2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Sektörel Kırılımı

Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 ekonomisi içinde yer alabilmesini desteklemek üzere, teknolojik dönüşümü tamamlaması, üretim teknolojlerine hakim, belirlenmiş alanlarda sektörel liderlik pozisyonuna gelerek, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında ihracat gelirini 500 milyar dolara çıkarmak için çalışıyoruz.

■ Sunuş yazıları

■ Yönetici Özeti

■ Proje Raporu

“ Yeni İhracat Stratejimizde İhracatımızı sektörel ve coğrafi olarak çeşitlendirmek, İhracatçı sayımızı artırmak, Türkiye’de üretilen ya da kolaylıkla üretilebilecek ürünlerdeki ithalatımızı azaltmak öncelikli politikalarımız olacaktır. „

500 milyar dolar ihracat hayal değil…

Dünyanın 2009 yılında yaşadığı ve dünya ticareti ile entegre olan bütün ülkelerin etkilerini hissettiği kriz şunu öğretti. Dünya ticareti kuralları değişti, değişiyor.

Küresel ticaretin kuralları yeniden oluşmakta. Ve küresel ticaretin yeni boyutu daha yüksek rekabet olacaktır. Bu değişim ve dönüşüme ayak uyduranlar, dünya ticaretindeki yerini koruyacak, dünya ticaretinden pay almaya devam edecektir.

Türkiye'nin küresel dünya ticaretindeki konumunu nasıl pekiştireceği, dünya ticaretinin hızla küresel kriz öncesine döneceği ve giderek artan bir ivme kazanacağı dönemde dünya ticaretinden alacağı payı nasıl artıracağı gündemin en önemli meselesidir. Bu değişim ve dönüşüm sürecine hazırlıklı olmak, ortaya çıkacak fırsatlardan yararlanabilmek için "stratejiler oluşturmak, planlar yapmak ve harekete geçmek gerekmektedir.

Ekim 2009'da çalışmalarına başlanan ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM)"Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi" projesi küresel kriz sonrasında dünya ticaretinde ortaya çıkacak büyük değişimler nasıl uyum sağlanması gerektiğine ışık tutacağı gibi, hükümet olarak hedeflediğimiz Cumhuriyetimizin ilanının 100. yıldönümünde 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşılmasında da tüm ihracatçılarımıza yol gösterici olacaktır.

Bu hedefe ulaşmak için oluşturduğumuz "Yeni İhracat Stratejisi"nin temel bileşeni "ihracat odaklı üretim"dir.

Bu çerçeve; "İhracat Odaklı Üretim Stratejisi"yle;

- 2010 yılını toparlanma, yasal ve zihinsel altyapının oluşturulması,
- 2011-2013 dönemini değişim ve dönüşümün sağlanması,
- 2014-2023 dönemini uygulamaları gerçekleştirmek şeklinde stratejmizi kurguladık.

Yasal ve zihinsel alt yapının oluşturulması kapsamında;

"İhracata Dönük Üretim Stratejisi Değerlendirme Kurulu" oluşturulması konusunda Sn. Başbakanımızın genelgesi Resmi Gazete'de yayınlandı ve kurul ilk toplantısını 12 Temmuz 2010 tarihinde gerçekleştirerek, çalışma planını oluşturdu.

Yurtdışı fuar organizasyonlarının rekabetçi ve etkin bir yapıya kavuşturulması, ihraç ürünlerimizin daha etkin tanıtılması amacına yönelik yeni düzenlemeleri içeren İhracat 2010/5 sayılı Tebliğ Resmi Gazete'de yayınlandı.



"Dahilde İşleme Rejimi Değerlendirme Kurulu"nun oluşturulmasına ilişkin karar Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girdi. Oluşturulacak bu kurulla, kısa, orta ve uzun vadeli stratejileri oluşturmayı, kurumlar arasında koordinasyonu ve işbirliğini geliştirmeyi uygulamalarda etkinliği sağlamayı amaçlıyoruz..

Yeni İhracat Stratejimizde; İhracatımızı sektörel ve coğrafi olarak çeşitlendirmek, İhracatçı sayımızı artırmak, Türkiye'de üretilen ya da kolaylıkla üretilebilecek ürünlerdeki ithalatımızı azaltmak öncelikli politikalarımız olacaktır.

Türkiye olarak; hem mal hem hizmet ihracatında atak ve proaktif bir politika izleyerek 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat gerçekleştiren bir ekonomi yapısına ulaşmayı hedefliyoruz. Bu strateji ihracatımızda sürdürülebilir büyümeyi sağlayacaktır.

Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir büyümesinin lokomotifi ihracattır. Sürdürülebilir ihracat artışı, sürdürülebilir büyüme demektir. Sürdürülebilir büyüme sayesinde istihdam artacak, bölgeler arası dengesizlikler giderilecek ve rekabet gücü artacaktır.

Her bir sektörün ve alt-sektörlerin 2023 rakamsal ihracat büyüklük öngörülerinin belirlendiği bu çalışma "Sürdürülebilir Büyüme"yi temin edebilmek ve İhracatçılarımızın küresel piyasada rekabetçiliklerinin artırılması için stratejik odaklanma, uyumlanma ve koordinasyonuna ışık tutacaktır.

