrafyamızda süregelen jeopolitik gerilimler ve bölgesel belirsizlikler, tedarik zinciri ve lojistik süreçlerde ek risk ve maliyet unsurları yaratırken; ABD’de yeni yönetimin uygulamaya koyduğu öngörülemez ticaret politikaları küresel ticareti zorlaştırarak ihracatçıları açısından yeni belirsizlikler doğuruyor. Bu koşullar altında ihracatın artış göstermesi, sektör firmalarımızın esneklik ve uyum yeteneğini ortaya koyan önemli bir başarı olarak değerlendirilebilir.

Alt ürün gruplarına bakıldığında ilk altı ayda elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları 3,17 milyar dolarla öne çıkarken kablo ürün grubu 1,84 milyar dolar, beyaz eşya ise 1,88 milyar dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirmiştir. Elektronik ürünler de 1,58 milyar dolarlık katkı sağlamıştır. Özellikle elektrik dağıtım ekipmanları ile kablolar, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 15 oranında değer artışıyla dikkat çekici bir ivme yakalamıştır.

Bölgesel olarak Avrupa Birliği ülkeleri sektörümüzün en güçlü pazarı olmayı sürdürmektedir. Toplam ihracatın yüzde 45’i, yani yaklaşık 3,8 milyar dolarlık kısım bu bölgeye yapılmıştır. En fazla ihracat gerçekleştirilen ülke 818 milyon dolarla Birleşik Krallık olurken; Irak, ABD, Ukrayna, Yunanistan, Suriye, Libya ve Türkmenistan gibi pazarlarda yüzde 30’un üzerinde artışlar kaydedilmiştir. Bu yükselişte enerji verimliliği yüksek ürünlere olan talebin yanı sıra altyapı yatırımlarının

artması da etkili olmuştur.

Elektrik-elektronik sektörü, Türkiye’nin en fazla ihracat yapan ilk dört sektörü arasında yer almaktadır. 2025 yılı için öncelikli hedefimiz, mevcut pazarlardaki konumumuzu korumanın yanı sıra, ABD, Irak, ve Libya gibi ülkelerde görülen ihracat artışını kalıcı hâle getirmek ve Afrika gibi yükselen pazarlarda etkinliğimizi artırmaktır. ABD ile Çin arasındaki ticaret gerilimleri, teknik sertifikasyon süreçlerini başarıyla tamamlayan Türk firmaları için yeni fırsatlar yaratmaktadır.

Enerji dönüşümü, dijitalleşme ve çevresel sürdürülebilirlik ekserisindeki gelişmeler, sektörümüzdeki üretim süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Avrupa Birliği’nin Yeşil Mutabakat çerçevesinde hayata geçirdiği düzenlemeler, çevre dostu üretim altyapılarına yapılan yatırımları zorunlu hâle getirmiştir. Bu bağlamda firmalarımızın, dijitalleşme ve otomasyon yatırımlarıyla verimliliği artırması ve yeşil dönüşüm süreçlerini tamamlaması büyük önem taşımaktadır.

Sektörümüz, bugün itibarıyla 180’den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. Bu geniş pazar yapısını daha da güçlendirmek adına coğrafi çeşitliliği artırmak, stratejik önceliklerimiz arasında yer almaktadır. Özellikle elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları ile kablo ürün grubu, küresel enerji dönüşümü, altyapı projeleri ve sanayi yatırımlarının etkisiyle ön plana çıkmaktadır. Afrika kıtasında artan enerji ihtiyacı ve altyapı eksiklikleri, elektrik dağıtım sistemleri, yenilenebilir enerji çözümleri ve ekonomik elektronik ürünler açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır.

2025 yılı için öncelikli hedefimiz, mevcut pazarlardaki konumumuzu korumanın yanı sıra, ABD, Irak, ve Libya gibi ülkelerde görülen ihracat artışını kalıcı hâle getirmek ve Afrika gibi yükselen pazarlarda etkinliğimizi artırmaktır.



OUR PRODUCTS

- Pearl Pigments.
- Titanium Dioxide (TiO2).
- Blanc Fixe (Synthetic Barium Sulfate).
- Lithopone.
- HEC & HPMC.
- Poly Vinyl Alcohol (PVA) 24-88, 26-88, 24-99, 26-99.
- Iron Oxide.
- Organic Pigments.
- Hydrocarbon Resin (C9 & C5).
- Alcohol Ester.
- Glitter.
- Sodium Alginate.
- Glass Beads.
- Ammonium Persulfate.



“MALİYETLER BU SEVİYELERDE KALDIĞI SÜRECE REKABETÇİ OLAMAYIZ”



Burak Yakın
Mücevher İhracatçıları Birliği
Başkanı
TİM Sektörler Konseyi Üyesi

Türk mücevher sektörü, pandemi öncesinde yüzde 3,9 olan dünya mücevher pazarındaki payını 2023 yılında yüzde 7 seviyelerine kadar çıkartmıştı. 2023 yılı ikinci yarısından itibaren altın ithalatına getirilen kota nedeniyle ham madde temininde yaşadığımız sorunlar ve altına gelen 3.000 dolar/kilogram ortalama fiyat farkı üreticiler için sıkıntı olsa da ihracatçılarımız sabırla, azimle çalışmaya devam ettiler. İhracatımız geçen yıla göre baz etkisi ve altının ons fiyatındaki artışın da etkisiyle yüzde 60'a yakın artış gösterdi.

Sektör, ham maddeye küresel rakipleriyle eşit koşullarda erişebildiği takdirde neler yapabileceğini gösterdi. Şu anda altını temin edebildiğimiz sürece rekabetçi olmaya devam edeceğiz. Daha fazla katma değerli ürünlere yönelmemiz gerekiyor; kilogram başına 1.000 doların altında bile olsa oluşan fiyat farkı, katma değeri düşük ürünlere odaklanan firmalarımız için zarara yol açabiliyor. Türkiye, elmas, yakut, safir ve zümrüt gibi değerli taşların kullanıldığı mücevher ihracatını artırırsa bu durum ülkemiz için daha yüksek katma değer sağlayacaktır. Geleneksel pazarlarımız olan AB ve Orta Doğu'nun yanı sıra Güney Amerika, ABD, İngiltere, Uzak Doğu gibi hedef pazarlara dönük çalışmalarımız devam ediyor. Özellikle ABD çok önemli, zira 500 milyar dolarlık mücevher ticaretinin 250 milyar dolarlık kısmı ABD'ye ait ve bizim hedefimiz bu pazardan daha çok pay alabilmek.

İsrail-İran savaşı, Orta Doğu'daki dengeleri etkiledi. Bölgedeki tansiyonun bir nebze düşmesiyle birlikte başta Birleşik Arap Emir-

likleri olmak üzere Orta Doğu ve Körfez ülkeleriyle olan ticaretimizi canlandırmak istiyoruz. En büyük riskimiz, altın ham maddesi tedarikinde oluşabilecek fiyat farkları. Bugün Türkiye'de altın takı üretmek, İtalya'da üretilmiş bir ürünü satın almaktan daha maliyetli hâle geldi. Maliyetler bu seviyelerde kaldığı sürece rekabetçi olamayız.

Rusya-Ukrayna Savaşı'nın sona erme ihtimali bile başta Rusya olmak üzere bölgedeki ticari etkinliğimizi güçlendirecektir. Öte yandan ABD pazarı bizim için çok önemli, 250 milyar dolarlık bir hacme sahip. Daha önce ABD tarafından açıklanan vergi oranları, Türkiye'ye kısmi bir avantaj sağlıyordu. Diğer vergiler de dikkate alındığında, Türkiye'nin AB ülkelerine kıyasla ciddi bir avantajı bulunuyordu. Bu da tabii altına talebi etkileyecektir. Özellikle ABD pazarından pay almak istiyorsak üretici ve ihracatçı, altın ham maddesine kota farkı olmadan ulaşmalıdır.

Ayrıca, ABD pazarında oldukça etkili olan Tayland'a yüzde 36 oranında vergi uygulanıyor. Asya'da Japonya başta olmak üzere birçok ülkeye yönelik ABD vergileri yüzde 50'ye varıyor. BRICS ülkeleri içinse yüzde 50'nin üzerinde vergilendirme tehdidi söz konusu. Türkiye'nin kapasitesi bu ülkelerdeki üreticiler için fırsat olabilir. Vergi tarifesi uygulamaları bu oranlarda devam ederse Türk firmaları için fırsat olacağı gibi pek çok firma da yatırım için ülkemize gelebilir. Bunların olması için kotanın kesinlikle kalkması gereklidir ve peşin ithalatın yasaklanması kararından derhal vazgeçilmelidir. Uluslararası altın, mücevher ticareti peşin yapılır.

ABD pazarından pay almak istiyorsak üretici ve ihracatçı, altın ham maddesine kota farkı olmadan ulaşmalıdır.



Sürdürülebilirlik çözümleri tek bir platformda.

✓ Şeffaf içerik

✓ Yüksek kaliteli veri

✓ Uçtan uca çözümler

cageCBAM

SKDM Hesaplama ve Raporlama

cageEPD

LCA ve Çevresel Ürün Beyanı Belgesi

cageLCA

Firmaya Özel LCA Modelleme

cageESG

ESG Performans Takibi ve Raporlama

cageCARBON

Kurumsal Karbon Ayak İzi Hesaplama

cagePCF

Ürün Karbon Ayak İzi Hesaplama

www.cagesuite.com

Savunma ve Havacılık İlk Yarıyı Rekora Kapattı

Yerli üretim ile kısa zamanda küreselin güçlü aktörlerinden biri hâline gelen Türk Savunma ve havacılık sektörünün ihracatı, yılın ilk altı ayında geçen yıla kıyasla yüzde 25 artarak 3 milyar 603 milyon dolar olarak gerçekleşti.



2000'li yılların başında savunma teçhizatının büyük kısmını ithalatla karşılayan Türkiye, son 20 yılda yapılan yatırımlar ile hızlı bir ivmelenme yaşadı. Bu hızlı ilerleme, sadece ürün çeşitliliğinde değil özgün mühendislik kapasitesinde de kendini gösterdi. Aselsan, Roketsan, TUSAŞ, TEI, STM gibi firmalar sadece parça değil tam sistem üretebilir hâle geldi. Türkiye, 2023-2024 döneminde toplam savunma ihtiyacının yüzde 70'inden fazlasını yerli kaynaklarla karşılayabilir duruma ulaştı. Aynı dönemde sektör yaklaşık 3 bin 500 firma, 1.100 proje ve yıllık 3 milyar dolara yaklaşan AR GE harcamasıyla ekonomik anlamda da uçuşa geçti.

2023 yılında 5,55 milyar dolar, 2024 yılında ise 7,1 milyar dolar ihracat gerçekleştiren savunma ve havacılık sanayisinin 2025 yılı ihracat hedefi 7,3 milyar dolar. Sektör bu hedefi için de yıla güçlü bir başlangıç yaptı. Ocak ayında ihracatı 383,1 milyon dolara ulaşarak yüzde 16 artış kaydetti. Şubat'ta yüzde 44 büyüyen ihracat 434 milyona çıktı. Mart ayında ise yüzde 147'lik artış ile rekor kırarak 884 milyon dolarlık aylık ihracata ulaştı, ki bu tüm zamanların en yüksek rakamı olarak kaydedildi. Nisan'da yüzde 54'lük artışla 539 milyon dolara mayısta ise yüzde 24'lük düşüşle 741,8 milyon dolar düzeyine gelindi.

SEKTÖR, GÜCÜNÜ MİLLETEN, YÖNÜNÜ GELECEKTEN ALIYOR

2025 yılının ilk yarısında ihracat anlamında önemli bir başarıya imza atan Türk savunma ve havacılık sanayisinin, ocak-haziran döneminde dış ticaret rakamları geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 25 oranında artış göstererek 3 milyar 603 milyon dolara ulaştı. Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 3'ünü oluşturan savunma sanayi ve havacılık sektörünün,



son 12 aylık dönemde gerçekleştirdiği ihracat ise yüzde 23,1 artışla 7 milyar 454 milyon dolara yükseldi.

Savunma sanayisindeki fonksiyonel ve maliyet olarak etkin sistemleri ile dikkat çeken Türkiye, 2018 yılından bu yana silahlı-silahsız, insansız hava araçlarında dünyadaki tüm pazarın yüzde 65'ine hâkim. Yerli katma değer oranının yüzde 80 seviyelerine çıkarılması, yüksek teknoloji ürünlerin ihracata eklenmesi ve uluslararası iş birliklerinin genişlemesiyle sektörün ikinci yarıda da ivmesini koruması ve yeni rekorlara imza atması bekleniyor. Hedeflere en büyük katkıyı sağlayacak organizasyonlardan biri de Uluslararası Savunma Sanayii Fuarı (IDEF 2025) oluyor. Bu yıl 17'ncisi düzenlenen fuar, yoğun katılımcı sayısı, önemli iş birlikleri ve anlaşmalar ile hafızalara kazınan bir sezonu geride bıraktı.

IDEF 2025 REKOR KATILIMLA TAMAMLANDI

Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen savunma sanayii şirketleri-

KAAN'ın Endonezya'ya satışına yönelik imzalanan anlaşma Türk savunma sanayisinin bugüne kadarki en büyük ihracat sözleşmesi olma özelliği taşıyor.



ni bir araya getiren Uluslararası Savunma Sanayii Fuarı (IDEF 2025), yoğun diplomatik temaslar, kritik iş anlaşmaları ve binlerce ziyaretçiye ev sahipliği yaptığı altı günün ardından sona erdi. Bu yıl IDEF, önceki fuarlara kıyasla daha dinamik bir organizasyonla hayata geçirildi. Açılış töreninde karada, havada ve denizde yapılan eş zamanlı gösteriler, Türk savunma sanayisinin ulaştığı teknolojik gücü sergilerken, fuar boyunca 103 ülkeden 231 yabancı heyet ve bin civarında uluslararası delegasyon ağırlandı. Türk savunma şirketleri ile yabancı firmalar arasında çok sayıda iş birliği anlaşması ve satış sözleşmesi imzalanırken hafta sonu fuar ilk kez halka açılarak savunma teknolojilerine ilgi duyan vatandaşlara kapılarını araladı.

YENİ ÜRÜNLER İLGİ ODAĞI OLDU

IDEF 2025'te Türk savunma sanayisinin son dönemde geliştirdiği yenilikçi ürünler öne çıktı. ROKET-SAN'ın ilk kez tanıttığı TAYFUN BLOK-4 hipersonik balistik füze fuarın en çok dikkat çeken sistemlerinden biri olurken, AKATA kapsüllü ATMACA, GÖKBORA havadan havaya füze ve Şimşek-2 uydusu fırlatma aracı gibi yeni ürünler de ziyaretçilerle buluştu. ASELSAN, yeni nesil anti-İHA sistemi EJDERHA'yı ilk kez sergileyerek dron tehditlerine karşı etkili çözümünü tanıttı. STM'nin milli

hücumbot modeli, BMC'nin yeni kara araçları, TÜBİTAK SAGE'nin GÖKHAN hava-hava füzesi ve MSB'nin geliştirdiği GAZAP uçak bombası da büyük ilgi gördü.

Baykar tarafından sergilenen Gökyüzünün Ferrari'si olarak bilinen P.180 Avanti EVO uçağı fuara farklı bir renk katarken, Türk Havacılık ve Uzay Sanayii (TUSAŞ) milli muharip uçak KAAAN için Endonezya ile 48 adetlik satış anlaşması imzalayarak önemli bir başarıya imza attı. Fuarda ayrıca HAVELSAN'ın yapay zekâ destekli karar destek sistemleri ve komuta kontrol mimarileri sektör profesyonellerinin beğenisini kazandı.

9 MİLYAR DOLARLIK SÖZLEŞME HACMİNE ULAŞILDI

1.491 katılımcı firma, 103 ülke temsiliyeti, 231 resmi heyet ziyareti gerçekleştirilen IDEF 2025 Fuarı, 120 binden fazla kişiyi ağırladı. 26 yeni savunma sanayisi ürünü tanıtımının yapıldığı fuarda, 1.100'ün üzerinde ürün ilk kez sergilendi ve 270 imza töreni gerçekleştirildi.

Fuar boyunca toplam milyar dolarlık sözleşme hacmine ulaşıldığını bilgisini paylaşan Savunma Sanayii Başkanı Haluk Görgün, anlaşmaların yüzde 65'inin ihracat odaklı olduğunu söyledi. Rakamların yalnızca bir fuar bilançosu değil, yerli üretim kararlılığının ve stratejik savunma mimarisinin küresel yan-

sıması olduğunu belirten Görgün sözlerine şöyle devam etti: "Başta bu başarıya vizyoner liderliğiyle ilham veren ve her daim yanımızda olan Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere, ev sahipliğiyle destek veren Milli Savunma Bakanlığımıza, katkılarıyla gücümüze güç katan Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfımıza ve fuarımıza değer katan tüm kurumlara, firmalara, katılımcı ülke delegasyonlarına ve heyetlerine, ayrıca yoğun ilgileriyle bu heyecana ortak olan tüm ziyaretçilere şükranlarımızı sunarız."

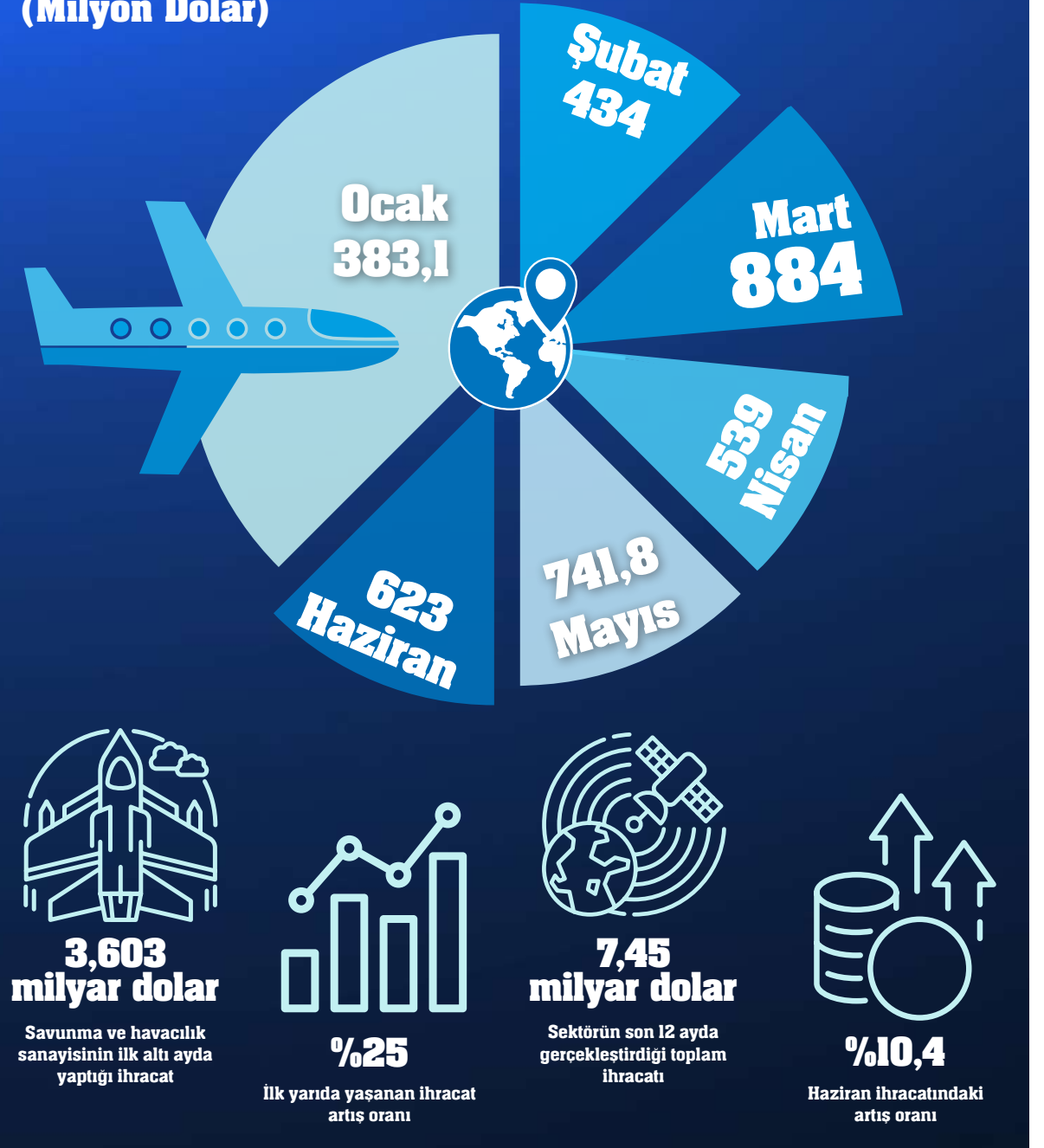
ENDONEZYA'YA 48 ADETLİK KAAAN UÇAĞI SATILDI

Önemli iş birliği anlaşmalarının yapıldığı fuar kapsamında, Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanlığı tarafından başlatılan ve Türk Havacılık Uzay Sanayii (TUSAŞ) tarafından geliştirilen milli muharip uçak KAAAN için Endonezya ile 48 adetlik satış sözleşmesi imzalandı. Türkiye tarafından milli imkânlarla tasarlanan, geliştirilen ve üretilen muharip uçak KAAAN'ın Endonezya'ya satışına yönelik imzalanan anlaşma Türk savunma sanayisinin bugüne kadarki en büyük ihracat sözleşmesi olma özelliği taşıyor.

Anlaşmaya dair açıklama yapan ve iki kardeş ülkenin ileriye dönük uzun soluklu iş birliğinin temelini atıldığını belirten Savunma Sanayii Başkanı Haluk Görgün, "Bu, sadece bir satış anlaşması değil. Şirketimiz Endonezya'daki kardeş şirketiyle de bu projede KAAAN'ın üretiminde sorumluluk alabilecek şirketle de işbirliği yaptı ki bizim sağlıklı ve sürdürülebilir bulduğumuz model bu zaten. Hem var olan teknolojilerimizi paylaşmak hem de yerel kapasiteyi en etkin şekilde kullanarak birlikte gelişmeyi ve sonraki nesil ürünleri birlikte geliştirmeyi hedefliyoruz. Hem altyapı açısından hem insan kaynağı açısından birçok projede bunu kanıtladık."