"Yeni İhracat Stratejimizle" uyumlu olan bu çalışma, Dış Ticaret Müsteşarlığı ile eşgüdüm içinde Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin liderliğinde Türkiye'nin 2023 hedefine ulaşmasında, stratejik bir belge olacaktır.

Başta TİM Yönetimi olmak üzere, hedefleri ulaşılabilir kılan bu çalışmada emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.

Zafer ÇAĞLAYAN

Devlet Bakanı

“ Hedefimiz, performansımızı sürdürülebilir bir şekilde daha yüksek düzeylere taşıyarak, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat ve dünya ticaretinden aldığımız payı da % 1,5 seviyesine çıkarmaktır. ”

Türkiye, Dünya ticaret kurallarının yeniden yazıldığı 2000'li yıllara, her alanda yenilenmeyi kendine misyon edinerek girdi. Jeopolitik konumu bakımından yüzyıllardır bir ticaret merkezi olan Türkiye, bu ticaret geleneğini değişen dünya trendleriyle birleştirdi. Bunun sonucunda ihracatımız geçtiğimiz dönemde aşamalı olarak yüksek artış göstererek 30 milyar dolardan 2008 yılı itibariyle 132 milyar dolar düzeyine ulaştı, 2009 yılında da küresel krize karşın 102 milyar dolar seviyesinde tutundu.

Hedefimiz, performansımızı sürdürülebilir bir şekilde daha yüksek düzeylere taşıyarak, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat ve dünya ticaretinden aldığımız payı da % 1,5 seviyesine çıkartmaktır.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, 2009 yılının Mart ayında Türkiye'nin 2000'li yıllarda ivme kazanan ihracat büyümesinin Cumhuriyetimizin 100'üncü yılı için amaçlanan 500 milyar ABD Doları tutarındaki büyük hedefe ulaşması için "Türkiye'nin 2023 Ihracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi" projesini başlattık. Bu kapsamda Devlet Bakanımız Sayın Zafer ÇAĞLAYAN' ın himayelerinde çalıştaylar düzenledik. Sanayi grubu ve tarım grubu için ayrı olarak düzenlediğimiz çalıştaylar sonucunda ve toplamda 200 üst düzey katılımcının katkılarıyla "Türkiye'nin 2023 İhracat Haritası ve Performans Programı" ortaya çıktı.

"Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi" projesi devam ederken, söz konusu stratejinin sektörel bazda çalışılması ihtiyacı ortaya çıktı ve 2009'un Ekim ayında Türkiye İhracatını oluşturan sektörler için ayrı "Strateji Haritası ve Performans Programı" oluşturulmasını teminen bir çalışma başlattık. 2009 yılının Ekim ayında başlattığımız bu proje için Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne bağlı 13 Genel Sekreterlik ile beraber çalıştık. Yapılan çalışma kapsamında faaliyet alanları ortak sektörler belirlenerek 24 sektörümüz için 14 çalıştay yapıldı. Çalıştaylara sadece ihracatçı birliklerinden değil, aynı zamanda devlet kurumları, sektörün duayenleri, sektörel dernek ve birliklerden de üst düzeyde katılım sağlandı.

Toplamda 500 kişinin katıldığı 14 çalıştay sonucunda, katılımcıların görüşleri ile ve daha önce bu sektörler üzerine yapılan çalışmalar ışığında her sektör için "Strateji Haritası ve Performans Programı" ortaya çıktı.

Çalıştay sürecinde bazı sektörlere ortak çalıştaylar yapsak da, 24 sektör için sektör liderleri ile ayrı ayrı kapanış/karar toplantıları yaptık. Bu toplantılar sonucunda her bir sektör için ayrı rapor ortaya çıktı.



Yaptığımız projede yeni sektörleri ve gelişim alanlarını da göz önünde bulundurduk. Mevcut 24 sektörün dışında, 2023 yılına kadar değişen dünya trendleri ışığında ülkemizin ihracat gelirlerini artırması beklenen potansiyel sektörlerin belirleneceği ve ihracat büyüklüğü öngörülerine ilişkin değerlendirmelerin yapıldığı ayrı bir çalıştay yaptık.

Bu projede moderatörlüğü ve raporlamayı yapan "Execution Partners" danışmanlarına, "Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri" danışmanlarına ve "TİM Strateji Ofisi"nin değerli ekibine yaptıkları katkılar için teşekkür ediyorum. Daha önce yapılmamış olan böyle detaylı bir çalışmanın ülkemize ve ihracatçımıza yararlı olmasını diliyorum.

Türkiye'mizin ihracat liginde daha da yükselmesi için benzer projelerle bundan sonra da çabalarımız kesintisiz devam edecektir.

Bu çalışma kesinlikle statik bir çalışma değildir. Proje kapsamında kurulan TİM Strateji Ofisi tarafından revize edilerek canlı tutulacaktır.

Mehmet BÜYÜKEKŞİ

TİM Başkanı

Türkiye'nin ihracatını beşe katlayarak 2023'te 500 Milyar Dolar seviyesine ulaşmak vizyonunu hayata geçirecek stratejik oyun planının ve performans programının belirlenmesi amacıyla TIM bir girişim başlatmıştır. Bu girişimin ilk adımı olarak, Nisan-Ağustos 2009 arasında, Türkiye düzleminde, makro ölçekte, "Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Programı" başlıklı projeyi yürüttük.

– Kamu, özel sektör, sivil toplum ve üniversite temsilcilerinden oluşan 200'e yakın üst düzey yöneticinin katılımının sağlandığı birbirini takip eden 3 çalıştay gerçekleştirildi.

– "500 milyar dolar" ihracat hedefi stratejik bir vizyonu ve ciddi bir değişim iddiasını yansıtmakta olup, bu değişimin yönetilebilmesi ve bu idealin gerçekleşebilmesi için, tüm paydaşların aynı hedeflere odaklanabilmesini amaçlayan "TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİ HARİTASI" ve başarının ölçülmesine imkan sağlayan "TÜRKİYE İHRACAT PERFORMANS KARNESİ" oluşturuldu.

Girişimin ikinci adımı olarak, Eylül 2009 - Mart 2010 arasında, "2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılım Projesi"ni yürüttük.

– Ana sektörel gruplama yolu ile, İhracat Birlik Yönetim Kurulu Liderliğinde, özel sektör, ilgili sivil toplum kuruluşları, kamu ve üniversite temsilcilerinden oluşan yaklaşık 400 kişinin katıldığı 13 adet Sektörel İhracat Liderlik Çalıştayı yürütüldü.

– Her Sektörel İhracat Liderlik Çalıştayında, o sektörün en kritik 4-5 alt sektörü de ele alınmak suretiyle, ihracat odaklı 24 adet İHRACAT SEKTÖRÜ STRATEJI HARİTASI ve İHRACAT SEKTÖRÜ PERFORMANS KARNESİ oluşturuldu.

Proje boyunca karşımıza çıkan en büyük zorluklardan biri, uluslararası mal gruplandırma sistemi ile (Türkiye İstatistik Kurumu'nun da ihracat verileri için kullandığı), İhracatçı Birlikleri mal grupları arasında farklılıklar bulunması olmuştur. Dolayısı ile, birliklerin ihracat verileri ile, TUİK ve Uluslararası ihracat verileri arasında sayısal farklarla karşılaşılmıştır. Türkiye'nin sektör ve alt-sektörler 2023 İhracat öngörüsü yapabilmek amacıyla, 2008 referans değerleri ve ülkelerle kıyaslama için kullanılan değerler, bu çalışmada aksi belirtilmedikçe SITC'ye baz edilmiştir.

(SITC - Standard International Trade Classification)

Bu Proje Raporu, ikinci adımla ilgilidir ve sektörel Yol Haritası niteliğindedir. Çalışmanın, bir "stratejik plan" oluşturma değil, çeşitli rapor ve dosyalardaki strateji tanımlamalarının bütünlemesi yoluyla, ölçülebilir ve yönetilebilir bir performans yönetimi çerçevesi olduğunu vurgulamayı gerekli görüyoruz.

Her bir sektörün ve alt-sektörlerin 2023 rakamsal ihracat büyüklük öngörüleri, sektörleri temsilen çalışmada yer alan sektör liderleri tarafından belirlenmiştir. Sektör liderlerine ve çalıştay katılımcılarına, 2023 öngörülerine ışık tutmak amacıyla, dünya ticareti ve dünya söktörel gelecek büyüklükleri ile ilgili analitik bir altlık temin edilmiştir. Önümüzdeki yıllarda giderek artacağı öngörülen rekabet doğrultusunda, dünya ticaretinden alınan "Pazar payı" olgusu sektör ve alt-sektörlerin 2023 ihracat büyüklük iddialarının oluşturulmasında temel baz olmuştur.

Belirlenen kritik başarı faktörlerinin periyodik takibi, ölçümlenmesi ve raporlanması ile sürekli güncellenmesi, yaşayan bir strateji ve performans yönetimi sürecinin işletilmesini sağlayacaktır.

Çalıştaylar boyunca sektörün düşünce önderlerinin sahiplenmeleri, bilgi, fikir ve önceki çalışmalardan paylaşımlar ile değerli katkıları, bu raporun değerinin artamasına en önemli katkıyı yapmıştır. Ayrıca, ihracat birliklerinde görevli ArGe Şubesi yetkilileri konularına hakimiyetleri ve özverili çalışmaları ile projeye ışık tutmuşlardır. Bu iki unsurla, TİM'in liderliği ve oluşturulan Strateji Ofisi birleştiğinde, 2023 İhracat hedeflerine ulaşmak için STRATEJİ HARİTASI'nda belirlenen oyun planının hayata geçirilmesi için sağlam bir yapı ile karşı karşıya olduğumuzu görmekte, gelecek için güven duymaktayız.

İstihdamın artırılması, bölgesel gelişimin temin edilmesi, rekabetçi gücün artırılması suretiyle Türkiyemizin sürdürülebilir büyümesini sağlayacak olan "2023 yılında 500 milyar dolar " ihracat hedefi ile sloganlaşan bu önemli girişimin iki adımında da görev aldığımız için gurur duyuyoruz. Bu kapsamda ve katılımda ilk defa yapılan bu çalışmaya katılan ihracatçı birlik yönetimleri, devlet, özel sektör, akademisyen ve sivil toplum kuruluşlarının 2023 ihracat hedefine ulaşmak için üst düzey bir motivasyon içinde olduklarını görmek inancımızı daha da artırmıştır.

Bize gösterilen güvene teşekkür eder, saygılarımızı sunarız.