Gücünü Milletten, Yönünü Gelecekten Alan Sektör

Ocak - Haziran 2025 İhracat Rakamları (Milyon Dolar)



Meksika

Küresel Pazardaki Latin Ateşi

Kıtalararası stratejik konumu, genç ve büyük nüfus yapısıyla Meksika, sadece Latin Amerika'nın değil, küresel ekonomik sistemin de yükselen aktörleri arasında yer alıyor.

Tarihsel zenginliğini ve coğrafi konumunu, yükselen piyasa ekonomisiyle harmanlamayı başaran Meksika, Latin Amerika'nın en güçlü ekonomileri arasında Brezilya'nın ardından geliyor. Resmî adı Birleşik Meksika Devletleri olan Meksika, yüz ölçümü bakımından Amerika kıtasının beşinci, dünyanın ise 14. büyük ülkesi. 11 bin kilometreyi aşan sahil şeridiyle de coğrafi bakımdan oldukça stratejik bir lokasyona sahip. Pasifik Okyanusu, Meksika Körfezi, Karayip Denizi ve Kaliforniya Körfezi'ne kıyısı bulunan ülke, özellikle tedarik konusunda önemli bir avantajı elinde bulunduruyor.

Kıtalararası stratejik konumu, genç ve büyük nüfus yapısıyla Meksika, sadece Latin Amerika'nın değil, küresel ekonomik sistemin de yükselen aktörleri arasında yer alıyor. Siyasi dönüşümlerle şekillenen demokratik yapısı ve doğal kaynaklardan teknolojiye uzanan ekonomik potansiyeli, Meksika'yı geleceğin dinamik güçlerinden biri hâline getiriyor.

DÜNYA EKONOMİLERİ ARASINDA 15. SIRADA

Ekonomik açıdan dünyanın 15. büyük ekonomisi olan ülke, aynı zamanda Çin, Brezilya, Hindistan ve Rusya'nın ardından dünyanın beşinci büyük gelişmekte olan pazarı olarak kabul ediliyor. 1980'li yıllardan itibaren serbest piyasa reformlarını hızlandırdığı gibi 1994 yılında yürürlüğe giren NAFTA (Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması) sayesinde özellikle ABD ve Kanada ile ticari ilişkilerini üç katına çıkardı. Bu gelişme, Meksika'nın küresel pazara



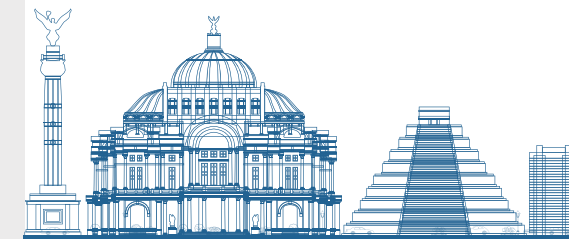
Torre

entegrasyon sürecinde dönüm noktası niteliği taşıyor.

Ancak ekonomideki bu açılıma rağmen, ülkede hem kamuya hem de özel sektöre ait tekelleşmiş şirketlerin ekonomideki ağırlığı hâlâ hissediliyor. Bu yapı, rekabeti sınırlandırıp üretkenliği azaltıyor ve hizmet kalitesi ile fiyat düzeyleri üzerinde olumsuz etkiler yaratıyor. Dolayısıyla Meksika ekonomisinin uzun vadeli sürdürülebilirliği için yapısal reformlara duyulan ihtiyacın devam ettiği söylenebilir.

YER ALTI KAYNAKLARINDAN GELEN GÜÇ

Latin Amerika'nın ekonomik devlerinden biri olan Meksika, sanayisi, gıda ve tütün işleme tesislerinden kimya, demir-çelik, tekstil, otomotiv ve dayanıklı tüketim mallarına kadar geniş bir sektörel yelpazeye sahip. Ülke sanayi gücü ve küresel ticaret ilişkileriyle olduğu kadar zengin doğal



%2,0
Büyüme Oranı

1,2
trilyon dolar
GSYİH

20.602
dolar
Kişi Başı GSYİH

Ekonomik açıdan dünyanın 15. büyük ekonomisi olan ülke, aynı zamanda Çin, Brezilya, Hindistan ve Rusya'nın ardından dünyanın beşinci büyük gelişmekte olan pazarı olarak kabul ediliyor.

kaynakları ve biyolojik çeşitliliğiyle de dikkat çekiyor. Petrol, doğal gaz, gümüş, bakır, altın, kurşun ve çinko gibi önemli madenler, ülke ekonomisinin temel taşlarını oluşturuyor. Fosil kaynaklara dayalı ekonomisini çevre hassasiyetiyle dönüştürme amacı için somut adımlar atan Meksika, Petrol İhraç Eden Ülkeler (OPEC) içinde Kyoto Protokolü'nü imzalayan ilk ülke olmasıyla dikkat çekiyor.

Petrol gelirlerinin, son yıllarda ülke ekonomisindeki ağırlığı azalmakla birlikte hâlâ ihracat gelirlerinin yüzde 10'unu ve tüm kamu gelirlerinin üçte birini oluşturduğu biliniyor. Ancak sahip olduğu bu doğal zenginlik, çevresel kırılganlıklarla iç içe geçmiş durumda. Bir yandan dünyanın en büyük gümüş üreticilerinden biri olan Meksika, öte yandan

ormansızlaşma, çölleşme, su kıtlığı ve hava kirliliği gibi yapısal çevre sorunlarıyla karşı karşıya.

TARIM ÜRETİMİNDE DERİN ÇEŞİTLİLİĞİ BULUNUYOR

Tarım alanındaki çeşitliliğiyle bilinen Meksika, dünyanın dokuzuncu büyük tarım ve gıda ürünleri ithalatçısı olduğu gibi tüketiminin de yaklaşık yüzde 40'ını ithal ediyor. Mısırın anavatanı olan ülkede yaygın olarak yetiştirilen diğer tarım ürünlerinin başında ise buğday, soya fasulyesi, pirinç, fasulye, pamuk, kahve, meyve ve domates geliyor. Hayvancılıkta ise sığır eti, kanatlı etler ve süt ürünleri öne çıkıyor. Bu güçlü tarım altyapısı hem iç talebi karşılıyor hem de ihracata yönelik fırsatlar sunuyor.

Orman meyveleri, avokado ve agave gibi talep gören, yüksek kârlı ürün üretimi bulunan ülke, tarımsal anlamda önemli bir gelir elde ederek birçok üreticinin gelişmesine de olanak sağlıyor. Meksika'da birim alan başına en yüksek değere sahip ürün, Meksika Tarım-Gıda ve Balıkçılık Bilgi Servisi'nin (SIAP) son verilerine göre hektar başına 1,4 milyon Meksika Pesosu ile agavedir. Yüksek talep ve kârlılık oranlarıyla agaveyi, ahududu, çilek, yaban mersini ve böğürtlen gibi meyveler takip ediyor.

MEKSİKA TÜRK TİCARET RÜZGÂRININ ETKİSİNDE

Türkiye, Meksika için yalnızca bölgesel bir ortak değil, aynı zamanda küresel ölçekte yüksek potansiyel barındıran bir ticaret ortağı olarak konumlanıyor. Coğrafi olarak birbirine uzak olsa da



Santo Domingo Katedrali



Puebla



Enmedio Adası

Türkiye ile Meksika arasında son yıllarda giderek güçlenen ticari ilişkiler, iki ülkenin küresel tedarik zincirindeki rolü ve ekonomik tamamlayıcılıkları göz önüne alındığında stratejik bir anlam taşıyor. 2022 verilerine göre ticari ilişkiler, özellikle son 10 yılda önemli bir büyüme kaydederek iki ülke arasındaki ticaret hacmi değer bazında yaklaşık yüzde 72 oranında artış gösterdi. Meksika, Türkiye'nin toplam ihracatı içinde yüzde 0,42'lik bir paya sahip. Türkiye'nin en fazla ihracat gerçek-

leştirdiği ülkeler sıralamasında ise 49. sırada yer alıyor.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Türkiye'nin Meksika'ya gerçekleştirdiği ihracat 2023 yılında ise 1.243 milyon dolar oldu. 2023 yılı ihracatının, bir önceki yıla kıyasla yüzde 15 artış gösterdiği görülüyor. 2024 yılında ise Meksika'ya gerçekleştirilen ihracat 1.365 milyon dolar olurken yapılan ithalat 1.194 milyon dolar olarak kaydedildi. Aynı yıl 171 milyon dolar dış ticaret fazlası gerçekleşti. Meksika ile Türkiye



ABD'nin Yüzde 30'luk Gümrük Vergilendirmesi Ticaretini Zorlayacak

ABD Başkanı Donald Trump'ın getirdiği gümrük tarifelerinden en fazla etkilenen ülkelerden biri de Meksika. Trump; Meksika'ya gönderdiği tarife mektubunda, Meksika'dan 1 Ağustos 2025 tarihi itibarıyla ABD'ye gönderilen ürünlere, sektörel tarifelerden ayrı olarak yüzde 30 gümrük vergisi uygulanacağını bildirdi. Mektupta fentanil krizinden kaynaklanan gümrük vergileri uygulandığını belirten Trump, "Meksika sınır güvenliğini sağlamama yardımcı oluyor, ancak yaptıkları yeterli değil." şeklinde açıklama yaptı ve misilleme durumunda tarifelerin artacağını da ekledi.



133,37

milyon

Nüfus
(IMF Tahmin 2025)

1.972.550

kilometrekare

Yüz ölçümü



Cumhuriyet Meydanı

arasında hâlihazırda yürürlükte olan iki önemli ekonomik anlaşma bulunuyor. Bunlar: Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması ile Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması. Bu iki anlaşma, yatırımların güvenliği ve karşılıklı vergi avantajlarının sağlanması bakımından önemli hukuki temeller sunuyor.

Meksika, yalnızca Türkiye için değil küresel ölçekte pek çok sektör için yüksek potansiyel barındıran bir pazar. Özellikle tekstil ve hazır giyim, elektrik ve elektronik, gıda, iklimlendirme, kimya, makine, otomotiv, mobilya, inşaat malzemeleri, sağlık, yenilenebilir enerji ve TV dizileri gibi sektörler, Türk firmalarının Meksika pazarında rekabet edebileceği güçlü alanlar arasında yer alıyor.

Petrol, doğal gaz, gümüş, bakır, altın, kurşun ve çinko gibi önemli madenlerin ülke ekonomisinin temel taşlarını oluşturduğu Meksika, Petrol İhraç Eden Ülkeler (OPEC) içinde Kyoto Protokolü'nü imzalayan ilk ülke.

BIYOÇEŞİTLİLİK ZENGİNİ

Biyoçeşitlilik açısından dünyanın dördüncü sıradaki ülkesi olarak öne çıkan Meksika; yeryüzündeki tüm bitki ve hayvan türlerinin yaklaşık yüzde 10'una ev sahipliği yapıyor ve bu zenginliği korumak için de sürdürülebilir kalkınma politikaları geliştirmeye çalışıyor. Ormanların korunması ve yeniden ağaçlandırılması amacıyla birçok programın yürütüldüğü ülkede, son yıllarda atık su arıtma altyapısının geliştirilmesi ve yenilenebilir enerji projeleri gibi adımlarla karbon emisyonlarının azaltılması hedefleniyor.

Ancak bu hedeflere ulaşmak için çevre politikalarının sadece merkezi hükümet düzeyinde değil, yerel yönetimler ve sivil toplumun da katılımını içerecek şekilde daha bütüncül bir yapıya kavuşturulması gerekiyor. Orman kayıplarının en büyük nedenlerinden biri olan hayvancılığa dayalı arazi açımı, özellikle ülkenin güneydoğusunda her yıl yüz binlerce hektarlık ormanlık alanın yok olmasına yol açıyor. 1950'lerden bu yana ülke ormanlarının yaklaşık yüzde 45'inin tahrip edilmesi, bu tehdidin büyüklüğünü gözler önüne seriyor.

TÜRKİYE- MEKSİKA ARASINDAKİ DİŞ TİCARET RAKAMLARI

	2022 (Milyon Dolar)	2023 (Milyon Dolar)	2024-8 (Milyon Dolar)
İhracat	1.081	1.243	926
İthalat	1.189	1.229	773
Dış Ticaret Hacmi	2.270	472	1.700

Kaynak: TÜİK

TÜRKİYE'NİN EN ÇOK TERCİH EDİLEN SORUMLULUK SİGORTACISINDAN



Sınırsız İkame Araç • Sınırsız Mali Sorumluluk (İMM) 7/24 Quick Yardım

Tek poliçeyle aracınız için sınırları kaldırın, Quick Kasko ile ekonomik, pratik, anında sınırsız avantajları yaşamaya başlayın.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q-BLOG

Q-MAG

Q-SÖZLÜK



QUICK
SİGORTA

Çelik

İhracatın Sarsılmaz Dinamosu

Ülke ekonomisine güçlü katkısı artarak devam eden Türk çelik sektörü, yeni dönemde atılacak stratejik adımlarla küresel rekabetteki pozisyonunu daha ileri taşımayı amaçlıyor.

İnşaat, altyapı, otomotiv ve makine imalatı gibi temel endüstrilerde kritik girdileri sağlayan çelik; ekonomik büyümenin, ihracat gücünün ve stratejik bağımsızlığın temel taşlarını oluşturan sektörler arasında yer alıyor. Türkiye'nin küresel ekonomi içindeki konumunda hayati bir rol oynayan çelik sektörü, istihdama, ihracata ve endüstriyel büyümeye ciddi anlamda katkı sağlıyor.

Türkiye gibi gelişimi dinamik ülkeler için çelik, yalnızca bir ham madde değil, ihracat potansiyeli yüksek lokomotif sektörlerden biri olarak konumlanıyor. Küresel çelik endüstrisinde önemli bir konuma sahip olan Türkiye ise çelikteki gücünü altyapı yatırımlarıyla her geçen gün geliştirerek büyüyor. Ülkemiz, Avrupa'nın en büyük çelik üreticilerinden biri konumunda.

SEKTÖR, YATIRIMLARLA BÜYÜYOR

Dikkate değer bir üretim kapasitesine sahip olan Türk çelik endüstrisi, son yıllarda rekabet gücünü artırmak için çelik üretim kapasitesini artırmak ve tesislerini modernize etmek için yatırımlarına devam ediyor. 2022 yılında sektör, yeni tesislere yapılan yatırımlar veya mevcut tesislerdeki kapasite artırımları yoluyla kapasitesini artırmaya devam ederek ham çelik üretim tesisi sayısı 40'dan 41'e yükseldi.

2021 yılında Türkiye'nin ham çelik üretimi yaklaşık 40,4 milyon ton ile tarihi zirveye ulaşan Türkiye, 2022 ve 2023'te ciddi üretim düşüşleri yaşadı. 2022'de üretim yüzde 12,9 azalarak yaklaşık 35,1 milyon tona; 2023'te ise yüzde 4'lük yeni bir düşüşle 33,7 milyon tona geriledi. Sektörün yaşadığı bu gerilemenin başlıca nedenlerini; enerji maliyetleri, döviz kuru oynaklığı, deprem ve jeopolitik gerilimler oluşturuyor.

TOPARLANMA 2024 YILINDA BAŞLADI

Sektör, son altı yıldır sürdürdüğü küreseldeki net ihracatçı konumunu 2023 yılında kaybetse de 2024 yılına iyi bir giriş yaptı ve büyük bir toparlanma yaşadı. Türkiye'nin ham çelik üretimi 2024'te bir önceki yıla kıyasla yüzde 9,4 artarak 36,9 milyon ton seviyesine çıktı. Bu değerle Türkiye, Avrupa'nın ikinci, dünyanın ise sekizinci büyük ham çelik üreticisi konumuna ulaştı. 2024'te nihai mamul üretimi 41,9 milyon tona, görünür tüketim ise yüzde 0,6 artışla 38,3 milyon ton seviyesine yükseldi. Kapasite kullanım oranı ise yüzde 56,8'den yüzde 62,2'ye çıktı.

Dış ticarete de belirgin bir artış yaşayan sektör, 2024'ün tamamında miktar bazında yüzde 27,6 artışla 13,4 milyon ton çelik ürünü ihraç etti. Değer bazında ihracat ise yüzde 17,7 yükselişle 9,7 milyar dolar oldu. Yıl genelindeki ithalat miktar bazında yüzde 1,7 artarken değer bazında yüzde 9,9 gerileyerek 13,2 milyar dolara düştü. Bu gelişme sayesinde, ihracatın ithalatı karşılama oranı 2023'teki yüzde 56,6'dan 2024'te yüzde 74'e yükselmiş oldu.

Dış ticarete belirgin bir artış yaşayan sektör, 2024'ün tamamında miktar bazında yüzde 27,6 artışla 13,4 milyon ton çelik ürünü ihraç etti. Değer bazında ihracat ise yüzde 17,7 yükselişle 9,7 milyar dolar oldu.





KPMG'nin “Çelik Sektörel Bakış 2024” Başlıklı Raporuna göre Sektörün Karşılaştığı Temel Sorunlar:

Enerji maliyetlerinin yükselmesi: Türkiye'de çoğunlukla elektrik ark ocakları kullanılıyor; enerji fiyatlarındaki artış üretim maliyetlerini ciddi oranda artırdı ve küresel rekabet gücünü olumsuz etkiledi.

Çelik fiyatlarındaki düşüş ve TL'nin değer kaybı: 2022'nin ikinci yarısından itibaren düşen çelik fiyatları ve TL'nin değer kaybı, iç pazarda belirsizlik yarattı, üretici kârlılığını zayıflattı.

Global talep daralması: AB'de sanayi ve inşaat sektöründeki durgunluk, küresel faiz artışları ve yatırım iştahının zayıflaması nedeniyle dış talep zayıfladı, ihracata yansıdı.

TÜRKİYE ÇELİKTE YÜKSELİŞE GEÇTİ

Türk çelik sektörü, 2025'in ilk yarısında yakaladığı ivme ile dikkat çekiyor. Çelik ihracatı, ocak-haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 9,4 artarak yaklaşık 5,5 milyar dolara yükseldi. Aynı süreçte ithalat ise yüzde 4,5 gerileyerek 11,2 milyar dolar seviyesinde kaldı. İlk yarıda yapılan ihracatın ülke dağılımı incelendiğinde, çelik ihracatındaki yükselişin özellikle Orta Doğu, Avrupa ve Kuzey Afrika pazarlarından gelen talebin artması ve rekabetçi fiyatlandırmanın etkisiyle gerçekleştiği görülüyor.

İthalattaki düşüş ise hem iç üretimin güçlenmesinin hem de sanayide yerli ham madde kullanımının teşvik edilmesinin bir sonucu olarak değerlendiriliyor. Küresel ekonomik koşulların zorlaştığı bir dönemde, Türk çelik sektörünün ihracat-ithalat dengesini lehine çevirmesi yılın geri kalanı için olumlu mesaj veriyor.

Küresel rekabet ortamında ihracatını güçlendirirken iç pazarda ithalata olan bağımlılığını azaltmaya devam eden sektörün, bu şekilde

devam ettiği takdirde küresel çelik piyasasında daha güçlü bir konuma ulaşması için önünde hiçbir engel yok gibi görünüyor.

ÇELİK, YEŞİL DÖNÜŞÜMÜN ÖNCELİKLİ SEKTÖRLERİ ARASINDA

Dünyada üretilen 1 ton çelik için yaratılan emisyon, yaklaşık 2 ton civarında. Hiçbir teknolojik dönüşümün ve azaltım politikasının hesaba katılmadığı WoM senaryosuna göre 2020-2053 arasındaki 34 yıllık dönemde çelik sektörünün toplam 1,7 milyar tonluk karbon emisyonu değerine ulaşılacağı tahmin ediliyor. Bu, hazırlanan senaryolar arasında en yüksek karbon emisyonuna ulaşılan değerdir.

Türkiye'de ise faaliyet gösteren 41 ham çelik üretim tesisinin 2021 yılına ait sera gazı emisyonları, yaklaşık 40 milyon ton karbondioksit seviyesine ulaşarak ülkenin toplam emisyonlarının yüzde 7'sini oluşturdu. Ülke genelinde üç büyük entegre demir-çelik tesisi bulunuyor ve tesisler, bu emisyonların yaklaşık yüzden 70'inden sorumlu. Enerji tüketimi açısından da önemli bir paya sahip olan sektör, Türkiye'nin toplam enerji tüketiminin yüzde 7'sini, sanayi kaynaklı tüketimin ise yüzde 22'sini oluşturuyor.

Hiçbir teknolojik dönüşümün ve azaltım politikasının hesaba katılmadığı WoM senaryosuna göre 2020-2053 arasındaki 34 yıllık dönemde çelik sektörünün toplam 1,7 milyar tonluk karbon emisyonu değerine ulaşılacağı tahmin ediliyor.

KARBONSUZLAŞMA YOLUNDA ATILAN ADIMLAR SONUÇ VERİYOR

Türkiye, üç entegre tesis, 27 elektrik ark ocaklı ve 11 indüksiyon ocaklı olmak üzere toplam 41 tesis ile dünya çelik üretiminde önemli bir oyuncu konumunda. Ham çeliğin yaklaşık yüzde 70'i elektrik ark ocaklı tesislerde üretilen ve çoğunlukla inşaat sektöründe kullanılan uzun ürünlerden oluşuyor. Yassı çelik üretiminin ağırlıklı olarak gerçekleştiği entegre tesisler ise toplam üretimin yüzde 30'unu karşılıyor. Türkiye'nin hurda çelik kullanımına dayalı üretim modeli, diğer büyük üretici ülkelere kıyasla daha düşük karbon yoğunluğu sağlasa da elektrik üretiminde yüksek karbon emisyonu ve ham madde lojistiği nedeniyle birim üretim başına düşen toplam emisyonlar yüksek kalıyor.

Türkiye'nin 2053 yılı için belirlediği net sıfır emisyon hedefi, çelik sektörünün de dâhil olduğu yüksek emisyonlu sanayi alanlarında köklü bir dönüşümü zorunlu kılıyor. Bu bağlamda Türk çelik sektörünün de son beş yıldır en önemli gündem maddesini oluşturan yeşil dönüşüm çalışmaları hız kazandı. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının hazırladığı çalışmaya göre net sıfır hedefi için 2030'dan sonra yüksek yatırım gereksinimleri olan daha radikal teknolojilerin devreye alınması gerekiyor.