- TİM, koordinasyon amaçlı bir Strateji Ofisi oluşturmuştur. Sektörel Liderlik Ekipleri ve birliklerin ArGe bölümlerinden sektör uzmanı ekiplerin deneyim ve birikimlerinin projeye büyük katma değer sağlayacağı öngörülmektedir.

- 28 Eylül 2009 tarihinde, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi başkanlığında proje başlama toplantısı gerçekleştirilmiş ve sektörel stratejilere baz teşkil edecek stratejik raporlar toplanmaya başlanmıştır.

Strateji Ofisi

- Ülke düzeyinde hazırlanan Strateji Haritası ve Performans Programı'nın sürekliliğini ve takibini sağlayacak ekip
- Metodoloji konusunda sektörlere bilgi transferi
- Kurumlar arası sinerji, iş birliği ve koordinasyonu


Mustafa Mente


Barış Topçu

Sektörel Liderlik Ekibi

- Her sektör için çalışmaların sahipliğini üstlenecek Sektör Lideri
- Sektör konusunda karar verici konumda olacak 5-6 kilit kişinin katılımıyla oluşturalacak Yürütme Kurulu





Sektörel Uzman Ekipler

- Proje ekibinde ilgili bilgilerin temininde ve koordinasyonunda alacak 2'şer kişilik ekipler

Stratejik İçerik

- Sanayi Stratejisi
- Çeşitli kuruluşlar tarafından ilgili sektörlere ilişkin yapılmış çeşitli stratejik plan, rapor ve çalışmalar



- Danışman ekip olan, Execution Partners "stratejinin uygulamaya aktarılması" çerçevesine odaklanmıştır. 10 yılı aşkın deneyim ve bilgi birikimine sahip danışmanların uzmanlık alanları:
  - Strateji netleştirme ve değişim alanlarının tanımlaması
  - Stratejiyi uygulamaya aktarma (execution) çerçevesi – performans programı
  - Stratejinin iş / destek birimlerine ve bireylere indirgenmesi
  - Strateji yönetimi süreçleri, raporlama yapısı ve proje yönetimi


Dr. Baransel Atçı


Zeynep İmer


Ateş Sungur

- Proje ekibinde, Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri şirketi kurucu ortağı Dr. Can Fuat Gürlesel de yer alarak büyük katma değer sağlamaktadır. Uzmanlık alanları:
  - Ekonomik Araştırmalar ve Ekonomi Danışmanlığı
  - Ekonomik Öngörü ve Stratejik Planlama Çalışmaları
  - Sektörel Araştırmalar ve Öngörü Çalışmaları
  - Sektörel Strateji ve Politika Çalışmaları


Dr. Can Fuat Gürlesel

■ Sunuş yazısı

■ Yönetici Özeti

■ Proje Raporu

Projenin temel amacı Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak bütünsel bir "Stratejinin Uygulamaya Aktarılması" çerçevesini oluşturmaktır.

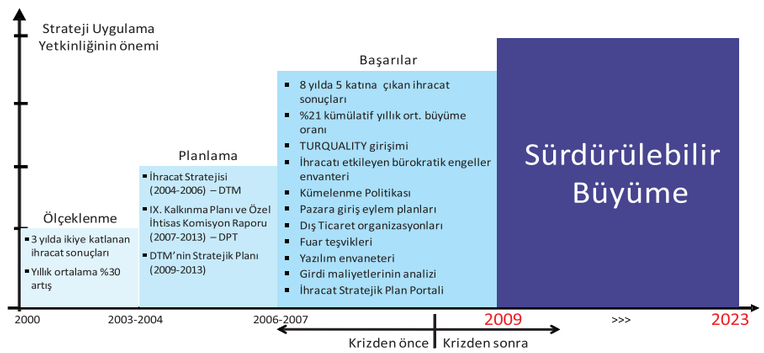
Birinci adımda, ülke ölçeğinde 18 stratejik hedef ve 72 ölçütten oluşan 2009-2013 Türkiye İhracatı Strateji Haritası ve Performans Programı oluşturulmuştur.

İkinci adımda, sektörel bazda 24 Strateji Haritası ve Başarı Ölçütleri oluşturulmuştur. Sektörlerin 2023 ihracat öngörüleri alt sektör kırılımları ile Sektör Liderlik ekipleri tarafından ortaya konmuştur.

1) Projenin Amacı

Özellikle son 10 yılda ihracatımızı istikrarlı şekilde artırarak birlikte çok önemli başarılara imza attık. Bugün ulaştığımız noktada "Sürdürülebilir Büyüme"yi temin edebilmek ve İhracatçılarımızın küresel piyasada rekabetçiliklerinin artırılması için stratejik odaklanma, uyumlanma ve koordinasyona ihtiyaç duyulmaktadır.

Değişimi Gerçekleştirmek, Geleceği Tasarlamaktır" vizyonu ile Türkiye'nin iktisadi kalkınmasına öncülük eden Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) liderliğinde ve Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) ile eşgüdüm içinde, 2023 İhracat Atılımı'nı proaktif ve dinamik bir şekilde yönetmek üzere, geniş kapsamlı bir proje yaklaşımı benimsenmiştir.





Proje iki adımlı olarak gerçekleştirilmiştir. Projenin temel amacı Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak bütünsel bir "Stratejinin Uygulamaya Aktarılması" çerçevesini oluşturmaktır. Bu kapsamda ilk olarak stratejik yönlenmenin netleştirilmesi için mevcut çalışmalar derlenmiş, geniş katılımlı çalıştaylar yürütülmüştür.

Birinci adımda, ülke ölçeğinde 18 stratejik hedef ve 72 ölçütten oluşan 2009-2013 Türkiye İhracatı Strateji Haritası ve Performans Programı oluşturulmuştur.

Hazırlanan Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta dış faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli bir noktaya taşımaktadır.

İkinci adımda, ülke nezdindeki çalışmalar sektörel boyuta aktarılmış, 2023 ihracat hedefine ulaşabilmek için sektörel bazda hangi kritik başarı faktörlerine ihtiyaç duyulduğu belirlenmiş, sektörel bazda 24 Strateji Haritası ve Başarı Ölçütleri oluşturulmuştur. Sektörlerin 2023 ihracat öngörüleri alt sektör kırılımları ile Sektör Liderlik ekipleri tarafından ortaya konmuştur.

TİM, strateji yönetiminin planlamadan ibaret olmadığını ve 2023 atılımının yönetiminde gereken üç boyut olduğunu belirleyerek, stratejiyi icra edecek yetkinlikleri geliştirmek üzere yönetim süreçlerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

- **Değişim yönetimi**
- **Büyüme**
- **Etkinlik**



Uzun soluklu proje aslında bir Değişim Yönetimi projesidir, ulusal ölçekli projede strateji ve performans çerçevesinin başarısı için kritik 5 temel gereklilik yüksek kalitede yerine getirilmiştir:

Üst düzey Liderlik:

Lider ve önderlerin projeyi sahiplenmesi ve alt çalışma komitesine delege etmeden, geliştirme sürecinde aktif mevcudiyeti;

Sektörel lider ve düşünce önderlerinin katkılarının sağlanması.

Değişim Yönetimi:

Yarından beklenen performansın bugün yönetilebilmesi için, mevcut olmayan bazı yetkinliklere ihtiyaç duyulması;

Yukardan-aşağı doğru kurgu ile sahiplenmeyi temin etmek, deneyimli ve bilgili uzmanların danışmanlığından faydalanmak, en-iyi-uygulama örneklerinden öğrenmek.

Çekirdek Ekip:

TİM'in, yeterli düzeyde zaman ve enerji ayıracak, yetkin ve donanımlı bir Proje Direktörü ataması ve projede fiilen çalışacak kişilere rol ve sorumluluklarını tarif etmesi;

Projede çalışacak birimlerin etkin koordinasyonu ve program yönetimiyle çalışma akışının disipline edilmesi.

Neden sonuç ilişkileri:

Stratejik önceliklerin bütünsel yapısının sağlanması ve bütçe ile ilişkilendirilerek gerekli kaynakların temini.

Kültür, ortak dil ve kavram birliği:

Kısa-vadeli operasyonel düşünce yapısı ile dengeli ve proaktif orta/uzun-vadeli stratejik düşünce yapısının içselleştirilmesi;

Kelimelere yüklenen anlamların önemi ışığında, aynı ifadelerden herkesin aynı şeyi algılamasının temini.

Dünyaca kanıtlanmış bir metodoloji olan Balanced Scorecard yaklaşımı, ülke ve sektör şartlarına adapte edilerek kullanılmıştır.

2) Metodolojik Yaklaşım

Strateji ve Kurumsal Performans Yönetim modelinin oluşturulmasında dünyaca kanıtlanmış bir metodoloji olan Balanced Scorecard yaklaşımı, ülke ve sektör şartlarına adapte edilerek kullanılmıştır.

Proje sürecince sıfırdan bir strateji geliştirme gayreti yerine, mevcut bilgi birikimi, deneyimler ve çok çok çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan geçmiş çalışmalar (Stratejik Plan / rapor, arama konferansı, vb…) ışığında stratejik yönlenme gözden geçirilerek, Yol Haritası netleştirilmeye çalışılmıştır.



Harvard Üniversitesi tarafından 75 yılın en etkileyici yönetim fikri sayılan *Balanced Scorecard* metodolojisini ülke şartlarına uyarlıyoruz.





Robert Kaplan *David Norton*

"Ölçemediğinizi yönetemezsiniz …

… Tarif edemediğinizi ölçemezsiniz"