Türk çelik sektöründe “Karbon Yakalama, Kullanma ve Depolama” olarak sınıflandırılmış teknolojilerin araştırılması ve sektörde uygulanmasının özendirilmesi şart hâline gelmiş durumda. Ayrıca yeşil dönüşüm için tesislerde hurda ayıklama ve hazırlama proseslerinin iyileştirilmesine yönelik yöntemlerin geliştirilmesi ve yüksek fırınlara şarj edilen düşük tenörlü cevherlerin, uygun cevher işleme metotları kullanılarak verimliliğin artırılması gerekiyor.

Üretimde yenilenebilir enerji kullanımının artırılması da

Çelik ihracatı, ocak-haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 9,4 artarak yaklaşık 5,5 milyar dolara yükseldi. Aynı süreçte ithalat ise yüzde 4,5 gerileyerek 11,2 milyar dolar seviyesinde kaldı.

çok önemli konulardan birini oluşturuyor. Üretim hattındaki kullanılan enerjinin yenilenebilir kaynaklardan sağlanması amacıyla yenilenebilir enerji üretim altyapıları kurulması ve gerekli ilave teşvik mekanizmalarının devreye alınması sektörü karbonsuzlaştırarak önemli adımların başında geliyor. Aynı şekilde yeşil hidrojenin ticari olarak kullanılabilir ve uygun maliyetli hale getirilmesi amacıyla mevcut ve uygun teknolojilerin tespit edilmesi de çelik sektörünün geleceği için önem arz ediyor.



“TÜRKİYE, ÇELİK SEKTÖRÜNDE ÖNE ÇIKAN ÜLKELERDEN BİRİ”



Adnan Aslan
Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB)
Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye, 1997 yılından bu yana 8,2 milyon tonluk üretim seviyesinden 2024 yılında 37 milyon tonlara ulaşarak dikkat çekici bir büyüme kaydetti. 2025 yılının ilk beş ayında ise çelik üretiminde Avrupa'da Almanya'nın da önüne geçerek ilk sıraya yerleşti. Bu gelişim, Türk çelik sektörünün kendi gücüyle ne denli sağlam bir yapı kurduğunu açıkça gösteriyor. Türkiye'nin ihracatçı sektörleri arasında ilk beşte yer alan Türk çelik sektörü, ekonomimize güçlü katkısını yıllardan beri sürdürüyor.

Bugün önceliklerimiz arasında da yüksek katma değerli üretim önemli bir yer tutuyor. Çünkü fiyat rekabetinde yaşanan dezavantajları dengeleyebilmenin en etkili yolları; üretim süreçlerinde verimliliği artırarak maliyetleri azaltmak ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmektir. Türkiye'deki üreticiler de bu doğrultuda ciddi yatırımlar yapıyor. Sürdürülebilirlik çalışmaları ve inovasyon yetkinliğiyle Türkiye, çelik sektöründe öne çıkan ülkelerden biri.

“SEKTÖRÜMÜZ İHRACAT PAZARLARINI ÇEŞİTLENDİRİYOR”

Sektörümüz, coğrafi konumumuzun sağladığı avantajları etkin şekilde değerlendirerek; yeşil dönüşüm, sürdürülebilirlik ve katma değerli üretim alanlarında attığı adımlarla ihracatını yıllar içinde istikrarlı bir şekilde artırdı. Önümüzdeki dönemde, özellikle yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik alanlarında atılacak yapısal adımlar sayesinde ihracatta daha da güçlü bir konum elde etmeyi hedefliyoruz. Son yıllarda Türk çelik sektörünün, Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı yaklaşık yüzde 9 seviyesine ulaştı. Sanayi ürünleri ihracatına ise yüzde 12 seviyesinde katkı sağlanıyor.

Bu doğrultuda, sektörümüzün sürdürülebilir büyümesini devam ettirmesini ve küresel pazarlarda daha etkili bir oyuncu hâline gelmesini amaçlıyoruz. Çelik sektörü, karbonsuzlaşma hedefi doğrultusunda karbon emisyonlarını azaltmak amacıyla çevre dostu üretim süreçlerine geçiş yaparken bu alandaki yatırımlarını da her geçen gün artırıyor. Türkiye'nin, bu süreçte birçok ülkeye kıyasla oldukça avantajlı bir konumda bulunduğunu da belirtmek isteriz.

Yeşil dönüşüm, karbon ayak izinin azaltılması ve sürdürülebilir üretim gibi küresel önceliklerin artmasıyla birlikte sektörümüz ihracat pazarlarını çeşitlendirmeye yönelmiş durumda. Avrupa Birliği'nin (AB) sınırda karbon düzenlemesi, sektörü yeni pazarlara yönlendirmeye teşvik etti. Yükselen altyapı ihtiyacı, düşük karbon regülasyonu ve Çin ile rekabette sahip olduğumuz lojistik avantajlar nedeniyle Afrika büyük potansiyel taşıyor. Ayrıca, Güney Amerika ülkelerinde inşaat ve sanayi yatırımları çelik talebini artırıyor. Bu pazarlarda yer edinme çalışmalarımız sürüyor.

Türkiye'de çelik üretimi, büyük ölçüde daha düşük karbon salınımı sağlayan elektrikli ark ocakları teknolojisi ile gerçekleştirilirken, Uzak Doğu ülkelerinde hâlâ yüksek karbon salımı yapan cevher bazlı üretim öne çıkıyor. Bu fark sayesinde Türkiye, dünya genelinde önde gelen yeşil çelik üreticileri arasında yer alıyor. Esnek üretim yapımız, hızla değişen taleplere anında yanıt verebilme kapasitemiz, köklü sanayi deneyimimiz ve rekabetçi fiyatlarımız sayesinde, ticaret engelleri olmadığı sürece sektörümüz her pazarda güçlü bir aktör olarak yer alabilir.

Esnek üretim yapımız, değişen taleplere anında yanıt verebilme kapasitemiz ve rekabetçi fiyatlarımız sayesinde ticaret engelleri olmadığı sürece sektörümüz, her pazarda güçlü bir aktör olarak yer alabilir.

TÜRKİYE'NİN GİRİŞİMCİLERİ YARIŞMASI

Son Başvuru Tarihi

15 Ağustos 2025

HEMEN BAŞVUR

www.turkiyeningirisimcileri.com



Ödül Töreni:
Türkiye Innovation Week
9-11 Ekim 2025

Geçmişin Üretim Merkezleri Bugünün Yaşayan Hafızaları

Bir zamanlar İstanbul'daki üretimin kalbini oluşturan mimari yapılar, bugün geçmişteki işlevsellikleri baki olmasa da şehrin hafızasında derin izler taşıyan kültür duraklarına dönüşmüş durumda.

İstanbul'un köklü tarihini yalnızca saraylar, camiler ya da surlardan okumak yeterli olmuyor. 572 yıldır Türklerin varlık sürdüğü İstanbul topraklarında nice güzel eser bırakıldı. Şehre dokusunu kazandıran tüm eserler gibi fabrika olarak inşa edilen yapılar da en özel işçilikle oluşturuldu. Şehrin ilk üretim merkezleri olan mekânlar, bugün incelikli işçilikleri ve tarihsel geçmişleriyle nadide eserler arasında yer alıyor. Bir zamanlar buharla çalışan makinelerin yankılandığı bu yapılar, geç Osmanlı döneminin modernleşme sürecinin en yakın tanıkları olmalarının yanı sıra imparatorluğun son yüzyılında sanayileşme adına atılan cesur adımların somut örneklerinden.

Festen kâğıda, demirden ayakkabıya, tekstilden baruta kadar birçok farklı ürün üretimi için İstanbul'da yükselen bu yapılar, Osmanlı'nın Batı'yla arasındaki üretim makasını kapatma çabasının ilk adımları olarak inşa edildi. Bu yapılar, bugün artık çarkları dönmüyor olsa da geçmişi geleceğe taşıma konusunda önemli

bir misyon üstleniyorlar. Bazıları restore edilerek dönüştürülen bu mekânlar, İstanbul'un kültürel belleğinin ayrılmaz birer parçası konumunda.

SANAYİDEN SANATA BEYKOZ KUNDURA'NIN 200 YILLIK HİKÂYESİ

Dizi üretiminde ve ihracatında küreselin en büyük aktörlerinden biri hâline gelen Türkiye'nin, neredeyse her dizisinin bir sahnesinin çekildiği yer olan Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası'nın temelleri III. Selim döneminde atıldı. 1813'te ordu için ayakkabı, çizme ve koşum takımları üretmeye başlayan fabrikanın adı, bu sebeple sonraki süreçte Beykoz Teçhizat-ı Askeriye Fabrikası olarak değiştirildi. 1912 yılına gelindiğinde fabrikanın günlük kundura imalatı bin çiftte kadar ulaştı. 1933 yılında ise fabrika, Sümerbank'a devredilerek Sümerbank Deri ve Kundura Sanayi Müessesesi adını aldı ve bu devir ile birlikte fabrika, Türkiye'nin sanayileşme tarihinin en önemli endüstri yapılarından biri hâline geldi.

1945 yılında fabrikanın deri işletme ve teknik bölümünde çalışan müdürlerin, Almanya'da dericilik eğitimi almaya gitmesiyle birlikte fabrika işçilerinin sendikalaşma süreci başlamış oldu. 1950'lerde Beykoz Kundura İşçi Evleri Kooperatifi kuruldu. Fabrika işçileri, bu oluşum sayesinde ev sahibi oldu. Yurt dışındaki kurumlarla kurduğu eğitim ve üretim ilişkilerinin yanı sıra sendikal çalışmalarıyla da öncü ve yenilikçi bir tesis hâline gelen Kundura Fabrikası, bu süreçte Beykoz'un çehresini de geliştirip dönüştürdü.

1955 yılına gelindiğinde 43 milyon lira yatırımla Sümerbank Deri ve Kundura Sanayi Müessesesi'nin yıllık kapasitesi, 1 milyon

Temelleri III. Selim döneminde atılan Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası, 2005 yılından bu yana televizyon ve sinema yapımlarına ev sahipliği yapıyor.

860 bin çiftte yükseldi. 1963'te ise fabrikada çalışan memur sayısı 154'e, işçi sayısı bin 970'e çıktı. 1967'de fabrikada tabanı PVC olan ucuz yazlık kundura üretimi-ne, 1968'de de taban astarı olarak kullanılmak üzere deri artıklarından suni deri üretimine başlandı. Bu dönemde fabrikada yılda 2 milyon çift kundura üretimi gerçekleştiriyordu.

Fabrika için önemli kırılma noktalarından biri 1975 yılında Deri-İş Sendikası tarafından iki ay boyunca devam eden grev sonucunda Deri-İş ve Sümerbank arasında toplu iş sözleşmesinin imzalanması oldu. 1980'lerin sonuna gelindiğinde ekonomi politikasının değişmesiyle zarar etmeye başlayan fabrika, 1984'te son işçi alımını gerçekleştirdi ve 1999 yılında da faaliyetlerini tamamen

1980'lerin sonuna gelindiğinde ekonomi politikasının değişmesiyle zarar etmeye başlayan Beykoz Kundura Fabrikası, 1984'te son işçi alımını gerçekleştirdi.



II. Mahmud döneminde fes üretimi için kurulan Feshane, kısa sürede tam kapasiteye ulaştı. 1916'da genişletilen fabrika, dokuma sanayisinde Hereke ile birlikte devletin toplam üretiminin yarısını karşılayacak kapasiteye erişti.

durdurdu. 1987'te Sümerbank'ın özelleştirilmesi kararıyla Kamu Ortaklığı İdaresine devredildi. 1993'te Çevre Bakanlığı tarafından kapatılma sürecine başlandı, 2003'te ise Yıldırım Holding'e satıldı. 2005 yılında televizyon ve sinema yapımlarına ev sahipliği yapmaya başlayan fabrika, günümüzde bir kültür kompleksi olarak yaratıcı sektörün birçok alanında faaliyet gösteriyor.

TANZİMATIN İLK ADIMLARI VELİEFENDİ BASMA FABRİKASI

Osmanlı Devleti'nde, modernleşme dair adımların atıldığı Tanzimat Dönemi ile birlikte Avrupa'daki üretim merkezlerine benzer şekilde inşa edilen sanayi kuruluşları kuruldu. Fabrika-i Hümayûn olarak anılan ve ülkenin belirli bölgelerine kurulan bu sanayi kuruluşlarından biri de Veliefendi Basma Fabrikası'ydı. İnşa çalışmaları 1848 yılında tamamlanan fabrika aynı yıl üretim faaliyetlerine başladı. Fabrikada kullanılan makineler Avrupa'dan getirilirken teknik malzemeler ise yurt içindeki kuruluşlardan temin edildi. İlk 10 yılında kâr edemeyen fabrika, ürün çeşidini sınırlandırarak sürümü olan ürünlerin üretimine başladı. Bu değişimle birlikte üretim kapasitesini artmaya ve kâr etmeye başladı.

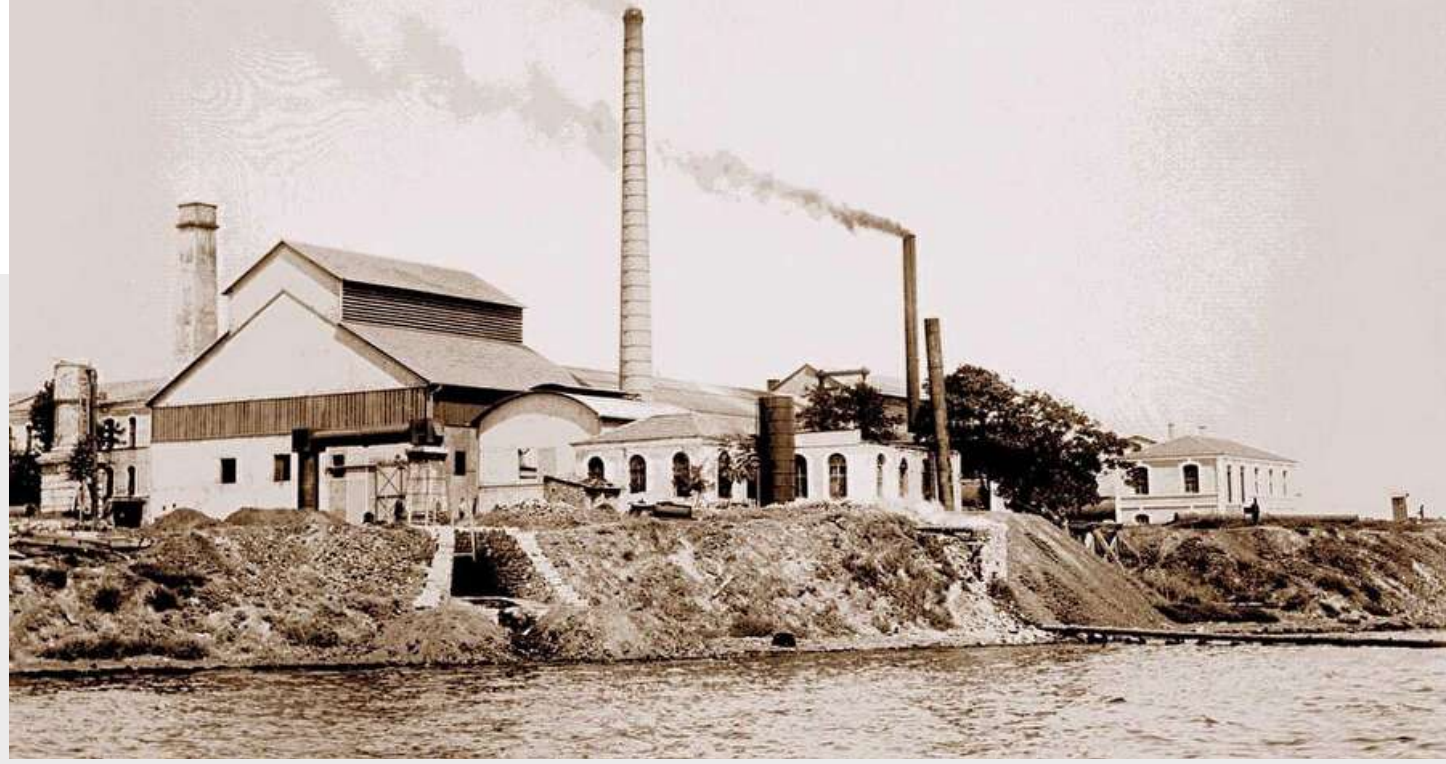
Ürün gamının ağırlıklı olarak pamuklu kumaştan oluştuğu fabrikada, öncelikle Osmanlı ordusunun yazlık kıyafetleri üretiliyordu. Üretilen ürünlerin kalan kısmı tersane, saray ve hanedan üyeleri, üst düzey devlet görev-

lileri, memurlar ve İstanbul'daki diğer sanayi kuruluşları tarafından kullanılıyordu. Ürünlerin halk tarafından da erişilebilir olması için İstanbul genelinde satış noktaları kurulduğu, sınırlı ölçüde de olsa ihracat denemeleri yapıldığı biliniyor.

Tüm Fabrika-i Hümayûnlarda olduğu gibi Veliefendi Basma Fabrikası'nda da üretimin önemli bir bölümü makinelerle yapılıyor ve söz konusu makineler, buhar makinesinden elde edilen enerji ile çalıştığından fabrikada görev yapan yabancı ustalar bulunuyordu. Ancak 300'ü aşkın çalışanın görev aldığı tesiste iş gücünün büyük çoğunluğunu Osmanlı vatandaşları oluşturuyordu. 1876 yılı Temmuz ayına dek Hazine-i Hassa'nın ve ona bağlı idari birimlerin yönetiminde olan fabrika, bu tarihten sonra Askeri İdareye devredildi ve imparatorluğun sonuna kadar Seraskerlik bünyesinde faaliyet göstermeye devam etti. Böylece, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e intikal eden ender sanayi tesislerinden biri olma niteliği kazandı.

OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E BİR SANAYİ MİRASI: FESHANE-İ AMİRE

Osmanlı'da yenilikçi padişah deyince herkesin aklına ilk gelen kuşkusuz II. Mahmud olur. Yeniçeri Ocağı'nı kaldırarak Asâkir-i Mansûre-i Muhammediyye isimli yeni bir ordu kuran II Mahmut, kılık kıyafette de düzenlemeye gitti. Yapmış olduğu kıyafet devrimi ile sarık ve cüppe yasaklanarak devlet memurlarının fes, pantolon ve ceket giymesi zorunlu hâle



getirildi. Bu karar fesin zamanla halk arasında da yaygınlaşmasına yol açtı ve artan talep ithalatla karşılanmaya başladı. Ancak her yıl 500 bin adedi aşan ithalat, dış ticaret dengesi açısından sürdürülebilir bulunmadı. Bu nedenle fesin yerli üretimi için harekete geçildi ve Tunus'tan 23 fes ustası ile onlara yardımcı olmaları için Bursa'dan 15 kalfa getirildi. 1833 yılında da Kadırga'daki Cündi Meydanı'ndaki bir binada üretime geçildi.

Kısa sürede tam kapasiteye ulaşan üretim, Kadırga'daki binayı yetersiz hâle getirince fabrika, 1839'da Eyüp Defterdar İskelesi'ndeki Hatice Sultan Sarayı'nın ek binasına taşındı. Bu yeni yerleşke sayesinde daha önce Beykoz Kâğıthanesi'nde yapılan boyama işlemleri de aynı merkezde gerçekleştirilmeye başladı. 1839-1840 yıllarında Feshane'de 100 binden fazla fes üretildi ve bu sayı artarak devam etti. Üretilen feslerin büyük bölümü devlet tarafından asker ve memur ihtiyacı için satın alınırken kalanı piyasaya sunuldu. Feshane ilk yıllarda geleneksel yöntem-

lerle, katır gücüne dayalı üretim yapmıştı. Ancak dış rekabet, teknolojik modernleşmeyi zorunlu kıldı. 1843'te 26 beygir gücünde bir buhar makinesi, 1849-1851 arasında ise 2,5 milyon kuruş harcanarak İngiltere ve Belçika'dan 55 beygir gücünde yeni makineler getirildi. Bu yatırımlar sayesinde üretim kapasitesi artarak maliyetler düşürüldü.

1916'da genişletilen Feshane, dokuma sanayisinde Hereke ile birlikte devletin toplam üretiminin yarısını karşılayacak kapasiteye ulaştı. 1921 yılında Sanayi ve Maâdin Bankası'na devredildi ardından da Feshane Mensucat Türk AŞ adıyla 75 bin lira bedelle kiralanarak işletilmeye başladı. Ancak 1925'te çıkarılan kanunla fes giymeyi yasaklanınca fes üretimi sona erdi. Fes makineleri ve kalıpları, 1940'lı yıllarda İstanbul Şehir Müzesi'ne taşındı.

1986'da Haliç çevresini düzenleme projesi kapsamında İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) tarafından üretimi durduruldu ve 45 yılına Eczacıbaşı Vakfı'na



1848 yılında üretime başlayan Veliefendi Basma Fabrikası'nda, 300'ü aşkın çalışan bulunuyor ve tesiste iş gücünün büyük çoğunluğunu Osmanlı vatandaşları oluşturuyordu.



Beykoz Kundura Fabrikası

“yap-işlet-devret” modeliyle tahsis edildi. 2023 yılında İBB tarafından kapsamlı bir restorasyon sürecine alınan Feshane, Artıstanbul Feshane’ye dönüştürüldü. Çağdaş sanata açılan sergi salonları, kütüphane, kongre, atölye ve okuma alanlarıyla Osmanlı’da batılılaşmanın en önemli adımı olan merkez, bugün de aynı görevi sürdürüyor.

İSTANBULLU ZANAATKÂRLARIN MEKÂNI: SARAÇHANE

Eyer ile at takımları üretiminin yanı sıra meşin ve sahtiyan üzerine sırma ve ipek işlemler yapan zanaatkârların mesleği saraçlık, geçmişten bugüne usta çırak ilişkisiyle aktarıldı. Günümüzde sanayide çok ileri bir seviyeye gelinmiş olsa da zanaatkârların elinden çıkmış ürünlerin değeri paha biçilemez. Evliya Çelebi’nin ifadesiyle, saraçlar 5 bin kişilik bir camiydi ve seferlerde eyer, çadır ve koşum üretimiyle ön saflarda yer alırdı. Ürettikleri malzemeler hem fonksiyonel hem de estetik açıdan yüksek kalitedeydi.

Bu zanaatın yoğun olarak icra edildiği ve esnafın bir arada bulunduğu yerlere ise “saraçhane” deniliyor. İstanbul’daki Saraçhane semtinin adı da bu zanaatkârlardan

geliyor. Fâtih Sultan Mehmed, İstanbul’u fethettikten sonra bu meslekle uğraşan esnafı, önce bezzâzistan (Osmanlı döneminde, ticaret bölgesinin çarşı içindeki merkezi) yakınlarına yerleştirdi. Fâtih Camii’nin inşasından sonra çevresini canlandırmak amacıyla bugünkü Saraçhane bölgesine, İstanbul Saraçhanesi yaptırıldı. 1475’te tamamlanan yapı, Ayasofya Vakfı’na bağlanmış ancak 1693’te çıkan bir yangınla tamamen yok oldu.

Yangının ardından esnaf farklı semtlere dağılmış olsa da kısa süre içinde mahkemeye başvuran önde gelen ustalar, yanan saraçhaneyi kendi imkânlarıyla kâgir olarak yeniden inşa etmeyi teklif edince 1694’te yeni dükkânlar faaliyete geçti. Üç kapılı, kemerli ve kepenkli dükkânları olan bu yeni yapının ortasında bir cami, lonca alanı ve bir sıbyan mektebi yer alıyordu. Saraçhane sadece saraçlardan ibaret değildi. Sepetçi esnafı, fıçı ve varil ustaları da bu sistemin bir parçasıydı. Bu meslek grupları, sefer zamanlarında orduya hizmet etmekle yükümlüyüdü. Her biri kendi kethüdaları ve lonca yönetimleriyle işlerini yürütse de denetim, saraçhane ustalarının gözetiminde yapılırdı. Zaman zaman ayrılmak isteyen esnaf grupları mahkemeye başvursa da bu taleplerin reddedildiği biliniyor.

Saraçhane, yalnızca bir üretim merkezi değil; esnafın sosyal dayanışma ve mesleki örgütlenme alanıydı. Esnafın oluşturduğu vakıf sandığı, aidatlar, bağışlar, cezalar ve kira gelirleriyle desteklenir; bu fonlar hastalara, yaşlılara, düğün ve mevlitlere, tamiratlara ve misafir ağırlamalarına harcanırdı. Zamanla 300’ü aşan dükkân sayısı büyük bir çarşı hâline gelen Saraçhane, 1908’de meydana gelen Fatih yangınında bir kez daha yok oldu. Ancak buna rağmen çarşı, sosyal ve ekonomik yapısıyla İstanbul esnaf tarihinin temel taşlarından biri olarak anılmaya devam etti.

Fâtih Sultan Mehmed, İstanbul’u fethettikten sonra saraçlık mesleğiyle uğraşanlar için bugünkü Saraçhane bölgesine İstanbul Saraçhanesi’ni yaptırdı.

12. YIL

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

TİM

TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

TIW²⁰²⁵

TÜRKİYE INNOVATION WEEK

EKİM 9 > 11

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

TOMORROW:
NOW

TIW²⁰²⁵

ONLINE KAYIT OL! **GİRİŞ ÜCRETSİZ**

www.turkiyeinnovationweek.com

#turkiyeinnovationweek

turkiyeinnovationweek

innovationTR_

Yiğitlerin Meydan Buluşması Kırkpınar Yağlı Güreşleri



Orta Asya'nın bozkırlarından Anadolu topraklarına uzanan yağlı güreş sporu, zaman içinde Türklerin savaşçılığını, fiziksel kudretini ve ahlaki duruşunu simgeleyen bir kültüre dönüştü. 650 yılı aşkın süredir devam eden bu gelenek, her yıl festival olarak şenliklerle birlikte devam ettiriliyor.

Dünyanın en eski geleneksel spor faaliyetlerinden biri olan güreş; fiziksel güç, zihinsel mücadele, çeviklik ve dayanıklılığın öne çıktığı bir mücadele sanatı olarak farklı coğrafyalarda farklı biçimlerde uygulandı. Zaman içinde geleneksel kültürlerin ayrılmaz bir parçası hâline gelen bu sporun en özgün biçimlerinden biri olan yağlı güreş ise Türklerin ata sporu olarak nam saldı.

Olimpiyatlardan sonra dünya-daki en eski ikinci spor etkinliği olan yağlı güreşin kökeninin, milattan önceye kadar uzandığı hatta Göktürkler döneminde bile güreşe dair izlere rastlandığı kaydediliyor. Özellikle Orta Asya'da, Göktürkler dönemine ait bazı buluntularda ve yazıtlarda güreşe dair izlere rastlanması, bu sporun Türk kültüründe derin kökleri olduğunu ortaya koyuyor.

Orta Asya'nın bozkırlarından Anadolu topraklarına uzanan yağlı güreş sporu, zaman içinde Türklerin savaşçılığını, fiziksel kudretini ve ahlaki duruşunu simgeleyen bir kültüre dönüştü. 650 yılı aşkın süredir devam eden bu gelenek, her yıl festival olarak şenliklerle birlikte devam ettiriliyor.

KIRKPINAR'IN DESTANLAŞAN HİKÂYESİ

Geleneksel yağlı güreşin zirvesi sayılan etkinlik hiç kuşkusuz Kırkpınar Yağlı Güreşleri'dir. Yağlı güreşin Edirne Kırkpınar ile özdeşleşmesinin arkasında ise hüznü bir hikâye yatıyor. Efsaneye göre 14. yüzyılda Orhan

Gazi'nin oğlu Süleyman Paşa komutasındaki birlik Rumeli'ye bir akın gerçekleştiriyor. Bu akın sırasında Edirne yakınlarında mola veriliyor ve 40 asker, eğlenmek amacıyla güreşe tutuşuyor. İki kardeş pehlivan da beraber güreş tutuyor ancak gün boyu birbirlerini yenemiyorlar. Tüm gece süren mücadele sonunda iki kardeş, sabaha karşı son nefeslerini birlikte veriyor. Bu olaydan birkaç yıl sonra Edirne'yi feth eden Murat Bey, kırk yiğit akıncı anısına bir güreş düzenlenmesi için emir veriyor. Ve bu emirle birlikte her yaz düzenlenen Kırkpınar Güreşleri'nin temellerini atmış oluyor.

Önceleri, Yunanistan sınırları içinde kalan Samona köyü civarındaki Kırkpınar Çayırında düzenlenen Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Balkan Savaşı ve I. Dünya Savaşı'nın ardından Edirne-Mustafa Paşa yolu üzerinde yer alan Viran tekke mahalline taşındı. Cumhuriyetin ilanından sonra ise Edirne'nin Sarayı bölgesinde yapılmaya başlandı. Her yıl haziran sonunda düzenlenen Kırkpınar Yağlı Güreşleri, 2010 yılında UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras olarak kabul edildi.

Kırkpınar aynı zamanda pehlivanlık hiyerarşisinin en üst basamağını temsil ettiği için de büyük önem taşıyor. Burada başarı elde eden bir pehlivan, yalnızca maddiye değil aynı zamanda halkın gönlünde de yer kazanmış oluyor.

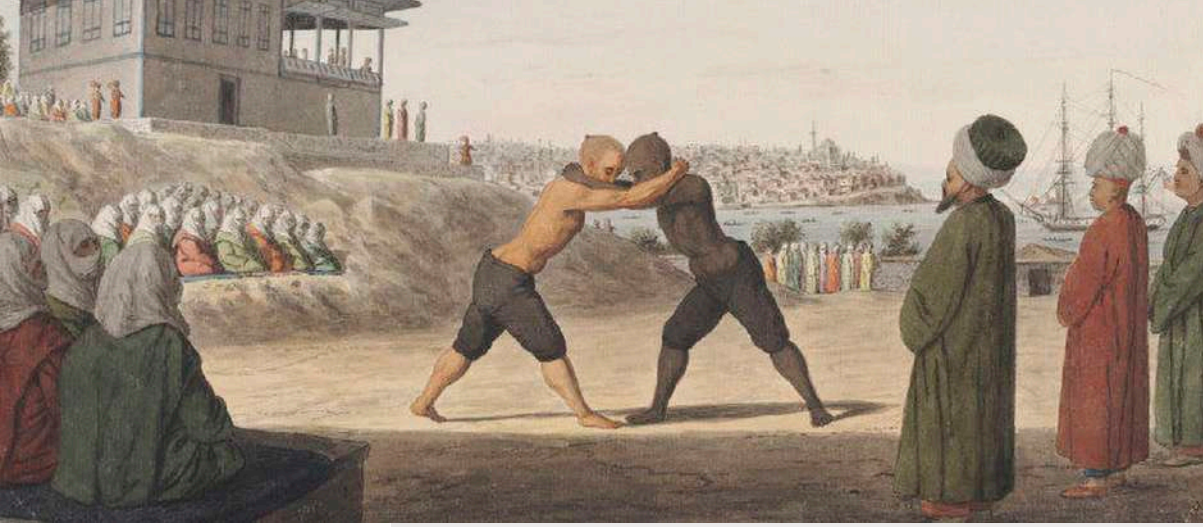
SARAYDAN MEYDANLARA

Türkler arasında yiğitliğin sergilendiği bir alan olan güreş,



Türkiye Yağlı Güreş Ligi Kapsamında Düzenlenen Güreşler

- Elmalı Yeşilyayla Yağlı Güreşleri, Antalya
- Manavgat Belediyesi Yağlı Güreşleri, Antalya
- Kurtdereli Mehmet Pehlivan Yağlı Güreşleri, Balıkesir
- Şahinbey Belediyesi Yağlı Güreşleri, Gaziantep
- Sekapark Yağlı Güreşleri, Kocaeli
- Ordulu Mustafa Aybastı Perşembe Yaylası Yağlı Güreşleri, Ordu
- Vezirköprü Kunduz Yağlı Güreşleri, Samsun



Olimpiyatlardan sonra dünyadaki en eski ikinci spor etkinliği olan yağlı güreşin kökeninin, milattan önceye kadar uzandığı hatta Göktürkler döneminde bile güreşe dair izlere rastlandığı kaydediliyor.



Son 10 yılda Kırkpınar Güreşleri'nin Başpehlivanları

- 2015 - Orhan Okulu
- 2016 - Recep Kara
- 2017 - İsmail Balaban
- 2018 - Orhan Okulu
- 2019 - Ali Gürbüz
- 2021 - Ali Gürbüz
- 2022 - Mustafa Taş
- 2023 - Yusuf Can Zeybek
- 2024 - Yusuf Can Zeybek
- 2025 - Orhan Okulu

Selçuklulardan itibaren hükûmdarlar tarafından da ilgi görmüş bir spor. Özellikle hükûmdarların saraylarda pehlivan himaye etmeye başlamasıyla birlikte güreşin, sosyal hayatın bir parçası olduğu gibi saray hayatının da ritüeli hâline geldiği görülüyor. Güreş, Osmanlı İmparatorluğu döneminde çocukluktan gençliğe geçiş sürecinde okçuluk ve binicilik ile birlikte Türklerin sosyal yaşamında öne çıkmış ve bir spor olmanın ötesine geçerek kültürel mirasın parçası hâline geldi.

Osmanlı sultanları güreşi hem askeri eğitimin bir parçası hem de toplumda erdemi teşvik eden bir kültürel etkinlik olarak değerlendirdi. Bu sebeple de güreşe “ihtirâm” (saygı, hürmet), güreşçilere “vacib-ül-ihtrâm” (saygı, değer), cazgır ve başpehlivanlara ise “ihtirâmat-ı fâika” (yüksek itibarlı) bir mevki verilerek güreşin değerini artırdı. Zaten pehlivanların sarayda bulundurulması ve onlara özel bakım sağlanması güreşin

devlet nezdinde nasıl bir prestije sahip olduğunu gösteriyor.

Halk arasında düzenlenen yağlı güreşler, düğün, bayram ve panayırar gibi toplumsal etkinliklerin vazgeçilmez bir parçası hâline gelerek yerel kahramanların ortaya çıkmasına ve halkın bu sporla güçlü bir duygusal bağ kurmasına imkân tanıdı.

YAĞLI GÜREŞİN AHLAKI VE RİTÜELLERİ

Yağlı güreşin temelinde sadece fiziksel güç değil, derin bir ahlak anlayışı yatıyor. Pehlivanların rakiplerine saygılı ve dürüst olması çok önemli olduğu gibi alçak gönüllü ve hoşgörü sahibi kişiler olmaları gerekiyor. Güreş meydanlarında ve güreşin dışındaki hayatlarında mertliğin, doğru sözlülüğün, cesaretin ve yiğitliğin bütün özelliklerini taşıdıkları için pehlivenlar, sosyal yaşamda da örnek bireyler olarak görülürler.

Yağlı güreşin kendine has ritüelleri bulunuyor. Güreşçiler,

müşabaka öncesinde mücadeleyi zorlaştırmak için zeytinyağı ile baştan ayağa yağlanıyor. Kispet adı verilen özel deri giysilerle güreşen pehlivanlar, müşabaka öncesinde dua edererek önce rakibini selamlar ve üç defa meydanı dolaşarak peşrev adı verilen geleneksel ısınma hareketlerini yapar.

Isınma sonrasında cazgırların okuduğu dualar ile “er meydanı” denilen alana çıkan pehlivanlar birbirine meydan okumaya başlar. Cazgır, pehlivanları beden gücünden çok akıl gücüne güvenmeye yönlendirir. Müsabakalar, başpehlivanlık boyunda 40 dakika, diğer boylarda 30 dakika sürer. Bu süre içinde yenen olmadığı takdirde süre olmaksızın altın puan uygulamasına gidilerek altın puanı alan sporcu müşabakayı kazanmış olur. Her yıl olduğu gibi bu yıl da devam ettirilen ve 664'üncüsü gerçekleşen Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali'nin 2025 yılı başpehlivanı Orhan Okulu oldu.

PEHLİVANLIĞIN ZİRVESİ: ALTIN KEMER

Kırkpınar Yağlı Güreşleri'nde kemer geleneği ilk kez 1939 yılında, ünlü pehlivan Kurtdereli Mehmet'in vefatı sonrası

başlatıldı. Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü, o yılki başpehlivana bir yıl boyunca taşıması üzere “Kurtdereli Kemer” verilmesini kararlaştırdı. Kemerin halkalarına, her yıl kazanan başpehlivanın adı yazılacak ve en az üç kez adını yazdıran pehlivana kemer daimi olarak verilecekti. Bu kuralla 1939, 1940 ve 1941'de başpehlivan olan Tekirdağlı Hüseyin Alkaya ilk kemerin sahibi oldu; ancak bu kemer altın değildi.

Geleneksel Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşlerinin en büyük ödülü olan altın kemer uygulaması ise ilk kez 1960 yılında Edirne Belediyesi tarafından başlatıldı. Özel olarak Kırkpınar için tasarlanan kemer, 22 ayar altından ve yaklaşık 1.400 gram ağırlığındadır. Bu prestijli ödül, üst üste üç yıl başpehlivan olan güreşçiye daimi olarak veriliyor. İlk altın kemer, 1960 yılında İbrahim Karabacak'a takıldı. Daha sonra Mustafa Bük (1966-68), Aydın Demir (1976-78), Hüseyin Çokal (1982-84) altın kemerin sahibi oldu. 1990-92 ve 1995-97 yılları arasında üst üste iki dönem başpehlivan olan Ahmet Taşçı ise altın kemeri iki kez ebedi olarak kazanmış tek başpehlivan olma onuruna erişti.

Geleneksel Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşlerinin en büyük ödülü olan altın kemer uygulaması, ilk kez 1960 yılında Edirne Belediyesi tarafından başlatıldı. Özel olarak tasarlanan kemer, 22 ayar altından ve yaklaşık 1.400 gram ağırlığındadır.

Güreş, Osmanlı İmparatorluğu döneminde çocukluktan gençliğe geçiş sürecinde okçuluk ve binicilik ile birlikte Türklerin sosyal yaşamında öne çıkmış ve bir spor olmanın ötesine geçerek kültürel mirasın parçası hâline geldi.



Yapay Zekânın Çelişkili Geçiş Dönemi



Görünürlük Var, Katma Değer Yok

McKinsey'in "Gen AI Paradoksu" isimli araştırmasına göre, şirketlerin yüzde 78'i üretken yapay zekâyı iş süreçlerinde kullanıyor olmasına rağmen aynı oranda işletme, bu teknolojinin gelirlerine anlamlı bir katkı sağlamadığını belirtiyor. Bu çelişkili durum da literatürde "yapay zekâ paradoksu" olarak tanımlanıyor.

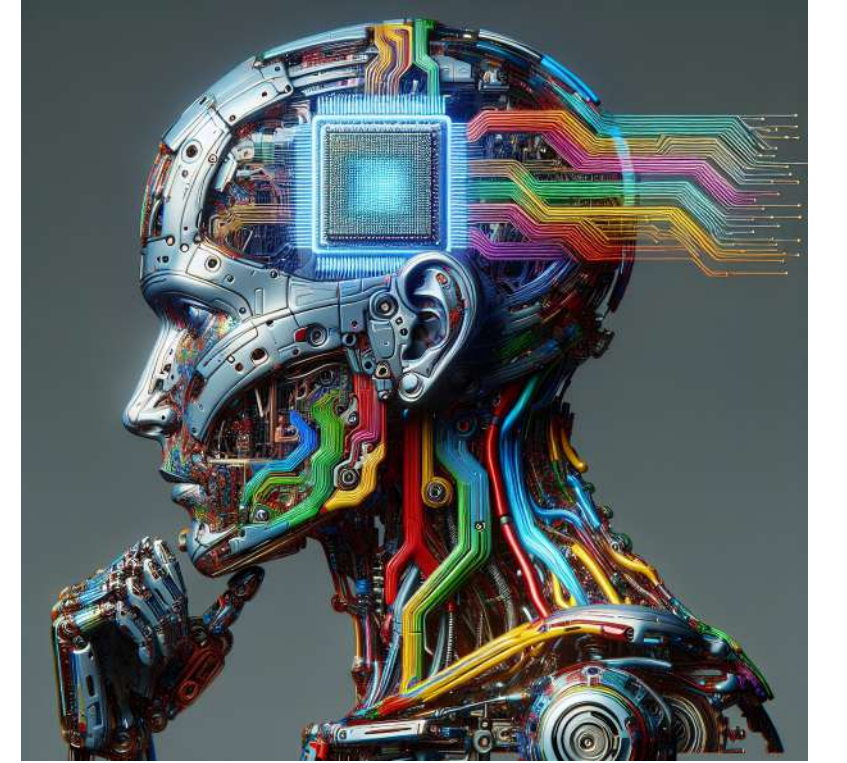
Bir zamanlar kurulan hayallerin gerçekliğe ulaştığı, olmaz denilenlerin yaşandığı bir dönemden geçiyoruz. Aslında dönem demek yanlış olabilir, bir eşikteyiz. Dünya, ayak uydurmakta güçlük çektiğimiz ve her geçen gün yeni gelişmelere uyandığımız bir yere büründü. Bu yeni yerin mimarı ise son birkaç yıldır adını sürekli duyduğumuz yapay zekâ...

Yeni bir dönemin ya da geçiş evresinin eşisindeki dünya, yapay zekâ teknolojilerine yetişmeye çalışıyor. Fakat bu büyümlü evren bazı gerçekleri örtebiliyor. Şöyle ki son yıllarda yapay zekânın neredeyse her kurumun radarına girdiği malumumuz. Dijital asistanlar sistemlere entegre edildi, üretken yapay zekâ deneyleri başlatıldı, prototipler geliştirildi... Ancak araştırmalar, bu geniş kabuğun beklenen etkiyi yaratmakta yetersiz kaldığını gösteriyor.

McKinsey'in "Gen AI Paradoksu" isimli araştırmasına göre, şirketlerin yüzde 78'i üretken yapay zekâyı iş süreçlerinde kullanıyor olmasına rağmen aynı oranda işletme, bu teknolojinin gelirlerine anlamlı bir katkı sağlamadığını belirtiyor. Bu çelişkili durum da literatürde "yapay zekâ paradoksu" olarak tanımlanıyor.

İŞİN DOĞASI YENİDEN TANIMLANIYOR

Paradoksun temelinde, yatay kullanım örnekleri ve dikey kullanım örnekleri olmak üzere iki ayrı yaklaşımın dengesizliği yatıyor. Yatay örnekler -kurumsal çapta yaygınlaşan sohbet botları ve çalışan yardımcıları- bireysel verimliliği artırıyor. Ancak bu katkılar, henüz şirketin genel performansına yansıyacak kadar



güçlü değil. Dikey örnekler ise -tedarik zinciri yönetimi, kredi risk analizi ya da AR-GE süreçleri gibi fonksiyonlara özel çözümler- çok daha yüksek katma değer vaat ediyor. Fakat teknik zorluklar, organizasyonel direnç ve yetersiz veri altyapısı gibi nedenlerle bu çözümler pilot aşamasını aşamıyor.

Paradoksun aşılması için yalnızca teknolojik yenilik değil, iş süreçlerinin köklü biçimde yeniden düşünülmesi gerekiyor. Çünkü bugünün yapay zekâ sistemleri, pasif asistanlar olmaktan çıkarak karar alabilen, öngöründe bulunabilen ve insanlarla iş birliği kurabilen otonom yapay zekâ ajanlarına evriliyor. Bu dönüşüm, yalnızca bir araç değişimi değil işin doğasının yeniden tanımlanması

Bugünün yapay zekâ sistemleri, pasif asistanlar olmaktan çıkarak karar alabilen, öngöründe bulunabilen ve insanlarla iş birliği kurabilen otonom yapay zekâ ajanlarına evriliyor. Bu yalnızca bir araç değişimi değil, işin doğasının yeniden tanımlanması anlamına geliyor.



anlamına geliyor. Şirketlerin, bu engelleri aşmadığı sürece yapay zekâ neslinin dönüşümsel vaadinin büyük ölçüde kullanılmadan kalacağı belirtiliyor.