Stratejik bir yönetim aracı olan Balanced Scorecard,

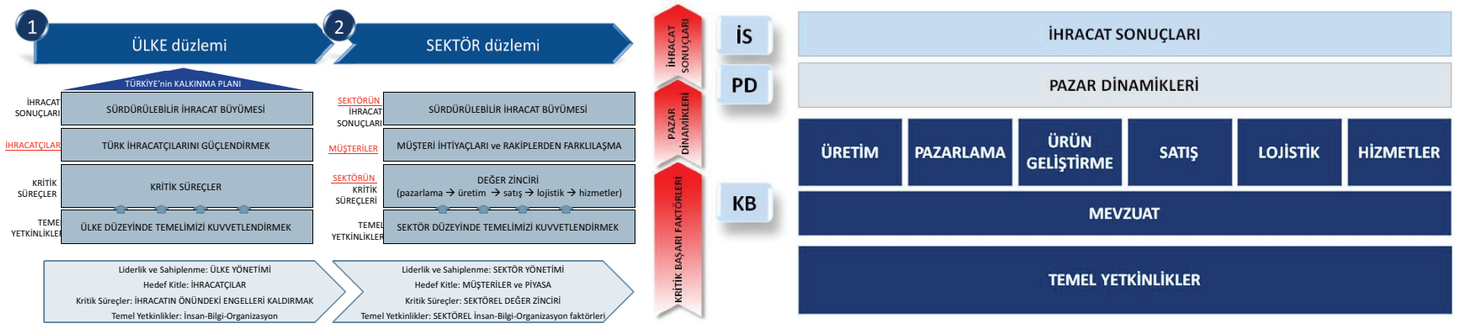
Hedeflerle Yönetim, Toplam Kalite Yönetimi (TQM) ve süreç iyileştirme gibi pek çok yönetim sistematiğini entegre etmekte ve daha ileri taşımaktadır.



Oluşturulan Performans Programı'nın en önemli yanı, stratejiyi ölçümlenebilir ve dolayısıyla yönetilir kılmasıdır.

Strateji Haritası'nın temel amacı stratejik önceliklerimiz neden sonuç ilişkileri içinde tek bir sayfada ortaya koymaktır. Bu sayede netlik ve odaklanma sağlanmaktadır. Türkiye İhracat Strateji Haritası ana yönlenmesini Türkiye'nin Kalkınma Planı'ndan almakta, ihracat vizyonunun gerçekleştirilmesinde ülke yönetiminin üzerine düşen önceliklere değinilmektedir. Her bir stratejik hedefin sorumlularının belirlenmesi paydaşlar arasında uyumlanma sağlamaktadır.

Metodolojinin sektörlere indirgenmesi sırasında göz önünde bulundurulması gerekli olan bazı temel farklılıklar vardır. Sektör düzleminde liderlik ve sahiplenme Sektör Yönetimi'ndedir. Müşteri perspektifinde hedef pazarlardaki müşteriler ve piyasanın beklentileri öne çıkmaktadır. Süreçlerde ihracat sonuçlarına ve müşteriye değer önermesine ulaşılmasını sağlayacak kritik iş süreçlerine, sektörel değer zinciri bağlamında odaklanılmaktadır. Sektörler nezdinde stratejik Hipotez, "İhracat Sonuçları", "Pazar Dinamikleri" ve "Kritik Başarı Faktörleri" olmak üzere üç temel perspektifte yapısallaştırılmıştır.



Öngörüler hazırlanırken, geçmiş dönemde oluşan eğilimler ve sayısal veriler ile 2023 yılına kadar oluşacak ana eğilimler kullanılmış, bunlara bağlı varsayımlar oluşturulmuş ve sayısal öngörüler hazırlanmıştır.

3) Trendler ve Öngörüler

Nisan-Ağustos 2009 tarihleri arasında yürütülen ilk adıma paralel olarak, Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından Türkiye'nin İhracat Stratejisi İçin Küresel ve Sektörel Öngörüler 2023 çalışması yapılmıştır.

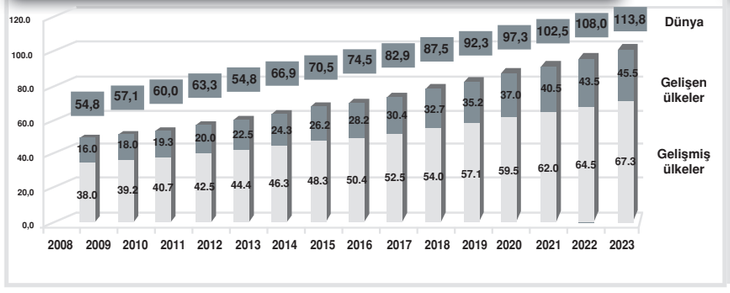
Çalışmanın temel çıktıları dünya ekonomisi, dünya ticareti, dünya ihracat pazarları ve sektörler için 2023 yılına kadar olan döneme ilişkin hazırlanan sayısal öngörülerdir.

Öngörüler oluşturulurken, ağırlıklı olarak kriz sonrası hazırlanan ve uzun dönemli varsayımları, eğilimleri ve tahminleri ortaya koyan uluslararası kaynaklardan yararlanılmıştır. Küresel kriz öncesi hazırlanan çalışmaların varsayımları, eğilimleri ve tahminleri krizin etkileri göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Çok farklı ve çok sayıda kaynağın çıktıları arasında azami uyum sağlayanlar öncelikle kullanılmıştır.