AJANİK YAPAY ZEKÂ DÜNYASINDA GÖZLEMLENEBİLİRLİK

Üretken yapay zekânın'nın ilk kuşağı, bilgi sentezi ve içerik üretimi konularında başarılı olsa da hâlâ tepki temelli çalışan sistemlerden oluşuyordu. Tepki temelli sistemleri şöyle açıklayabiliriz: Harekete geçmek için kullanıcı komutuna ihtiyaç duyan, geçmiş bağlamı sınırlı şekilde hatırlayan ve karar alma süreçlerine doğrudan dâhil olmayan yapılar. Ancak ajanik yapay zekâ, bu sınırlamayı aşarak yapay zekâyı yalnızca üretici değil, aynı zamanda yürütücü bir aktöre dönüştürüyor.

Ajanlar, büyük dil modelleri planlama, karar alma, entegrasyon ve hafıza kabiliyetleriyle destekleyerek karmaşık iş akışlarını otonom biçimde yürütebiliyor. Bu sistemler yalnızca görevleri yerine getirmiyor; görevleri planlıyor, önceliklendiriyor, farklı sistemlerle

iletişim kuruyor ve gerektiğinde insana devredebilecek şekilde esneklik gösteriyor. Bu da onları, üretkenliğin ötesinde, stratejik değişimin bir aracı hâline getiriyor.

Bu noktada önemli olan şu: Gerçek dönüşüm, ajanın sisteme eklenmesiyle değil, ajanın etrafında sistemin yeniden kurgulanmasıyla mümkün olacak. Aksi hâlde yapay zekâ, sadece biraz daha hızlı çalışan bir “yardımcı” olmaktan öteye gidemez. Ajanik yaklaşım, iş süreçlerinin yeniden yazılmasını, hız ve maliyet avantajının ötesinde yeni iş modellerinin ve gelir kaynaklarının ortaya çıkmasını da mümkün kılıyor.

ENTEGRASYONDA ESAS ENGEL İNSAN FAKTÖRÜ

Ajanik yapay zekânın kurumsal sistemlere entegre edilmesi sadece teknik bir mesele değil; esas engeli, koordinasyon, muhakeme ve güvensizlik oluşturuyor. Şirketlerin çoğu ajanik sistemleri mevcut süreçlere dâhil etme yolunu tercih ederken bu sistemlerin sunduğu potansiyeli tam olarak kullanmıyor. Bunun temel nedeni karar yapılarının,

veri mimarilerinin ve insan-makine etkileşiminin yeniden düşünülmemesi. Ancak mimariyi inşa etmek yetmez. Asıl mesele ajanın rolünü tanımlamak, inisiyatif alması gereken zamanı belirlemek ve bu otonominin denetlenebilir, izlenebilir, anlaşılır olmasını sağlamaktan geçiyor. Burada da insan faktörü devreye giriyor ve çalışanların yeni işleyişe alışması, güvenin tesis edilmesi ve rollerin yeniden tanımlanması kritik hâle geliyor.

ARACILIK ÇAĞINDA ETKİYİ ÖLÇEKLENDİRMEK

Mevcut iş akışlarına kolayca entegre edilebilen nesil yapay zekâ araçlarının aksine, yapay zekâ ajanları, iş süreçlerini yeniden düşünmeyi ve kurumsal sistemlerle derin entegrasyonu sağlamayı gerektiren daha temel bir değişim gerektiriyor. McKinsey'in raporuna göre aracılık fırsatından yararlanmak için kuruluşların bunu temel alarak, yapay zekâ dönüşüm yaklaşımlarını dört boyutta yeniden şekillendirmeleri gerekiyor:

Ajanik yaklaşım, iş süreçlerinin yeniden yazılmasını, hız ve maliyet avantajının ötesinde yeni iş modellerinin ve gelir kaynaklarının ortaya çıkmasını mümkün kılıyor.

- 1. Strateji:** Aracı yapay zekânın, rekabetin temellerini yeniden şekillendirmesiyle birlikte kuruluşların aşağıdan yukarıya kullanım senaryosu tanımlamanın ötesine geçmeleri ve yapay zekâ girişimlerini en kritik stratejik öncelikleriyle doğrudan uyumlu hâle getirmeleri gerekiyor. Yöneticiler, kuruluşlarını günümüzün işletme modelinin sınırlarının ötesine bakmaya ve yapay zekânın işletmenin tüm segmentlerini yeniden tasarlamak, yeni gelir akışları yaratmak ve önümüzdeki 10 yılda liderliği tanımlayacak rekabetçi alanlar inşa etmek için nasıl kullanılabileceğini keşfetmeye zorlamalıdır.
- 2. Dönüşüm birimi:** Yapay zekânın benimsenmesinin ilk dalgasında, çoğu dikey girişim, bir çözümü mevcut bir sürecin belirli bir adımına entegre etmeye odaklanmıştı. Bu da işin nasıl yapıldığına dair genel yapıyı değiştirmeden dar kapsamlı kazanımlar sağlama eğilimindeydi. Ancak yapay zekâ araçlarıyla paradigma tamamen değişiyor. Fırsat artık izole görevleri optimize etmekte değil, araçları değer zinciri boyunca yerleştirerek tüm iş süreçlerini dönüştürmekte yatıyor.
- 3. Teslimat modeli:** Yapay zekâ mükemmellik merkezleri, kuruluşlar genelinde yapay zekâ farkındalığını ve deneylerini hızlandırmada kilit bir rol oynadı. Ancak bu model, araçların kurumsal sistemlere derinlemesine yerleştirdiği, karmaşık iş süreçlerinde faaliyet gösterdiği ve birincil kaynakları olarak yüksek kaliteli verilere güvendiği aracı çağında sınırlarına ulaşmaktadır. Bu bağlamda,

yapay zekâ girişimleri artık izole edilmiş, uzmanlaşmış yapay zekâ ekipleri tarafından gerçekleştirilemez. Ölçeklenebilir bir başarı için kuruluşların iş alanı uzmanları, süreç tasarımcıları, yapay zekâ ve MLOps mühendisleri, BT mimarları, yazılım mühendisleri ve veri mühendislerinden oluşan kalıcı dönüşüm ekiplerine dayanan işlevler arası bir teslimat modeline geçiş yapması gerekiyor.

- 4. Uygulama süreci:** Önceki aşama yapay zekâ neslinin potansiyelini keşfetmeye odaklanmışken kuruluşlar; artık çözümlerin hem teknik hem de finansal olarak ölçeklenebilir şekilde en başından tasarlandığı, endüstriyel bir teslimat modeline geçmeli.

CEO'LAR DÖNÜŞÜMÜ GÖZDEN GEÇİRMELİ

Gerçek anlamda yıkıcı herhangi bir teknoloji gibi yapay zekâ ajanları da kartları yeniden düzenleme gücüne sahip. Doğru ilerlendiğinde, geride kalanlara rekabet güçlerini yeniden yapılandırmaları için bir sıçrama fırsatı sundukları gibi yanlış yapıldığında -veya hiç yapılmadığında- günümüz pazar liderlerinin düşüşünü hızlandırma riski taşıyorlar. Teknoloji gelişmeye devam edecek olsa da artık sektörler genelinde gerçek ve dönüştürücü bir değişim yaratacak kadar olgunlaştı. Ancak, aracı yapay zekânın tüm potansiyelini hayata geçirmek için CEO'ların yapay zekâ dönüşümüne yaklaşımlarını gözden geçirmeleri gerekiyor. Bu da en yüksek potansiyele sahip birkaç iş alanını belirleyip tüm olanakları kullanmak anlamına geliyor.

Gerçek dönüşüm, ajanın sisteme eklenmesiyle değil, ajanın etrafında sistemin yeniden kurgulanmasıyla mümkün olacak. Aksi hâlde yapay zekâ, sadece biraz daha hızlı çalışan bir “yardımcı” olmaktan öteye gidemez.



Serdar Batkan
BBA Teknoloji Kurucusu

BBA Teknoloji

İnsansız Hava Araçlarına Yönelik Yenilikçi Çözümler Sunuyor

Yüksek maliyetli, dışa bağımlı ve genellikle askeri odaklı drone çözümlerine karşı daha ulaşılabilir, pratik ve çok amaçlı sistemler sunan BBA Teknoloji, yerli üretim bileşenlere ve yapay zekâ destekli otonom sistemlere öncelik vererek sektörde fark yaratmayı hedefliyor.

BBA Teknoloji, sektördeki hangi boşlukları doldurmak üzere nasıl ve ne zaman kuruldu?

BBA Teknoloji, 2021 yılında, özellikle sivil ve endüstriyel alanlarda kullanılmak üzere özgün insansız hava araçları (İHA) geliştirmek amacıyla kuruldu. Şirket, yüksek maliyetli, dışa bağımlı ve genellikle askeri odaklı drone çözümlerine karşı; daha ulaşılabilir, pratik ve çok amaçlı sistemler sunarak sektördeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaç ediniyor. Türkiye’de ve dost ülkelerde, özellikle sağlık lojistiği, kargo taşımacılığı ve keşif/gözetleme gibi alanlarda gelişmiş İHA sistemlerine duyulan ihtiyaç doğrultusunda BBA Teknoloji, hem donanım hem de yazılım tarafında yenilikçi çözümler sunuyor.

Kurulduğumuz günden bu yana, farklı coğrafi ve operasyonel ihtiyaçlara uygun VTOL (dikey kalkışlı hava aracı) ve döner kanatlı drone modelleri geliştiriyor ve aynı zamanda yerli üretim bileşenlere ve yapay zekâ destekli otonom sistemlere öncelik vererek sektörde fark yaratmayı hedefliyoruz.

Bir AR-GE inovasyon şirketi olarak kurulan BBA Teknoloji’nin hizmet alanları ve günümüz lojistiğini şekillendirmek adına geliştirdiği ürünlerden bahsedebilir misiniz?

BBA Teknoloji olarak insansız hava araçlarını yalnızca uçan

sistemler değil, sektörlerin gerçek ihtiyaçlarına çözüm sunan akıllı araçlar olarak konumlandırıyoruz. Kuruluşumuzdan bu yana lojistik, güvenlik, tarım ve acil sağlık gibi alanlarda etkin çözümler geliştirmeye odaklandık. Bu kapsamda iki ana ürün grubumuz bulunuyor: Uzun menzilli görevler için “BBA DOLPH” adlı VTOL aracımız ve kısa menzilli, hızlı teslimatlar için geliştirdiğimiz “BBA QC1” adlı döner kanatlı modelimiz. Her iki ürün de görev türüne ve saha koşullarına göre optimize edilerek yüksek operasyonel verimlilik sağlıyor.

Donanımın ötesinde, yazılım altyapılarımızı da sektörler için ihtiyaçlara göre şekillendiriyoruz. Otonom uçuş, rota optimizasyonu ve gerçek zamanlı takip gibi özelliklerle sistemlerimizi daha işlevsel ve uyumlu hâle getiriyoruz. Kısacası, biz sadece drone üretmiyoruz; farklı sektörlerin ihtiyaçlarına özel, entegre ve çözüm odaklı sistemler geliştiriyoruz.

Yeni nesil hava taşımacılığı ve VTOL teknolojileri dünyada nasıl bir dönüşüm yaratıyor? BBA VTOL bu dönüşümde nasıl bir rol oynamayı hedefliyor?

Yeni nesil hava taşımacılığı, özellikle VTOL teknolojileri sayesinde büyük bir değişim içinde. Geleneksel hava araçlarının ihtiyaç duyduğu pist, altyapı ve yüksek operas-

yonel maliyetler, VTOL sistemler sayesinde ciddi oranda azalıyor. Bu da hem sivil taşımacılıkta hem de lojistik, acil müdahale ve keşif gibi alanlarda daha hızlı, erişilebilir ve esnek çözümleri mümkün kılıyor. Özellikle altyapısı yetersiz bölgelerde, karadan erişimi zor alanlara malzeme veya yardım ulaştırmak artık çok daha kolay ve ekonomik hâle geliyor.

BBA Teknoloji olarak bu dönüşümün tam merkezinde yer almak istiyoruz. Geliştirdiğimiz BBA DOLPH modeli, dikey kalkış ve iniş yapabilen yapısıyla hem sabit kanatlı bir uçağın menzil avantajına hem de bir multikopterin esnekliğine sahip. Bu sayede özellikle sağlık lojistiği, sınır güvenliği veya kırsal kargo taşımacılığı gibi alanlarda klasik yöntemlerin ulaşamadığı noktalara çözüm sunabiliyoruz.

Türkiye’nin insansız hava sistemleri alanındaki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye, insansız hava sistemlerinde özellikle savunma alanında güçlü bir konuma geldi. Ancak sivil ve endüstriyel kullanım tarafında hâlâ büyük bir potansiyel var. Küresel pazara açılmak için teknik yeterlilik açısından avantajlıyız; fakat marka bilinirliği, sertifikasyon süreçleri ve uluslararası mevzuatlar gibi konular hâlâ aşılması gereken zorluklar arasında. Doğru iş birlikleri ve hedef pazar odaklı ürün geliştirme ile bu alanda önemli bir oyuncu olabiliriz.

BBA Teknoloji’nin kurulduğu günden bu yana geldiği noktayı nasıl tanımlarsınız?

BBA Teknoloji’nin ilk yılları tamamen ürün geliştirmeye adanmıştı. Sınırlı kaynaklarla yola çıkmamıza rağmen dünya çapındaki büyük rakiplerle yarışabilecek nitelikte özgün ve rekabetçi sistemler geliştirmeyi başardık. O dönemde sadece bir drone üretmek değil, sahada gerçekten çözüm sunan,

güvenilir bir teknolojiyi ortaya koymak önceliğimizdi.

2024’ün ikinci yarısından itibaren ilk satışlarımızı gerçekleştirdik. Özellikle kamu kurumlarına sunduğumuz güvenilir çözümlerle genç bir girişim olarak kısa sürede dikkat çektik ve bu sayede önemli bir büyüme ivmesi yakaladık. Elbette hedeflerimizin henüz başındayız. Ama bu yolda kararlı adımlarla ilerliyoruz. Önümüzdeki dönemde daha büyük kapasiteli projelerle, yeni sektörlerde ve uluslararası ölçekte ses getirecek işlere imza atacağımıza inanıyoruz. Bugüne kadar verilen emeklerin karşılığını almaya başladık, yakında bu çabanın meyvelerini çok daha net göreceğiz. Bu sürecin içinde olmak bizim için hem gurur hem de heyecan verici.

2025’in ikinci yarısı için orta ve uzun vadeli hedefleriniz neler?

2025’in ilk yarısı bizim için oldukça yoğun ama bir o kadar da verimli geçti. Geçtiğimiz yıl katıldığımız yarışmalar ve hızlandırma programlarında elde ettiğimiz başarılar sayesinde sektördeki bilinirliğimiz ciddi anlamda arttı. Bu görünürlük hem kamu kurumlarıyla hem de yurt dışındaki paydaşlarla yeni projeler geliştirme fırsatlarını beraberinde getirdi.

Özellikle yurt dışı operasyonlarımız ve kamu tarafında yürüttüğümüz çalışmalar, şirketimizin güvenilir bir çözüm ortağı olarak konumlanmasını sağladı. Aynı dönemde üretim kapasitemizi artırmak ve altyapımızı güçlendirmek için çeşitli görüşmeler gerçekleştirdik ve bunların somut sonuçlarını da almaya başladık. Yılın kalanında bu ivmeyi koruyarak daha büyük ölçekte projelere odaklanmayı, yeni sektörlerde varlık göstermeyi ve teknolojik altyapımızı bir adım daha ileri taşımayı hedefliyoruz. Orta ve uzun vadede ise hem ürün gamımızı genişletmek hem de global ölçekte daha güçlü bir oyuncu olmak için çalışmaya devam edeceğiz.



“TİM-TEB GİRİŞİM EVİ’NİN SUNDUĞU DESTEKLER ÇOK KIYMETLİ”

TİM-TEB Girişim Evi, girişimcilik yolculuğumuzda bize hem stratejik yön çizme hem de görünürlük kazanma açısından önemli katkılar sağladı. Özellikle mentörlük tarafında aldığımız destek, şimdiye kadar karşılaştığımız en nitelikli ve bize özel yol haritaları sunan mentörlük süreciydi diyebiliriz. Ekip her zaman ulaşılabilir, samimi ve çözüm odaklıydı. Bu sayede birçok kritik kararımızı daha sağlıklı bir şekilde almayı başardık. Girişimcilik ekosisteminde bu tür desteklerin etkisi gerçekten çok büyük ve kıymetli.



Musa Can Minaz
CarbonEmit
Kurucusu

CarbonEmit

Karbon Emisyonlarını Bilimsel Stratejilerle Azaltıyor

Firmalara sadece uyum değil, aynı zamanda rekabet avantajı sağlayan bir karbon yönetim aracı sunmayı amaçlayan CarbonEmit; regülasyonlara uyum, kullanıcı dostu arayüz, zaman ve maliyet tasarrufu, güvenli veri yönetimi gibi avantajlarıyla sürdürülebilirlik süreçlerini herkes için erişilebilir kılıyor.

Karbon ayak izi hesaplamalarını hızlı, doğru ve güvenilir şekilde gerçekleştirme imkânı sunan CarbonEmit, pazardaki hangi boşluğu doldurmak üzere kuruldu? Yola çıkış hikâyesini dinleyebilir miyiz?

CarbonEmit, firmaların karbon ayak izi hesaplama ve raporlama süreçlerindeki zorluklarını çözmek amacıyla kuruldu. CBAM, ISO 14064/14067 gibi düzenlemelere uyum sağlamak isteyen firmalar için hem kullanıcı dostu hem de teknik standartlara uygun bir dijital araç ihtiyacı doğmuştu. Biz de bu boşluğu, entegre edilebilir, otomatik hesaplamalar yapabilen ve şeffaf veri yönetimi sunan bir yazılımla doldurduk. Hedefimiz, firmalara sadece uyum değil, aynı zamanda rekabet avantajı sağlayan bir karbon yönetim aracı sunmaktır.

Şirketleri sürdürülebilir bir geleceğe taşıyan CarbonEmit, kullanıcılarına hangi alanlarda ne gibi çözümler sunuyorsunuz? CarbonEmit'in sağladığı avantajlardan bahsedebilir misiniz?

CarbonEmit; kurumsal ve ürün bazlı karbon ayak izi, su ayak izi ve CBAM raporlaması gibi alanlarda çözümler sunar. Otomatik

veri işleme, yapay zekâ destekli kategorilendirme ve standartlara uygun çıktı üretimi ile kullanıcılara hız ve doğruluk kazandırır. Regülasyonlara uyum, kullanıcı dostu arayüz, zaman ve maliyet tasarrufu, güvenli veri yönetimi gibi avantajlarıyla sürdürülebilirlik süreçlerini herkes için erişilebilir kılıyor.

CarbonEmit'in sosyal ve çevresel etki yaratma vizyonu için neler söylersiniz? Hizmetlerinizin sırasında karşılaştığınız en büyük zorluklar neler oluyor?

Amacımız, sürdürülebilirliği ölçülebilir ve yönetilebilir bir stratejiye dönüştürmek. Büyük firmaların yanı sıra KOBİ'lerin de bu dönüşüme dâhil olmasını sağlıyoruz. Ancak farkındalık eksikliği, bütçe kaygıları ve teknik yeterlilik gibi zorluklarla karşılaşyoruz. CarbonEmit, sade yapısıyla bu engelleri aşarak firmalara rehberlik ediyor.

Türkiye'deki firmaların sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi konularına yaklaşımını nasıl değerlendiriyorsunuz? Yeni çıkan yasal düzenlemeler şirketlerin sürdürülebilirlik stratejilerinde nasıl bir kırılma yarattı?

CarbonEmit ile firmalar emisyonlarını bilimsel yöntemlerle ölçüp azaltım stratejileri geliştirebiliyor. Böylece sadece ölçen değil, dönüştüren bir etki yaratıyoruz.

Türkiye'de sürdürülebilirlik bilinci artıyor ancak esas kırılma, İklim Kanunu, ETS ve CBAM gibi düzenlemelerle yaşandı. Artık sürdürülebilirlik, sadece çevresel değil, ihracat ve finansman açısından da stratejik bir unsur. Firmalar, veri toplama ve raporlama süreçlerini sistematik hâle getirerek bu dönüşüme adapte olmaya başladı.

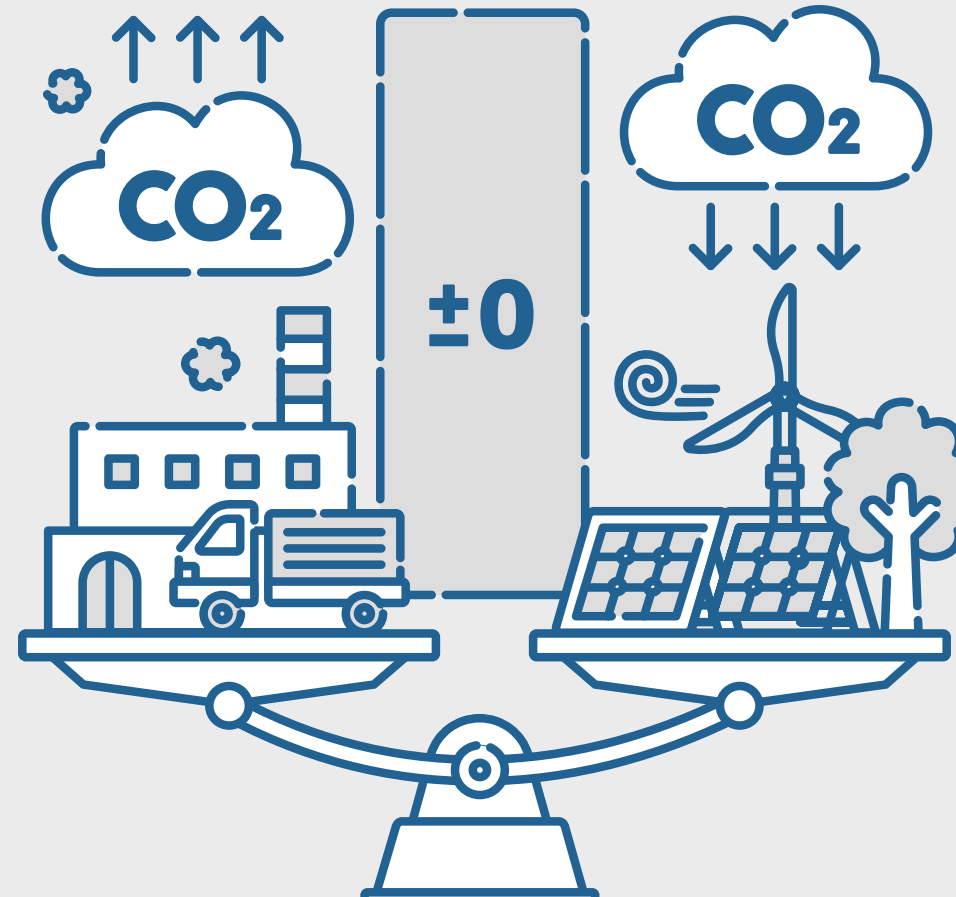
İş yapış süreçlerinizde var olu-şunuzu dayandırdığınız temel ilkeler nelerdir?