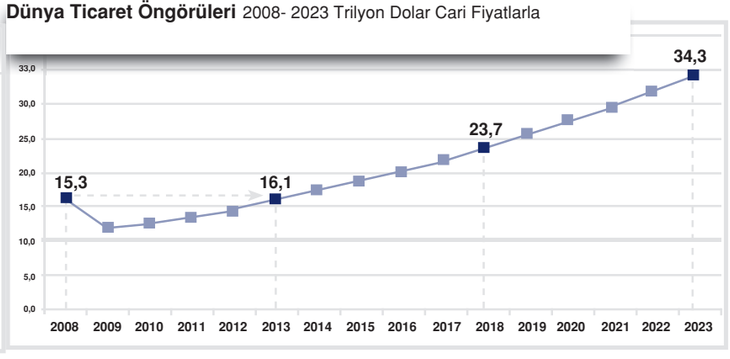
Öngörüler hazırlanırken, geçmiş dönemde oluşan eğilimler ve sayısal veriler ile 2023 yılına kadar oluşacak ana eğilimler kullanılmış, bunlara bağlı varsayımlar oluşturulmuş ve sayısal öngörüler hazırlanmıştır. Sayısal öngörüler ekonometrik bir çalışma veya sayısal bir standart model ile değil, eğilimlere ve varsayımlara dayalı yaklaşımlar yöntemi ile hazırlanmıştır. Kullanılan eğilimler ve varsayımlarla sayısal öngörüler arasında kuvvetli ve yüksek bir ilişki bulunmaktadır.

Türkiye'nin ihracat stratejilerinin hazırlanmasında en önemli belirleyici, küresel ölçekte 2023 yılına kadar ortaya çıkacak ekonomik, ticari ve sektörel eğilimler olacaktır. Temel amaç, strateji çalışmalarında genel ve sektörel hedefler belirlenirken ihtiyaç duyulan bilgi alt yapısının oluşturulmasıdır.

Dünya Ekonomisi Gelir Büyüklükleri Öngörüler 2008- 2023 Trilyon Dolar
(Cari Fiyatlarla, Yıllık Yüzde 2 Dolar Cinsi Gelir Defletörü Öngörülmüştür)



Dünya Ticaret Öngörüleri 2008- 2023 Trilyon Dolar Cari Fiyatlarla



Önümüzdeki 15 yıl, Geçmiş 10 yıldan farklı olacak

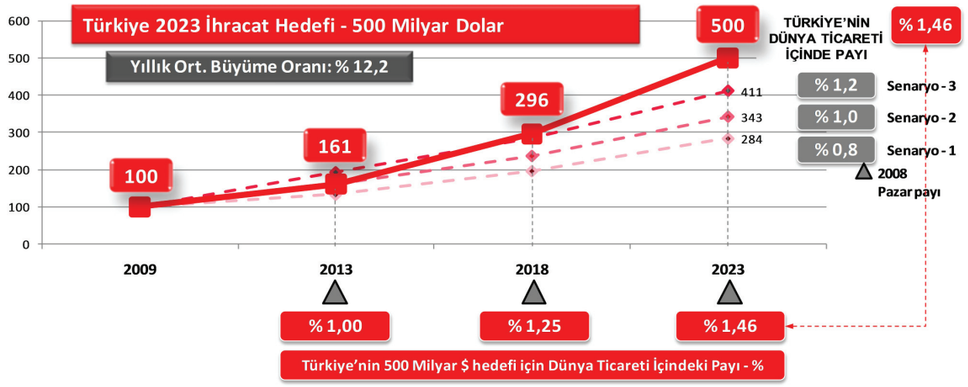
Sektör liderlerine ve çalıştay katılımcılarına, 2023 öngörülerine

ışık tutmak amacıyla, dünya ticareti ve dünya söktörel

gelecek büyüklükleri ile ilgili analitik bir altlık temin edilmiştir.

TİM yönetimi tarafından kabul edilen referans senaryo çerçevesinde Türkiye'nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması dünya ticaretinden 2013 yılında %1, 2018 yılında %1,25, 2023 yılında %1,5 pay alması anlamına gelmektedir.

TİCARET SENARYOLARI		TÜRKİYE'NİN DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI İÇİN SENARYOLAR	TÜRKİYE İHRACATI Milyar Dolar			2009-2023 YILLIK ORTALAMA İHRACAT ARTIŞI %
			2013	2018	2023	
TEMEL SENARYO	1	MEVCUT PAY % 0.83 İLE	133.7	197.0	284.4	7.7
	2	% 1,00 PAY İLE	161.1	237.4	342.6	9.2
	3	% 1.20 PAY İLE	193.3	284.9	411.1	10.6
500 MİLYAR DOLAR HEDEFİ İÇİN PAY %			1.00	1.25	1.46	12.2



İkinci adımdaki projemizdeki çalışmalarda, dünya ticareti ve ekonomisi büyüklük öngörüleri ile ilgili yürütülen 3 senaryo içinden, TİM yönetimi tarafından onaylanan Referans Senaryo temel alınmıştır.

Önümüzdeki 15 yıl, Geçmiş 10 yıldan farklı olacak…

- ❑ Dünya ticareti artış oranı geçmiş dönem ortalamasının altında olacak (2008 düzeyine ancak 2013-2014 yıllarında geri dönülebilecek)
- ❑ Gelişmekte olan ülkelerin ağırlığı artacak
  - Büyüme potansiyeli olan pazarlar, gelişmekte olan ülkelere kayacak
  - Türkiye, gelişmekte olan ülkelerin gittikçe artan rekabeti ile karşılacak
- ❑ Dünya ticaretinde sektörel olarak, tarımın payında düşüş, sanayinin payında artış olacak
  - Sanayi içinde, kimyevi maddelerin payında düşüş; otomotiv, elektrik-elektronik ve makine sektörlerinin payında artış yaşanacak.
  - Yeni sektör / ürünler dünya ticareti içinde % 4 düzeyinde ağırlığa sahip olacak.
- ❑ Emtia fiyatları, geçmiş 10 yılda olduğu gibi hızlı artmayacak, istikrarlı ve gerçekçi bir baza oturacaktır. Doların değeri de bu trendi takip edecektir.
- ❑ Piyasalara, aşırı serbestlik değil, piyasa kuralları ve gözetim hakim olacaktır.
- ❑ Finansman olanakları bol ve ucuz değil, kısıtlı olacak