İşimizi bilimsel doğruluk, şeffaflık, erişilebilirlik ve uzun vadeli etki ilkeleriyle yürütüyoruz. Uluslararası standartlara uygun-

luk, kolay kullanım, açık süreçler ve sürdürülebilir etki yaratma hedefiyle tüm kullanıcılarımıza değer katmaya odaklanıyoruz.

Sizin için sürdürülebilirlik ne anlama geliyor? Çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayan projeleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Bizim için sürdürülebilirlik, çevresel etkiyi azaltmanın ötesinde, yaşanabilir bir gelecek yaratma sorumluluğudur. CarbonEmit ile firmalar emisyonlarını bilimsel yöntemlerle ölçüp azaltım stratejileri geliştirebiliyor. Böylece sadece ölçen değil, dönüştüren bir etki yaratıyoruz.



HEDEF VE BAŞARILAR

Kurulduğumuz günden bu yana, birçok sektörde tercih edilen, etkili ve güvenilir bir çözümlerden birisi haline geldik. 2025'in kalanında, yapay zekâ destekli analiz yeteneklerimizi geliştirip, CBAM'a uyumlu sektör çözümlerimizi yaygınlaştıracğız. Uzun vadede, CarbonEmit'i kapsamlı bir iklim teknolojileri platformuna dönüştürmeyi hedefliyoruz.

Taahhüt Hesaplarının Kapatılmasına İlişkin Esaslar Düzenlendi

Yapılan düzenlemeyle döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyet gerçekleştiren firmalara, taahhüt hesaplarını kapatma işlemlerinde yaptıkları ihracatı tevsik edebilmesi için ilave beyan süresi imkânı tanınması amaçlanıyor.



9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan İhracat, Transit Ticaret, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve Harç İstisnası Hakkında Karar’da Değişiklik Yapılmasına Dair Cumhurbaşkanı Kararı ile vergi resim harç istisnası belgesine sahip firmalar, kendilerine tebliğ edilen taahhüt hesabının yaptı-

rımlı kapatılması işlemine karşı tebliğ tarihinden itibaren 30 gün içinde Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğüne yazılı itiraz edebilecek.

İhracat, Transit Ticaret, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve harç İstisnası Hakkında Tebliğ’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile vergi resim harç istisnası

belgelerine ilişkin ihracat taahhütleri, belge süresi sonundan itibaren üç ay içinde gerekli bilgi ve belgelerle elektronik ortamda müracaat edilerek, bakanlığın uygun görüşüne istinaden Merkez Bankası tarafından belirlenen usuller çerçevesinde bankanın ilgili şubesi tarafından elektronik ortamda kapatılacak.

Kapatma işlemi firmaya ve ilgili vergi dairesine bildirilecek.

Ayrıca belgenin kapatıldığı bilgisi Ticaret Bakanlığına elektronik ortamda gönderilecek. Vergi resim harç istisnası belgelerinin ihracat taahhütlerinin kapatılmasına ilişkin müracaatın süresi içinde yerine getirilmesinin sağlanması için belge süresi sonunu takip eden iki ay içinde Merkez Bankasının ilgili şubesi tarafından firmaya elektronik ortamda bildirimde bulunulacak.

Düzenlemelerle, döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyet gerçekleştiren firmalara, taahhüt hesaplarını kapatma işlemlerinde yaptıkları ihracatı tevsik edebilmesi için ilave beyan süresi imkânı tanınması amaçlandı.

BAZI SANAYİ ÜRÜNLERİ İTHALATI İÇİN TARİFE KONTENJANI BELİRLENDİ

1 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan Bazı Sanayi Ürünlerinin İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10020) ile fermuar imalatında kullanılmak üzere; adi metalden fermuar sürgüleri, monte dişli dar bant, pin, kutucuk ve diğer aksamlar için 2.500 tonluk tarife kontenjanı açıldı.

Ayrıca, bazı kimyasal ürünler için de tarife kontenjanı belirlendi. Bu kontenjanlar kapsamında yapılacak ithalatta gümrük vergisi alınmayacak. Öte yandan, İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Cumhurbaşkan Kararı da yayımlanarak yürürlüğe girdi.

VERGİ BORÇLARININ TAKSİTLENDİRİLMESİNDE TEMİNATSIZ TECİL YAPILABİLECEK TUTAR 250 BİN LİRAYA ÇIKARILDI

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 6183 Sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunun 48’inci Maddesinin İkinci Fıkrasında Yer

Alan Tutarın 250 bin Türk Lirası Olarak Belirlenmesi Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10040) ile mükelleflerin borçlarını taksitler hâlinde ödemesini kolaylaştırmak amacıyla teminat alınmadan tecil edilebilecek tutar 50 bin liradan 250 bin liraya yükseltildi.

Buna göre 250 bin lirayı aşmayan borçların tecilinde teminat aranmayacak, bu tutarı aşan borçların tecilinde ise 250 bin lirayı aşan kısmın yarısı oranında teminat gösterilecek. Belirlenen yeni tutar, bakanlık birimlerinde yapılacak tecillerin yanında Sosyal Güvenlik Kurumu, belediyeler ve il özel idareleri gibi alacakları kanun kapsamında takip edilen idarelerce yapılacak tecillerde de uygulanacak.

YATIRIM FONLARINDA UYGULANAN TEVKİFAT ORANI YÜZDE 17,5'E ÇIKARILDI

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete’de yer alan 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanununun Geçici 67’nci Maddesinde Yer Alan Tevkifat Oranları Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10041) ile yatırım fonu katılma paylarından elde edilen gelirler ile bazı mevduat ve katılma hesaplarından elde edilen faiz ve kar paylarına uygulanan tevkifat oranları düzenlendi.

Buna göre, yatırım fonlarında yüzde 15 olan tevkifat oranı yüzde 17,5'e yükseltildi. Hisse senedi yoğun fonların katılma paylarından, iki yıldan fazla süreyle elde tutulan girişim sermayesi yatırım fonu ve gayrimenkul yatırım fonu katılma paylarından elde edilen kazançlar için tevkifat uygulanmamasına devam edilecek. Karardan önce açılmış veya vadesi yenilenmiş hesaplardan elde edilen gelirler için hesap açılış/vade yenileme tarihi itibarıyla yürürlükteki oranlar geçerli olacak.

Yeni Kanuna göre mükelleflerin borçlarını taksitler hâlinde ödemesini kolaylaştırmak amacıyla teminat alınmadan tecil edilebilecek tutar 50 bin liradan 250 bin liraya yükseltildi.



YEREL KALKINMAYA YENİ TEŞVİK MODELİ İLE HER İL İÇİN ÖZEL YATIRIM ALANLARI BELİRLENECEK

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yerel Kalkınma Hamlesi Programı Uygulama Usul ve Esasları Tebliği ile her il için potansiyeli yüksek dört özel yatırım alanı belirlenecek ve bu alanlardaki projelere doğrudan devlet teşviki sağlanacak.

Tebliğe göre Yerel Kalkınma Hamlesi Programı'yla yerel ve bölgesel kalkınmanın sağlanması, bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması amaçlanıyor. Programla, her ilin coğrafi potansiyeli, sosyo-ekonomik durumu ve ihtiyaçları analiz edilerek, her il için özel olarak dört "yerel yatırım konusu" belirlenecek. Bu konular, ilde üretimi olmayan ancak başarı potansiyeli yüksek sektörlerden istihdam oluşturacak alanları kapsayacak. Yatırımcılar, sadece kendi illeri için belirlenen bu konulara yönelik projelerle programa başvurabilecek.

Program kapsamında komple yeni yatırımlar desteklenecek. Mevcut yatırımlardan programın gerektirdiği asgari şartları sağlamak koşuluyla, mevcut üretim kapasitesinde en az yüzde 75 ve mevcut kayıtlı istihdamda en az yüzde 50 artış sağlayan kapasite artışına yönelik yatırımlar da destekten yararlanabilecek. Başvuru süreci tamamen dijital ortamda Bakanlık tarafından oluşturulan özel bir portal üzerinden yürütülecek.

SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞINCA HAZIRLANAN "YEREL YATIRIM KONULARI LİSTESİ" YAYIMLANDI

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yerel Yatırım Konuları Listesi Tebliği ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak ve bölgelerin rekabet güçlerini artırmak temel amaçlarıyla "Yerel Yatırım Konuları Listesi" hazırlandı. Yerel Yatırım Konuları Listesi Tebliği ile 81 ildeki yatırım-

ları içeren söz konusu liste hazırlanırken bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak ve bölgelerin rekabet güçlerini artırmak temel amaçlar olarak belirlendi.

YEŞİL DÖNÜŞÜM DESTEK PROGRAMI'NA İLİŞKİN UYGULAMA TEBLİĞİNDE DEĞİŞİKLİK YAPILDI

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Yeşil Dönüşüm Destek Programı Uygulama Usul ve Esasları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile yeşil dönüşüm stratejisi çerçevesinde tesis bazında yürütülecek yeşil dönüşüm uygulamalarını içeren yol haritası yatırımcının kendisi tarafından düzenlenebilecek.

Buna göre, tebliğin adı "Yeşil Dönüşüm Programı Uygulama Usul ve Esasları Tebliği" olarak değiştirildi. Düzenleme uyarınca, yeşil dönüşüm stratejisi çerçevesinde tesis bazında yürütülecek yeşil dönüşüm uygulamalarını içeren yol haritası yatırımcının kendisi tarafından hazırlanabilecek.

Yatırımcı yol haritası raporunun uygulama sürecinde gerçekleştirilmek üzere bir veya birden fazla proje sunabilecek. Ancak yol haritası raporu içinde toplamda en az beş yıllık süreyi kapsayan bir veya daha fazla proje önerisi bulunması zorunlu olacak.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROGRAMI TEBLİĞİNDE DÜZENLEME YAPILDI

12 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Dijital Dönüşüm Destek Programı Uygulama Esaslarına İlişkin Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile kalkınma planları, yıllık programlar ve stratejilerdeki ilke, hedef ve politikalar çerçevesinde teknolojik ürün ve çözümlerin işletme süreçlerine entegre edilerek maliyet azalımı, verimlilik, kalite artışı, çalışan ve müşteri memnuniyeti amaçlayan yatırımlara yönelik yürütülecek dijital dönüşüm programının uygu-

Yerel Yatırım Konuları Listesi Tebliği ile 81 ildeki yatırımları içeren söz konusu liste hazırlanırken bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak ve bölgelerin rekabet güçlerini artırmak temel amaçlar olarak belirlendi.

lama usul ve esaslarını belirlemek amaçlandı.

Buna göre yatırımlar, asgari sabit yatırım tutarına göre, stratejik hamle programı veya öncelikli yatırımlar teşvik sistemi kapsamında yer alan desteklerden, ürün listesindeki tanımlara uygun harcama listesi için faydalanacak. Programa başvuruda asgari sabit yatırım tutarı, öncelikli yatırımlar teşvik sistemi ve stratejik hamle programı kapsamında yapılacak başvurular için kanunda belirtilen tutarlar kadar olacak.

KREDİ KARTI İŞLEMLERİNDE YENİ DÜZENLEME YAPILDI

12 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Tebliğ (Sayı: 2020/16)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2025/16) ile kredi kartı borçlarının yapılandırılması halinde uygulanacak aylık akdi faiz oranı, Bankalarca Ticari Müşterilerden Alınabilecek Ücretlere İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ ile belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde hesaplanarak ilan edilen aylık referans oranı aşamayacak.

Söz konusu işlemlerde uygulanacak aylık azami gecikme faiz oranı ise bu Tebliğin 5'inci maddesi kapsamında belirlenen en yüksek gecikme faiz oranıyla sınırlı olacak. Bu maddede yer alan faiz oranı ve gecikme faiz oranı ibareleri, katılım bankaları için sırasıyla kâr payı oranı ve gecikme cezası oranı olarak uygulanacak. Ayrıca, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kredi kartı ve ihtiyaç kredisi yapılandırmalarının kapsamını genişletti. Kurumdan yapılan açıklamada, BDDK'nin, bireysel kredi kartları ve ihtiyaç

kredilerinin borç bakiyelerinin 48 ay ile yapılandırılmasını uygun bulduğu belirtilerek, vade ve başvuru süreleri kısaltıldığı ve daha az maliyetli hızlı bir sürecin öngörüldüğü aktarıldı.

Bu yapılandırma için bireysel müşterilerin üç ay içerisinde yapılandırma başvurusunda bulunması gerektiği belirtilen açıklamada, "Yapılandırmadan dönem borcunu kısmen ya da tamamen ödeyemeyen bireysel kredi kartı müşterileri, anapara ve/veya faiz ödemeleri geciken ihtiyaç kredisi müşterileri, daha önce yeniden yapılandırılmış bireysel kredi kartı ve ihtiyaç kredisi müşterileri yararlanabilecektir." denildi.

FİNANS ŞİRKETLERİNCE KULLANDIRILAN KREDİLERDEKİ KKDF KESİNTİSİ ORANLARI DÜZENLENDİ

18 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10094) ile bankalar ve finansman şirketlerince kullanılan kredilerde KKDF kesintisi oranı döviz ve altın kredilerinde yüzde 1, diğerlerinde yüzde 0 olarak tespit edildi. Faktoring şirketleri ile finansal kiralama şirketlerine yurt içinden kullanılan döviz kredilerinde söz konusu oran yüzde 0 oldu.

SÜRESİ 2026'NIN İLK YARISINDA DOLACAK DAMPINGE KARŞI ÖNLEMLER İLAN EDİLDİ

16 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2025/15) ile 2026'nın ilk yarısında süresi dolacak dampinge



Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), bireysel kredi kartları ve ihtiyaç kredilerinin borç bakiyelerinin 48 ay ile yapılandırılmasını uygun buldu. belirtilerek,

Çin, Vietnam ve Malezya menşeli çeşitli ürünlere yönelik uygulanan dampinge karşı önlemler, ilgili ürün ve ülkelere göre 24 Mart ile 28 Mayıs 2026 tarihleri arasında sona erecek.

karşı önlemleri belirlendi. Çin, Hindistan ve Malezya menşeli pol-yester düz ipliğe ilişkin önlemler 9 Ocak 2026, Çin, Güney Kore, Malezya, Tayland ve Tayvan menşeli sentetik filament iplikten dokunmuş mensucata (giyim için olanlar) ilişkin önlemler 28 Ocak 2026, Çin, Endonezya, Malezya, Tayland, Vietnam menşeli poliesterden tekstüre ipliklerle ilgili önlemler 3 Şubat 2026'da sona erecek.

Buna göre Çin, Vietnam ve Malezya menşeli çeşitli ürünlere yönelik uygulanan dampinge karşı önlemler, ilgili ürün ve ülkelere göre 24 Mart ile 28 Mayıs 2026 tarihleri arasında sona erecek. Ayrıca, yürürlükteki mevzuat gereğince, yerli üreticiler bu önlemlerin sona ermesinin damping ve zararın devamına veya yeniden ortaya çıkmasına yol açacağı gerekçesiyle süresi dolmadan önce nihai gözden geçirme soruşturması açılması için başvuru hakları bulunuyor.

İŞLENMİŞ KIYMETLİ MADENLERİN İTHALATINDA UYGULANACAK ÖDEME YÖNTEMLERİ BELİRLENDİ

9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Cumhurbaşkanı Kararı ile Hazine ve Maliye Bakanlığı, işlenmiş kıymetli madenlerin farklı ödeme şekillerine göre ithalatını

düzenlemeye yetkili kılındı. Mevcut uygulamada Bakanlık, sadece işlenmemiş kıymetli madenlerin ithalatına ilişkin esasları düzenliyordu.

Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karara İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile işlenmiş kıymetli madenlerin "peşin", "mal mukabili", "vadeli akreditifli", "kabul kredili", "vesaik mukabili" ve "bedelsiz" ödeme şekilleriyle ithalatı yapılabilecek. Ancak 31 Aralık 2026'ya kadar işlenmiş altının ithalatı yalnızca "mal mukabili", "vadeli akreditifli" ve "kabul kredili" ödeme şekilleriyle mümkün olacak. Düzenlemeyle, işlenmiş kıymetli maden (altın takı) ithalatında peşin bedelle ödeme 2026 sonuna kadar kaldırılmış oldu.

İŞSİZLİK SİGORTASI FONU'NDA YENİ KARAR: PRİM GELİRİ ORANI YÜZDE 50'YE ÇIKARILDI

14 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İşsizlik Sigortası Fonu Gelirlerinin, 4447 Sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun 48'inci Maddesinin Yedinci Fıkrasında Belirtilen Amaçlar İçin Kullanılacak Oranının Artırılmasına İlişkin Karar (Karar Sayısı: 10072) ile İşsizlik Sigortası Fonu bir önceki yıl prim gelirlerinin oranı, 2025 yılı için yüzde 50'ye çıkarıldı. Buna göre, söz konusu kanunda yüzde 30 olarak belirlenen İşsizlik Sigortası Fonu bir önceki yıl prim gelirlerinin oranının, 2025 yılı için yüzde 50'ye çıkarılması kararlaştırıldı.

YARIM ZAMANLI ÇALIŞMA HAKKINA İLİŞKİN YÖNETMELİK YAYIMLANDI

18 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Devlet Memurlarının Yarım Zamanlı Çalışma Hakkının Kullanımına İlişkin Yönetmelik (Karar Sayısı: 10108) ile 657 Sayılı Kanun kapsamındaki kadın ve erkek memurlar, çocukları ilkökula başlayana kadar yarı zamanlı ça-

lışabilecek. Başvuru, doğum ya da babalık izni sonrasında yapılabilecek. Eşlerin ikisi de memursa, ayrı ayrı bu haktan faydalanabilecek. Buna göre, çalışma süresi haftada üç günü geçemeyecek; günlük süre üç saatten az, sekiz saatten fazla olamayacak. Memurlar maaşlarının ve ödemelerinin yarısını alacak. Öğle arası ve mesai dışı çalışma yapılamayacak. Kadın memura ayrıca süt izni verilmeyecek.

DEPREM BÖLGESİNDE MÜCBİR SEBEP HÂLİ 30 KASIM'A UZATILDI

14 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 6/2/2023 Tarihinde Kahramanmaraş İlinde meydana Gelen Depremler Nedeniyle Adıyaman, Hatay, Kahramanmaraş ve Malatya İlleri ile Gaziantep İlinin İslahiye ve Nurdağı İlçelerindeki Borçlulardan Hazine ve Maliye Bakanlığınca Mücbir Sebep Hali Uzatılanların, Taksit Ödeme Sürelerinin Yeniden Belirlenmesine Dair Karar (Karar Sayısı: 10070) ile Kahramanmaraş merkezli depremlerden etkilenen yerlerde mücbir sebep hali 30 Kasım'a kadar uzatıldı. Bu kapsamda yapılandırma borçları için yeni takvim belirlendi.

Düzenlemeyle, 6 Şubat 2022-30 Kasım 2025 tarihleri arasında ödenmesi gereken yapılandırma taksitlerinin ilk ödemesi mücbir sebep hâlinin sona erdiği Aralık 2025'te yapılacak. Diğer taksitler her ay bir taksit olmak üzere azami 12 ayda ödenecek. 12'den fazla taksit birikmesi durumunda kalan taksitler, 12. taksitle birlikte toplu olarak ödenecek.

TARIMSAL ÜRETİM PLANLAMASINDA DÜZENLEME YAPILDI

2 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Tarımsal Üretim Planlanması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile il planlama kurulları ve meyve bahçesi tesisine yeni kurallar getirildi. Bundan böyle

eğimi yüzde 6'nın altında olan arazilerde yeni meyve bahçesi tesisine izin verilmeyecek. Ancak, işlemeli tarıma uygun olmayan yerlerde veya tarım alanının yüzde 80'inden fazlasının dikili olduğu köy/mahallelerde, il planlama kurulu kararıyla izin verilebilecek. Büyük ova koruma alanlarında ise asgari arazi büyüklüğü aranmaksızın bu kural uygulanacak.

MISIR İTHALATINDA 500 BİN TONLUK TARİFE KONTENJANI AÇILDI

14 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Mısır İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar (Karar Sayısı: 10071) ile Mısır ithalatında 31 Temmuz'a kadar kullanılmak üzere 500 bin tonluk tarife kontenjanı uygulanması kararlaştırıldı. Karar ile 500 bin ton mısır için 31 Temmuz'a kadar kullanılmak üzere tarife kontenjanı açıldı. Tarife kontenjanı çerçevesinde yapılacak ithalatta gümrük vergisi alınmayacak.

YUMURTA İHRACATI KAYDA BAĞLANDI

10 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: İhracat 2006/7)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (İhracat: 2025/2) ile ihracı kayda bağlı mallar listesine "tavuk yumurtaları (Gallus domesticus türü)" eklendi.

Mısır ithalatında, 500 bin ton mısır için 31 Temmuz'a kadar kullanılmak üzere tarife kontenjanı açıldı. Kontenjan çerçevesinde yapılacak ithalatta gümrük vergisi alınmayacak.

YUMURTA İSRAFININ ÖNLENMESİNE YÖNELİK DÜZENLEME YAPILDI

18 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Türk Gıda Kodeksi Yumurta Tebliği (2014/55)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (2025/20) ile yumurta israfının önlenmesi amacıyla sofralık yumurtanın raf ömrü için var olan "son tüketim tarihi" ibaresi, "tavsiye edilen tüketim tarihi" olarak değiştirildi.

Sofralık yumurtanın, yumurtalama tarihinden itibaren tüketiciye ulaştırılma süresi 21 günden, 28 güne çıkarıldı. Yumurta, yumurtlama tarihinden itibaren 28 günden sonra sofralık olarak piyasaya arz edilemeyecek. Ekstra taze olarak satışa sunulan sofralık yumurtaların, yumurtlamadan sonraki 4 gün içinde sınıflandırılması, işaretlenmesi ve paketlenmesi zorunlu hale getirildi. Yumurtlamadan sonraki 10 gün içinde sınıflandırılmayan, işaretlenmeyen ve paketlenmeyen sofralık yumurtalar, bu amaçla piyasaya arz edilmeyecek ancak yumurta ürünleri üretiminde değerlendirilecek.

DEMİRYOLU ALANINDAKİ DEĞERLENDİRME KURULUŞLARININ FAALİYETLERİNE İLİŞKİN ESASLAR BELİRLENDİ

2 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Demir Yolu Uygunluk Değerlendirme Kuruluşlarına İlişkin Yönetmelik ile demir yolu araçlarının, altyapısının, bunlarda kullanılan her türlü malzemenin teknik düzenlemeye uygunluğunu muayene ve test eden, belgelendiren kuruluşların asgari nitelikleri, çalışma usul ve esasları düzenlendi.

Buna göre Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, ulusal taşımacılık faaliyetlerinde kullanılan her türlü demir yolu altyapısına, araçlarına ve bunları oluşturan bileşenlere ulusal ve uluslararası teknik düzenlemelere göre uygunluk değerlendirmesi yapmaya yetkili olacak. Ayrıca, araçların İmal, Tadil ve Montajı Hakkında Yönetmelik'te yapılan değişikliklerle, kara yolu araçlarına uygunluk onayı verilmesine ilişkin usul ve esaslar yeniden düzenlendi.



Haziran 2025

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Haziran 2024	Haziran 2025	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	809,193	871,189	7,7
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	544.607	588.946	8,1
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri	257.666	314.771	22,2
Yaş Meyve ve Sebze	259.744	202.881	-21,9
Meyve Sebze Mamulleri	164.240	187.157	14,0
Fındık ve Mamulleri	151.405	141.688	-6,4
Kuru Meyve ve Mamulleri	88.288	105.562	19,6
Tütün	80.441	99.886	24,2
Zeytin ve Zeytinyağı	70.268	38.223	-45,6
Süs Bitkileri ve Mamulleri	7.955	8.091	1,7

Dünyadan Tarım Haberleri

Tarım Sayım Seferberliği Temmuzda Başlıyor

Türkiye genelinde yapılacak tarım sayım seferberliğinin temmuz ayında başlaması planlanırken bu kapsamda tarımsal işletme tasarrufundaki parseller, hayvancılık, tarımsal alet ve makine başlıklarındaki veriler toplanacak. Sayım, Tarım ve Orman Bakanlığı ile TÜİK iş birliğinde, iki aşamada yapılacak. Planlanan tarım sayımının ilk bölümü kapsamında, bakanlık tarafından mevcut kayıtlarda yer almayan tarım arazilerinin tespit ve kayıt altına alınması işlemleri büyük oranda tamamlanırken ikinci aşamada ise ilk bölümde tespiti yapılan tarımsal işletmeler ve tarımsal alanlar çerçeve olarak kullanılacak.

Kırsala 10,2 Milyar Lira Hibe: 18 Bin Kişiye İstihdam Müjdesi

Tarım ve Orman Bakanı İbrahim Yumaklı, 2025 yılı kapsamında kırsal kalkınmayı desteklemeye yönelik önemli bir açıklama yaptı. Yumaklı, toplam 7 bin 160 projeye 10,2 milyar lira hibe desteği sağlanacağını belirterek, bu yatırımların yaklaşık 20,5 milyar liralık bir ekonomik hacim oluşturacağını ve kırsalda istihdamı önemli ölçüde artıracığını söyledi.

Verilecek hibelerin "ekonomik yatırımlar" ve "altyapı yatırımları" olmak üzere iki ana başlıkta toplandığını vurgulayan Yumaklı, bu projelerin hem üreticiye güç katacağını hem de ülke ekonomisine yüksek katma değer sağlayacağını kaydetti. Yumaklı, tarımsal ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi ve depolanmasına yönelik 4 bin 46 projeye yaklaşık 9 milyar lira hibe verileceğini, bu yatırımların 18 milyar liralık ekonomik hareket yaratacağını

ve 12 bin kişiye istihdam sağlayacağını açıkladı.

Çiftçiler ve Tarım Grupları MAHA Raporuna Karşı Geri Tepki Gösteriyor

Amerika tarım sektörü, "Make America Healthy Again" (MAHA) raporunun, çocuklar için "maruziyet yolları" olarak atrazin, klorpirifos ve glifosat gibi pestisitleri öne çıkarmasını eleştirdi. Yaklaşık 68 sayfalık rapor, bu kimyasalların çocukların sağlığına etkilerine dair

"endişeye dayalı" ifadeler içeriyor; çiftçiler, raporun söz konusu kimyasallarla ilgili ciddi endişeler yarattığını söylüyor.

Tarım gruplarına göre, rapor "korku temelli" ve yanlış yönlendiren açıklamalar taşıırken; güçlü ve güvenli gıda sistemimiz hakkında asılsız kaygılar oluşturmaktadır Bu geri tepkiler, özellikle pestisitlerin geleceğin raporlarında daha dengeli değerlendirilmesi, tarım sektörü temsilcilerinin görüşlerinin de sürece yansıtılması yönünde bir çağrı içeriyor.

MAHA Raporu Ne Diyor?

MAHA raporunda, bugünün çocuklarının kronik hastalıklar açısından Amerikan tarihinin en hasta nesli olduğu ve bu eğilimin her yıl kötüleşerek ülke sağlığı, ekonomisi ve askeri hazırlığı için tehdit oluşturduğu belirtilmektedir. Gıda üretimindeki ilerlemenin Amerikalı çiftçiler ve bilim insanlarının katkısıyla sağlandığı ifade edilmekte; ancak aşırı işlenmiş gıdaların artışıyla birlikte gıda sisteminde tekelleşme ve kurumsallaşmanın da etkili olduğu belirtilmektedir.

Amerikan çocuklarının günlük kalorilerinin yaklaşık yüzde 70'inin aşırı işlenmiş gıdalardan

geldiği, bu gıdaların yüksek oranda şeker, katkı maddesi ve doymuş yağ içerdiği, buna karşın yeterince meyve, sebze ve lif içermediği belirtilmektedir. Bu beslenme biçiminin obezite, tip 2 diyabet, kalp hastalıkları ve bazı kanser türleri ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir.

Japonya, Piyasaya 200 Bin Ton Daha Pirinç Sürecek

Japonya Tarım Bakanı Koizumi Shinjiro, ülkenin temel gıdalarından pirincin artan fiyatlarını dengelemek amacıyla 200 bin ton pirinci piyasaya sürme kararı aldıklarını duyurdu. Koizumi, 2020 ve 2021 hasatlarından 100'er bin ton pirincin iki parti halinde halka sunulacağını belirtti. Pirincin marketlerde 5 kilogramlık paketler halinde yaklaşık 12 dolara satılmasının beklendiğini ifade eden Koizumi, tüketicilere daha düşük fiyatlarla ulaşmasını sağlayacaklarını kaydetti. Eski Tarım Bakanı Eto Taku, 21 Mayıs'ta "Destekçilerim bana bol miktarda verdikleri için evimde satabileceğim kadar çok pirinç var." açıklamasının ardından istifa etmiş, yerine Koizumi Shinjiro getirilmişti.

Özbekistan ve Çin, Sıcaklık Düzenleyici Sera Filmi Üretimine Başlıyor

Özbekistan, Çin ile yaptığı iş birliği çerçevesinde seralarda sıcaklığı düzenlemek için tasarlanmış "akıllı" film üretimine başlamaya hazırlanıyor. Bilimler Akademisi'ne bağlı Malzeme Bilimi Enstitüsü, sera filmlerine entegre edilebilen nano-kompozit parçacıklar geliştirdi. Bu nanoparçacıklar, güneş ışığındaki ultraviyole ışınları yakın kızılötesi (NIR) radyasyona dönüştürüp ısı enerjisi üreterek sera içinde sabit bir sıcaklık elde edilmesini mümkün hâle getiriyor.

Türk Gıda İhracatçıları ABD'ye Akın Etti

Dünyanın en büyük gıda fuarlarından biri olan New York Summer Fancy Food Fuarı'nda 92 firmayla gövde gösterisi yapan Türk gıda ihracatçıları, yıllık 230 milyar dolar gıda ürünleri ithal eden ABD'ye 5 milyar dolar gıda ürünleri ihraç etmeyi hedefliyor. Türkiye Milli Katılım Organizasyonu Ege İhracatçı Birlikleri tarafından (EİB) 27 yıldır devam eden Summer Fancy Food Show Fuarı, EİB'in Türk gıda ürünlerinin ABD'de pazar payını artırmak için 2018 yılından bu yana sürdürdüğü Turkish Tastes isimli Turquality Projesiyle güç birliğine gitti. Summer Fancy Food Show Fuarıyla eş zamanlı planlanan ABD Turquality Projesi tadım etkinliği New York Türk Evi'nde Türkiye'nin New York Başkon-

Türk gıda ihracatçıları, yıllık 230 milyar dolar gıda ürünleri ithal eden ABD'ye 5 milyar dolar gıda ürünleri ihraç etmeyi hedefliyor.

solosu Muhittin Ahmet Yazal ev sahipliğinde yapıldı. Anadolu'nun, dünyanın en eski tarım bölgelerinden biri olduğunu ve hububat bakliyat ve yağlı tohumlar sektörünün, 2024 yılında 12 milyar dolarlık ihracatla Türkiye'nin gıda ihracatında açık ara lider sektör olduğunu hatırlatan Ege Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Muhammet Öztürk, "ABD, bu sektördeki ihracatımız açısından bir numaralı hedef pazarımız. 2024 yılında, 651 milyon dolarla

en çok ihracat yaptığımız ikinci ülke oldu. Toplam ihracatımızın yüzde 5'inden fazlası bu ülkeye gerçekleştirdik. Küresel ölçekte yaşanan zorluklara rağmen, yenilikçi yaklaşımımız, güvenilirliğimiz ve bitkisel temelli, sağlıklı yaşam odaklı ürün portföyümüz sayesinde bu pazarda büyümeye devam ediyoruz. Amerikan perakende, gıda hizmeti ve gastronomi sektöründeki paydaşlarımızla daha güçlü iş birlikleri kurma yönündeki heyecanımızı da özellikle vurgulamak istiyoruz." dedi.

2025'in İlk Yarisında 1,2 Milyar Dolarlık Halı İhracatı Yapıldı

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (GAİB) açıkladığı verilere göre Türkiye'deki halı üreticileri yılın ilk yarısında, 176 ülke ve serbest bölgeye toplam 255 milyon 971 bin metrekare halı ihraç etti. Bu ihracat karşılığında 1,2 milyar dolar gelir sağlayan sektör, en fazla geliri 982,1 milyon dolarla makine halılarında elde etti. Bunu 241,4 milyon dolarla özel tasarıma sahip tufted halılar, 63,2 milyon dolarla el halıları ve 3,4 milyon dolarla kilim takip etti. El halısı ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 59,3 artış gösterdi.

En fazla halı ihracatı 370,7 milyon dolarla Orta Doğu ülkelerine yapıldı. Orta Doğu'yu 366 milyon dolarla Amerika kıtasındaki ülkeler, 181,3 milyon dolarla Avrupa ülkeleri izledi. Halı ihracatının lider ülkesi ABD, 343,6 milyon dolarla söz konusu dönemde de

zirvedeki yerini korurken Suudi Arabistan 155,3 milyon dolarla ikinci sırada, İngiltere 102,3 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı. İhracat rakamlarını daha yukarı çıkarmak için uzak pazarlara yönelik ticaret heyetleri düzenlemeye devam ettiklerini söyleyen Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği (GAHİB) Başkanı Zeynal Abidin Kaplan, "Japonya'ya ihracatımızda yüzde 101,6'lık bir artış var. Moritanya'da yüzde 14,2, Ürdün'de yüzde 94,4 artış yaşandı. Çeşitli nedenlerle ihracatımızda düşüş olan Suudi Arabistan, ABD, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerden doğan açığı farklı pazarlardan kapatıyoruz. Ticari heyetlerimiz faaliyetlerine devam ediyor. Rakamsal olarak geçen yılki rakamları yakalasak da yıl sonuna doğru bunu daha yukarılara taşımayı istiyoruz." ifadelerini kullandı.

Yılın ilk yarısında en fazla halı ihracatı 370,7 milyon dolarla Orta Doğu ülkelerine yapıldı. Orta Doğu'yu 366 milyon dolarla Amerika kıtasındaki ülkeler, 181,3 milyon dolarla Avrupa ülkeleri izledi.



Trabzon Havalimanı'nda İhracat için Yeni Dönem Başlıyor

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Başkan Vekili Ahmet Hamdi Gürdoğan ve DKİB Genel Sekreteri Ongan Bahadır'ın, Trabzon Havalimanı DHMİ Başmüdürü

Trabzon Havalimanı sahasında kurulacak gümrük birimi sayesinde ihracatçıları önemli ölçüde zaman kazanacak.

Mahmut Kuleli'yi ziyaretine, Türk Hava Yolları (THY) Trabzon Müdürü Osman Hacımahmutoğlu da katıldı. Gerçekleşen görüşmede, Trabzon Havalimanı sahasında uzun süredir atıl durumda bulunan PTT binasının, yakın zamanda Turkish Cargo'ya tahsis edildiği ve yıl sonuna kadar modern bir kargo ve lojistik merkezine dönüştürülerek hizmete açılacağı bilgisi paylaşıldı.

Trabzon Havalimanı DHMİ Başmüdürü Mahmut Kuleli, proje öncesinde hava yolu ile taşınacak yüklerin gümrük işlemlerinin limanda yapılarak memur refakatinde havalimanına getirildiğini ve bunun ciddi zaman kaybı ve ek maliyet oluşturduğunu belirtti. Kuleli, proje tamamlandığında havalimanı sahasında kurulacak gümrük birimi sayesinde işlemlerin doğrudan havalimanında gerçekleştirileceğini vurgulayarak, "Bu sayede hem gümrük memuru refakat ücretleri gibi maliyetler ortadan kalkacak hem de ihracatçılarımız önemli ölçüde zaman kazanacak." dedi.

THY Trabzon Müdürü Osman Hacımahmutoğlu ise 400 metrekare kapalı, 700 metrekare açık alan olmak üzere toplamda 1.100 metrekare alanda hizmet verecek olan yeni kargo tesisinin, tırların rahatlıkla yanaşarak soğuk zincirin bozulmadan yükleme ve boşaltma yapılmasına imkân sağlayacak altyapıya sahip olacağını aktardı. Hacımahmutoğlu ayrıca, Avrupa standartlarında paletlerin geçebileceği boyutlarda yeni ve büyük X-ray cihazlarının tesise yerleştirilmesiyle birlikte, daha önce bu imkânın bulunmaması nedeniyle Trabzon'dan gerçekleştirilemeyen gümrükleme ve ihracat işlemlerinin artık doğrudan Trabzon'dan yapılabileceğinin müjdesini de verdi.

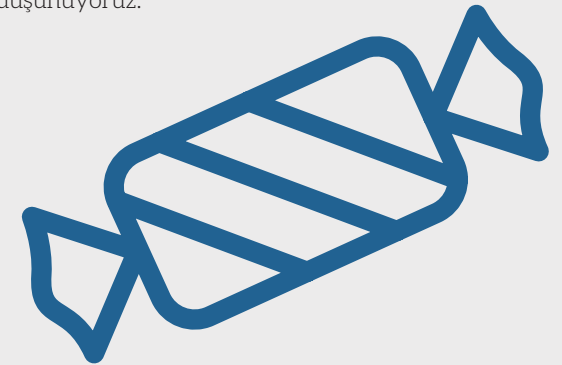
Hububat İhracatı Yılın İlk Yarisında 6,1 Milyar Dolar Oldu

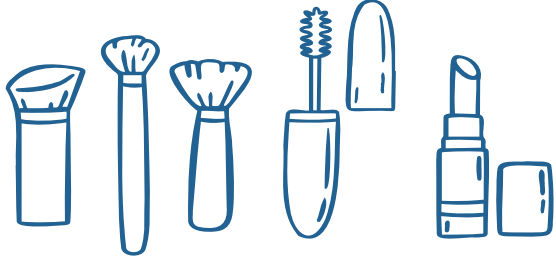
Çikolata ve kakaolu ürünler, ayçiçek yağı, bisküvi ve gofret, şeker mamulleri ile makarna ve buğday unu başta olmak üzere, temel gıda ürünlerini kapsayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, yılın ilk yarısında 6,1

Hububat ihracatı, miktar bazında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,5 düşerken ihracat birim fiyatlarında yüzde 7,2'lik yükseliş yaşandı.

milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Hububat ihracatı miktar bazında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2,5 düşerken ihracat birim fiyatlarında sağlanan yüzde 7,2'lik yükseliş değer bazında ihracata yüzde 4,5'lik artışı beraberinde getirdi. En fazla ihraç edilen mal grubu 618,3 milyon dolar ile çikolata ve kakao içeren ürünler olurken onu 553 milyon dolar ile ayçiçek yağı takip etti.

Dünyada 2025/26 sezonuna ilişkin küresel buğday görünümünün, arz ve tüketimdeki artış beklentileriyle görece olumlu bir tablo çizdiğine dikkat çeken TİM Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu şunları ifade etti: "Yeni sezonda dünya buğday üretiminin 808,5 milyon ton ile rekor seviyeye ulaşacağı, buna karşılık bazı ülkelerde stokların düşeceği öngörülmüyor. Özellikle Avrupa Birliği ile Çin ve Türkiye gibi büyük üretici ve tüketici ülkelerde dönem başı stoklarında daralma dikkat çekiyor. Bahar aylarındaki don olayının etkilerinin devam ettiği yurt içinde mayıs yağışları bazı bölgelerde verim artışına katkı sağlasa da kıraç alanlarda yaşanan kayıplar nedeniyle buğdayda yüzde 15, arpada yüzde 25'e varan rekolte düşüşü öngörüyoruz. Bu yıl buğday ithalatında sınırlama öngörülmemesini, arz güvenliğini sağlamak açısından önemli bir tarımsal politika refleksi olarak değerlendiriyoruz. Diğer yandan, ithalat artışlarının iç piyasadaki üretici maliyetleri ve kârlılık dengesi açısından da dikkatle yönetilmesi gerektiğini düşünüyoruz."





Türk Kozmetik Sektörü Avustralya Pazarında Büyümeyi Hedefliyor

Türkiye kozmetik sektörünün ihracat potansiyelini güçlendirmek ve yeni pazarlara açılmak amacıyla düzenlenen Cosmeet Avustralya Kozmetik Sektörü Ticaret Heyeti, Avustralya'nın önde gelen kozmetik ithalatçıları, distribütörleri ve perakende firmaları ile Türk firmalarını bir araya getirdi. 21-27 Haziran 2025 tarihleri arasında Sidney'de gerçekleşen heyet programı kapsamında ikili iş görüşmeleri, sektörel sunumlar, firma, süpermarket ve mağaza ziyaretleri ile pazar analizine yönelik bilgilendirme oturumları düzenlendi. Etkinlik, Türkiye'nin kozmetik ve kişisel bakım ürünleri alanındaki ihracat gücünü ve markalaşma vizyonunu dünyaya tanıtmayı hedefliyor.

İKMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Kozmetik, Temizlik ve Private Label Sektörü Komite Başkanı Uğur Adıyaman ve TİM Delegesi Süleyman Özgür Öztürk'ün katıldığı heyete, cilt bakım ürünlerinden doğal kozmetiğe, saç bakımından makyaj malzemelerine kadar geniş bir ürün yelpazesine sahip 13 Türk firması katılım sağladı. Türk markalarının yenilikçi, kaliteli ve doğal içerikli ürünleri, Avustralya pazarında büyük ilgi gördü. Heyet kapsamında Avustralya'da e-ticaret hakkında bilgilendirme sunumu yapılırken, 3PL ve Fullfilment firmaları ile görüşmeler gerçekleştirildi. Avustralya pazarındaki dağıtım kanalları, kozmetik mağazaları, süpermarketler ve departman mağazaları ziyaret edilerek pazar ve ürün analizi gerçekleştirildi. Heyet boyunca toplamda 168 ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi. Türk firmaları, Avustralya'daki iş ortaklıklarını geliştirme ve yeni ihracat bağlantıları kurma fırsatı yakaladı. 2025 yılında, bugüne kadar yedi millî katılım, altı ticaret heyeti ve beş info stant katılımı gerçekleştiren İKMİB, yıl sonuna kadar 10 ticaret heyeti daha düzenlemeyi planlıyor.

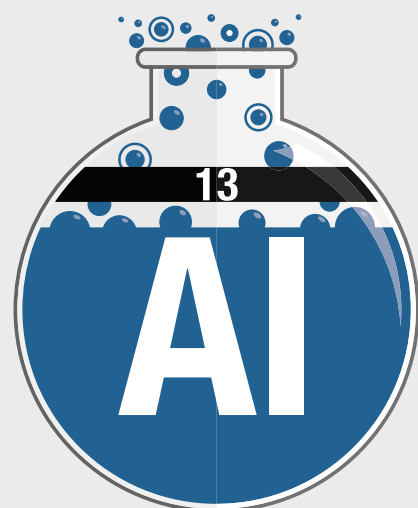
2025 yılında, bugüne kadar yedi millî katılım, altı ticaret heyeti ve beş info stant katılımı gerçekleştiren İKMİB, yıl sonuna kadar 10 ticaret heyeti daha düzenlemeyi planlıyor.

Türk Alüminyum Sektörü Küresel Sahnede

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), sektörel gelişmeleri yakından takip etmek ve "Turkish Aluminium" markasını dünya vitrinine taşımak amacıyla iki önemli uluslararası organizasyonda yer aldı. 13-15 Mayıs 2025 tarihleri arasında Londra'da, CRU organizasyonu, International Aluminium Institute ve Aluminium Stewardship Initiative iş birliğiyle düzenlenen 30. World Aluminium Summit, 38 ülkeden 170 firma ve 370 katılımcıyı bir araya getirdi. 2-5 Haziran 2025 tarihleri arasında ABD'nin Şikago kentinde gerçekleştirilen 17. Harbor Aluminium Summit ise bu yıl 40 ülkeden 900'ü aşkın sektör temsilcisini ağırladı. Türkiye adına zirveye İDDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Şevket Çalışkan ve İTÜ Metalurji ve Malzeme Mühendisliği Öğretim Üyesi Prof. Dr. Özgül Keleş katıldı.

İDDMİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Alüminyum Komite Başkanı Ali Bakaner, zirvelerin ardından yaptığı değerlendirmede, alüminyum sektörünün sanayimizin temel taşlarından biri olduğuna işaret ederek, her geçen gün ikincil alüminyum başta olmak üzere alüminyuma olan talebin dünyada giderek arttığını kaydetti. Özellikle sürdürülebilir ve yeşil enerji ile üretim ve düşük karbonlu üretim konularının giderek önem kazandığını belirten Bakaner, "Biz de birlik olarak sektördeki gelişme ve son trendleri yakından takip ediyor, uluslararası platformlarda "Turkish Aluminium" olarak yer alıyoruz. Türk Alüminyum sektörü olarak katma değerli üretim ve rekabetçi gücümüzle dış pazarlara damga vurmaya devam edeceğiz." dedi.

2025 yılında, bugüne kadar yedi millî katılım, altı ticaret heyeti ve beş info stant katılımı gerçekleştiren İKMİB, yıl sonuna kadar 10 ticaret heyeti daha düzenlemeyi planlıyor.



Güneydoğu'nun Kuru Meyve İhracatı İlk Yarıda Yüzde 15,6 Arttı

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (GAİB) verilerine göre Güneydoğulu kuru meyve ve mamulleri ihracatçıları, 2025'in ilk altı ayında 88 ülke ve serbest bölgeye 24 bin ton ürün gönderdi. İhracatçılar bu satış karşılığında 174,5 milyon dolar gelir elde etti. Sektör ise 2024'ün ilk yarısında yaptığı 150,9 milyon dolarlık ihracatını, bu yılın aynı döneminde değerde yüzde 15,6, miktarda ise yüzde 9,2 artırdı. En fazla geliri 79,6 milyon dolarla Antep fıstığından elde eden sektör, kuru kayısıdan 59,5 milyon dolar, kuru incirden de 10,6 milyon dolar kazanç sağladı. Bu dönemde kuru meyve ihracatının en çok arttığı ülke grubu Avrupa Birliği (AB) oldu.

Güneydoğulu kuru meyve ve mamulleri ihracatçıları, 2025'in ilk altı ayında 88 ülke ve serbest bölgeye 24 bin ton ürün gönderdi.

Pazar payı yüzde 55,3'e çıkan AB'ye geçen yılın ilk yarısında yapılan 70,1 milyon dolarlık ihracat, yüzde 37,6 artarak 96,5 milyon dolara yükseldi.

2024'ün altı aylık döneminde İtalya'ya yapılan 18,7 milyon dolarlık ihracat, bu yıl yüzde 96,6 artarak 36,8 milyon dolara çıktı. İtalya'yı 31,7 milyon dolarla Almanya, 21,7 milyon dolarla ABD takip etti. Son dönemde Avrupa'dan gelen talebin arttığını söyleyen Güneydoğu Anadolu Kuru Meyve ve Mamulleri İhra-

catçıları Birliği Başkanı Mehmet Çıkmaz, "Türk ürünleri dünyada rağbet görmeye devam ediyor. Son iki yılda İtalya'ya ihracatımızda ciddi artış oldu, bu sene de rakamların geldiği seviye yine bunu gösteriyor. Avrupa ülkeleri yine bizi tercih ediyor. Ürünlerimizin uluslararası pazarda hak ettiği değeri bulması bizleri sevindiriyor. Her geçen yıl istatistiklerimiz yukarı doğru eviriliyor, sene sonuna kadar bunun daha da yükseleceği kanaatindeyim." dedi.

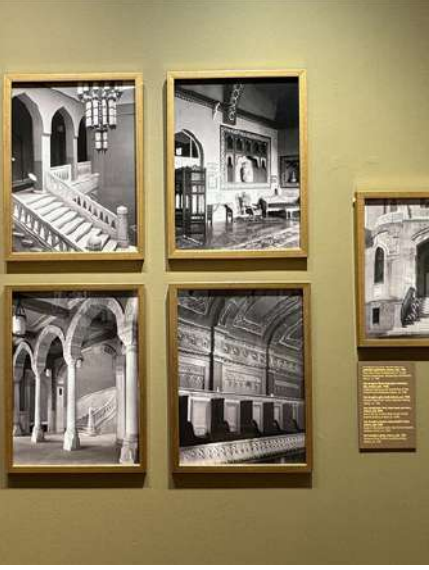
Turkish Towels ve Türk Hava Yolları İş Birliği

Denizli İhracatçıları Birliği (DENİB) öncülüğünde kurulan Turkish Towels, havluyu dünyaya tanıtmaya vizyonunu hayata geçirmek için Türk Hava Yolları iş birliğiyle etkileyici bir iletişim kampanyası hayata geçirdi. "The Origin of Towel" isimli kampanya, THY'nin uluslararası uçuşlarındaki kabin içi ekranlarında yayımlanarak her gün milyonlarca kişiye ulaşıyor. "Woven across generations, felt in every thread" sloganıyla yürütülen kampanya; havlunun yalnızca bir günlük kullanım eşyası değil, kökeni Türk topraklarına uzanan kültürel miras ve evrensel bir yaşam tarzı unsuru olduğunu hatırlatıyor. Anadolu'nun geleneksel tezgâhlarından başlayarak dünyanın dört bir yanındaki

otellere, evlere ve mağazalara uzanan bu yolculuk, THY'nin global gücüyle daha da görünür hâle gelecek.

THY ekranlarında yayımlanan kampanya görselleri; pamuk tarlasından gelen imgelerle geçmişin emeğini, yumuşak dokusunu ve zamansız estetiğini yansıtıyor. Bu anlatı ise hem sektörel bilinç oluşturmaya hem de Türkiye'nin tekstil mirasını dünyaya daha güçlü bir biçimde aktarmayı amaçlıyor. Satış odaklı bir stratejiden ziyade; havlunun kökenine, anlamına ve taşıdığı ustalığa ışık tutan Turkish Towels, Türkiye'nin kültürel dokuma miraslarından olan havluyu, geleceğin kalite ve estetik beklentileriyle buluşturarak dünyaya yeniden tanıtmaya iddiasına sahip.

"The Origin of Towel" isimli kampanya, THY'nin uluslararası uçuşlarındaki kabin içi ekranlarında yayımlanarak her gün milyonlarca kişiye ulaşıyor.



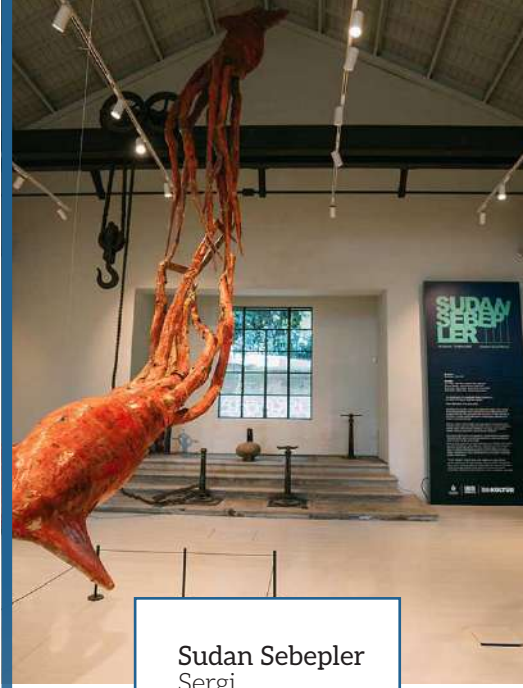
Maceraperest Bir Mimarın Fotoğrafhanesi Sergi

Mekân:
İstanbul Araştırmaları
Enstitüsü Galerisi

Saat:
10:00-19:00

Bir Mimarın Objektifinden

İstanbul Araştırmaları Enstitüsü, Arif Hikmet Koyunoğlu'nun kişisel arşivinden derlenen özel bir fotoğraf sergisine ev sahipliği yapıyor. "Maceraperest Bir Mimarın Fotoğrafhanesi" başlıklı sergide, Arif Hikmet Koyunoğlu'nun 20. yüzyılın başından itibaren çektiği fotoğrafları eşliğinde, dönemin mimari ve toplumsal dönüşümü görülüyor. Cumhuriyet'in ilk yıllarına tanıklık eden cam negatifler, asetatlar ve baskı fotoğrafların bulunduğu sergi, 17 Mayıs 2026 tarihine kadar ziyarete açık.



Sudan Sebepler Sergi

Mekân:
Cendere Sanat Müzesi

Saat:
09:00-17:00

Su Üzerine Bir Sanat Çağrısı

İBB Kültür ve İBB Miras iş birliğiyle hazırlanan "Sudan Sebepler" sergisi, suyun adil paylaşımı ve kültürel anlamları üzerine çok katmanlı bir sanat anlatısı sunuyor. 14 sanatçının eserinin yer aldığı sergi, suyun yalnızca yaşam kaynağı değil; aynı zamanda kültürlerin, inançların ve sanatın taşıyıcısı olduğu fikrinden yola çıkıyor. Mezopotamya'dan Nil'e, Ganj'dan Sarı Nehir'e kadar medeniyetlerin suyla kurduğu ilişkilerden ilhamla oluşturulan sergi 15 Ekim'e kadar ziyaret edilebilir.



Bireyin Mükemmele Yolculuğu Ertunç Tümen

Sayfa Sayısı:
700

İlk Baskı Yılı:
2022

Yayınevi:
Mediacat Yayıncılık

Başarıya Ulaştıran Sistemler

Kişisel gelişimden iş dünyasına uzanan başarı yolculuğunda rehberlik sunan kitap, başarıya ulaşmak için sadece hedef değil, sağlam sistemler gerektiğini vurguluyor. Ülkelerde yeteneklerin az ya da çok benzer oranlarda dağıldığı düşüncesi ile değerlendirilmesi için en iyi örneklerden yola çıkan benzersiz bir reçete sunan kitap; düşünme biçimini, alışkanlıkları ve karar alma süreçlerini yeniden yapılandırmayı öneriyor. Sistematik ilerlemenin gücünü anlaşılır örneklerle anlatıyor ve okuyucuya sürdürülebilir başarı için pratik bir yol haritası sunuyor.



Sistem Liderliği: İş Yaşamında 100 Kanguru Ahmet Şerif İzgören

Sayfa Sayısı:
328

İlk Baskı Yılı:
2024

Yayınevi:
Elma Yayınevi

Sistem Liderliği Modeli Anlatısı

"Sadece yöneticilik vasıflarına sahip olan insanlar var olan bir yapıyı sürdürürler. Liderler ise peşinden sürükledikleri gruplar yaratırlar, bir sistem yaratma peşinde değillerdir." İzgören Akademi ve Elma Yayınevinin başarılı çizgileriyle okuyucuya sunulan kitapta, bir sistem lideri ve sistem liderliği modeli anlatılıyor. Modelde savunulan nitelik; beceri ve prensipler doğru temel alındığında sistemin işlememe ihtimali çok düşük. Uygulama için belirtilen başlıklar arasında hepsine yüzde 100 sahip olmanızı gerektiren bir başlık yok, tek bir tanesi dışında: Güven. Ekibinize yaydığınız güven yüzde 100 olmalı. Birisine yüzde 99 güveniyorsanız, o yüzde 1'lik güvensizlik her şeyi başlamadan bitirir.



Bolşoy Bale ve Orkestrası: Kuğu Gölü Bale

Mekân:
AKM

Bolşoy Tiyatrosu İlk Kez İstanbul'da

Bale sanatının efsanevi adresi Bolşoy Tiyatrosu, tarihinde ilk kez İstanbul sahnesine konuk oluyor. İstanbul Kültür Yolu Festivali kapsamında gerçekleşecek dört özel temsilde, Romeo ve Juliet ile Kuğu Gölü baleleri orkestra eşliğinde izleyiciyle buluşacak. Bolşoy Orkestrası ve 350 kişilik dev ekibiyle sahne alacak topluluk, klasik sanatın doruğunu 26-30 Eylül 2025'te AKM'ye taşıyacak.



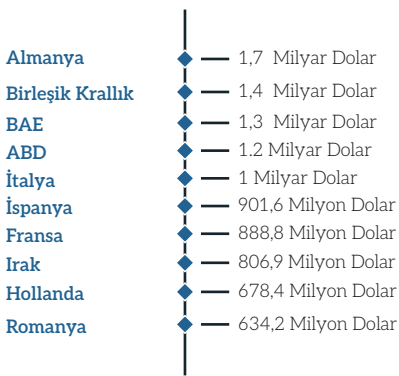
Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası Konseri Konser

Mekân:
AKM

Genç Yeteneklerin Gecesi

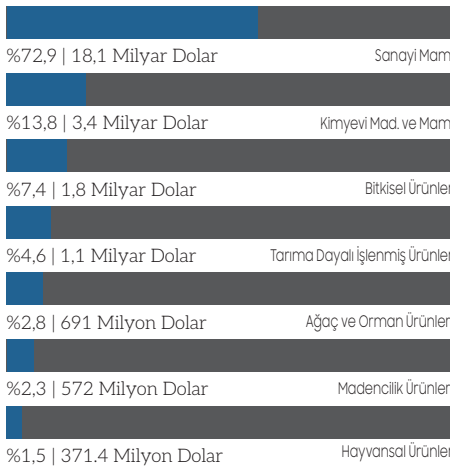
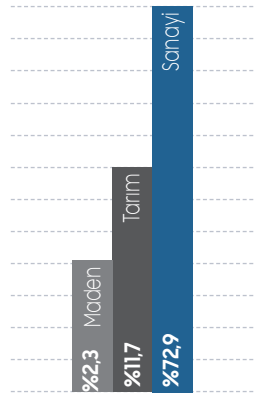
Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası, 80 parlak genç müzisyenle Avrupa turnesine İstanbul'dan başlıyor. Cem Mansur yönetimindeki orkestra, Britten'dan Cem Esen'e uzanan repertuvarıyla dinleyicilere unutulmaz bir konser sunacak. Sabancı Vakfı'nın desteğiyle kurulan orkestra, teknik düzeyleri ve coşkusuyla Avrupa'nın prestijli salonlarında ilgiyle karşılanıyor. Gençliğin enerjisini klasik müzikle buluşturan bu özel konser 28 Ağustos'ta AKM sahnesinde dinleyicileriyle buluşacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

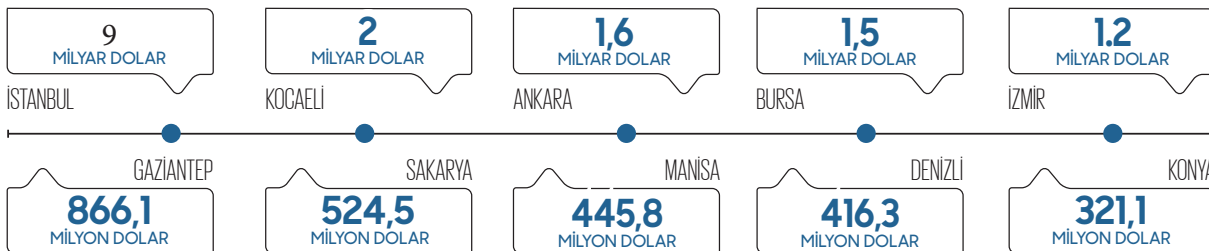
2025 Yılı Temmuz Ayı İhracatı
24,9 Milyar Dolar Oldu.Temmuz Ayı İhracatı
Geçen Yıla Göre %11 Arttı.Yedi Aylık İhracat
156,3 Milyar Dolar Oldu.12 Aylık İhracat
269 Milyar Dolara Yükseldi.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2025 yılı Temmuz ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,7 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı 1,4 milyar dolarla Birleşik Krallık ve 1,3 milyar dolarla Birleşik Arap Emirlikleri izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2025 Yılı
Temmuz Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2025 Yılı Temmuz Ayında
İhracattan Aldığı Pay2025 Yılı Temmuz Ayında
İl Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2025 Yılı Temmuz Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları –1,000 \$

SEKTÖRLER	2024	1 - 31 TEMMUZ			2024	1 OCAK - 31 TEMMUZ		
		2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)		2025	Değişim ('25/'24)	Pay(25) (%)
I. TARIM	2.844.490	2.919.114	2,6	11,7	20.275.001	20.441.232	0,8	13,1
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.851.940	1.856.548	0,2	7,4	13.643.265	13.759.424	0,9	8,8
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	941.718	1.030.449	9,4	4,1	6.769.618	7.117.638	5,1	4,6
Yaş Meyve ve Sebze	205.537	121.605	-40,8	0,5	1.922.175	1.812.834	-5,7	1,2
Meyve Sebze Mamulleri	225.352	229.963	2,0	0,9	1.511.670	1.468.231	-2,9	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	103.542	136.819	32,1	0,5	929.560	987.924	6,3	0,6
Fındık ve Mamulleri	214.541	166.365	-22,5	0,7	1.380.562	1.348.390	-2,3	0,9
Zeytin ve Zeytinyağı	61.429	46.839	-23,8	0,2	495.141	313.362	-36,7	0,2
Tütün	93.528	115.059	23,0	0,5	542.271	608.673	12,2	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	6.293	9.449	50,2	0,0	92.269	102.372	11,0	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	286.268	371.487	29,8	1,5	2.132.625	2.173.238	1,9	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	286.268	371.487	29,8	1,5	2.132.625	2.173.238	1,9	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	706.282	691.079	-2,2	2,8	4.499.111	4.508.570	0,2	2,9
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	706.282	691.079	-2,2	2,8	4.499.111	4.508.570	0,2	2,9
II. SANAYİ	15.904.381	18.199.468	14,4	72,9	104.248.885	111.647.862	7,1	71,4
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.166.078	1.141.640	-2,1	4,6	7.905.078	7.883.379	-0,3	5,0
Tekstil ve Hammaddeleri	797.400	777.528	-2,5	3,1	5.413.685	5.512.669	1,8	3,5
Deri ve Deri Mamulleri	138.550	132.770	-4,2	0,5	887.181	849.516	-4,2	0,5
Halı	230.128	231.343	0,5	0,9	1.604.212	1.521.195	-5,2	1,0
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.583.424	3.433.803	32,9	13,8	18.376.953	19.203.067	4,5	12,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.583.424	3.433.803	32,9	13,8	18.376.953	19.203.067	4,5	12,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	12.154.879	13.624.025	12,1	54,6	77.966.854	84.561.416	8,5	54,1
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.657.565	1.584.768	-4,4	6,4	10.345.965	9.704.946	-6,2	6,2
Otomotiv Endüstrisi	3.119.674	3.837.870	23,0	15,4	20.809.245	23.822.213	14,5	15,2
Gemi, Yat ve Hizmetleri	118.287	273.653	131,3	1,1	1.038.857	1.182.112	13,8	0,8
Elektrik ve Elektronik	1.407.447	1.567.617	11,4	6,3	9.239.747	9.890.918	7,0	6,3
Makine ve Aksamları	945.829	988.324	4,5	4,0	6.378.923	6.161.657	-3,4	3,9
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.101.772	1.189.389	8,0	4,8	7.158.654	7.638.145	6,7	4,9
Çelik	1.415.848	1.370.483	-3,2	5,5	9.328.945	9.615.343	3,1	6,1
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	381.421	429.891	12,7	1,7	2.523.313	2.609.212	3,4	1,7
Mücevher	953.691	739.671	-22,4	3,0	3.772.936	5.071.032	34,4	3,2
Savunma ve Havacılık Sanayii	431.115	984.606	128,4	3,9	3.313.373	4.591.007	38,6	2,9
İklimlendirme Sanayii	622.230	657.753	5,7	2,6	4.056.896	4.274.831	5,4	2,7
III. MADENCİLİK	569.361	572.029	0,5	2,3	3.409.437	3.437.096	0,8	2,2
Madencilik Ürünleri	569.361	572.029	0,5	2,3	3.409.437	3.437.096	0,8	2,2
TOPLAM (TİM*)	19.318.232	21.690.611	12,3	86,9	127.933.323	135.526.190	5,9	86,7
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.157.307	3.261.266	3,3	13,1	20.770.967	20.834.111	0,3	13,3
GENEL İHRACAT TOPLAMI	22.475.539	24.951.877	11,0	100,0	148.704.290	156.360.301	5,1	100,0

AKİB Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenisehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel	HİB Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık
BAİB Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer	İİB İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi
DENİB Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç	İMMİB İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz
DAİB Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar	İTKİB İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk
DKİB Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarcı Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02 E-Posta: dkib@dkib.org.tr Web Adresi: www.dkib.org.tr Genel Sekreter: İdris Çevik	KİB Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu
EİB Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhur İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal	OAİB Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş
GAB Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan	UIB Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 90 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat

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

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

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
 "Katma Değerli Hizmet Merkezi"



adres patent
 "Katma Değerli Hizmet Merkezi"

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

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

İKİTELLİ TEKNOLOJİ
 0(212) 549 43 70
 ikitelili@adrespatent.com

MERTER
 0(212) 890 55 50
 merter@adrespatent.com

ESENİYURT TEKNOLOJİ
 0(549) 474 04 37
 esenyurt@adrespatent.com

KADIKÖY
 0(216) 386 26 88
 anadolu@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ
 0(537) 659 50 23
 gebze@adrespatent.com

ANKARA
 0(312) 232 62 85
 ankara@adrespatent.com

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

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

ANTALYA
 0(224) 321 00 89
 antalya@adrespatent.com

BURSA
 0(224) 504 53 43
 bursa@adrespatent.com

LONDRA
 +44(7552) 725 955
 london@adrespatent.com

I ♥ PATENT

Sige çok yakınız?



Dayanıklı Uzun Ömürlü Yapar Transpaletler



YPT 20PS

YAZICI TERAZİLİ TRANSPALET
2000 KG



YPT 25P

INOX PASLANMAZ TRANSPALET
2500 KG



FLEX FPT 25

MANUEL TRANSPALET
2500 KG



YPT 25 / YPT 30

MANUEL TRANSPALET
2500 KG / 3000 KG



yaparistif.com

f /yaparmaterialhandling



YAPAR

**MANUEL
TRANSPALET**