Sektör liderlerine ve çalıştay katılımcılarına, 2023 öngörülerine ışık tutmak amacıyla, dünya ticareti ve dünya söktörel elecek büyüklükleri ile ilgili analitik bir altlık temin edilmiştir. Önümüzdeki yıllarda giderek artacağı öngörülen rekabet doğrultusunda, dünya ticaretinden alınan "Pazar payı" olgusu sektör ve alt-sektörlerin 2023 ihracat büyüklük iddialarının oluşturulmasında temel baz olmuştur.

- ❑ Dünya Ekonomisi Büyüme varsayımları
- ❑ Dünya Ticaret Büyüme öngörü
- ❑ Dünya Ticaret sektörel dağılımı
- ❑ Sektörel öngörüler



Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak

bütünsel bir "stratejinin uygulamaya aktarılması" çerçevesi oluşturmak.

4) Birinci Adım – Ülke ölçeğinde Makro İhracat Stratejisi ve Performans Yönetimi Çerçevesi

İlk adımda yürütülen dört aylık projede Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak bütünsel bir "Stratejinin uygulamaya aktarılması çerçevesi" oluşturulmuştur. Türkiye'de ulusal ölçekte ilk kez gerçekleştirilen bu nitelikte bir proje, stratejik planlama çalışması değil, sonuç-odaklı bir performans yönetimi ve uygulama projesidir.

Amaçlanan, öncelikleri gösteren tanımlı stratejik hedeflerin, ölçütlerin, uzun vadeli başarı seviyelerinin, ilgili girişim projelerinin, sorumlu kurum ve kuruluşların belirlenmesi ile strateji yönetiminde "Başaran" kurumlar arasında yer alabilmektir.

Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi Projesi'nin ilk bölümünde Stratejik Yönlenmenin Netleştirilmesine odaklanılmış ve başlıca dört tip çalışma yürütülmüştür:

- ❑ Kamu yönetimi ve özel sektörden proje Yürütme Kurulu'nca belirlenen düşünce önderleri ile karşılıklı görüşmeler (10 kişi)
- ❑ Kamu yönetimi ve özel sektörden katılımcılar ile 3 Çalıştay (~ 200 kişi)
- ❑ Mevcut doküman, stratejik plan ve raporların incelenmesi
- ❑ Yürütme Kurulu ve odak grup toplantıları

Bu ilk adım, bir Stratejik Plan çalışması değil, stratejinin uygulamaya aktarılması olarak tanımlanan "Uygulama Çerçevesinin ve Performans Programı"nın oluşturulmasını, Türk ihracatının önderlerinin gelecek düşüncelerini basit, kolay anlatılabilir, ölçülebilir ve dolayısıyla da yönetilebilir hale gelmesini sağlamıştır.



Stratejik Yönlenmenin netleştirilmesi
- Önümüzdeki döneme ilişkin öngörüler ve zorluklar neler ?
- Güçlü, Zayıf Yönlerimiz ile Fırsat ve Tehditlere ilişkin geçmişte yapılan çalışmalar üzerinde revizyon ihtiyaçları neler?
- İhracatın önündeki engeller neler?

Strateji Haritası'nın inşası
- Geçmişte yapılan stratejik plan çalışmalarını nasıl bütünleştirebiliriz ?
- Odak alanlarımız ışığında mutlak başarmamız gereken Stratejik Hedeflerimizin nelerdir ?
- Sorumluluk ve sahiplenmeyi nasıl temin edebiliriz ?

Performans Programının oluşturulması
- Stratejik Hedeflerimizin başarısını nasıl ölçülebilir ve yönetilebilir kılabiliriz ?
- Her bir ölçütün rakamsal başarı seviyeleri ve bizi başarıya ulaştıracak girişim projeleri hangileridir ?
- Strateji yönetimi yapısı nasıl olmalı?

“500 milyar dolar” ihracat hedefi, rakamsal bir hedef olmanın ötesinde, büyük bir değişim iddiasını sembolize etmektedir.

Gerçekleştirilen Üst Düzey Mülakatlar

Yapılan görüşmeler ve çok paydaşlı çalıştaylarda katılımcıların ihracata yönelik görüşleri alınmıştır. Yürütülen çalıştayların temel amacı stratejinin netleştirilmesi ile odak alanların, değişim gündeminin belirlenmesidir. Söz konusu bulgular ve geri bildirimler Strateji Haritası ve Performans Programl'nın oluşturulması sırasında değerlendirilmiştir.

Gerçekleştirilen Çalıştaylar

Projenin en önemli sacayaklarından biri Liderlik Çalıştayıdır. Bu toplantıda, paydaşlarla birlikte performans yönetimi çerçevesinin önemli odaklanma noktalarının belirlenmesi ve sinerjilerin artırılması amaçlanmaktadır.

3 adet Liderlik Çalıştayı gerçekleştirilmiştir:

1) 23-24 Mayıs 2009'da Sapanca'da, ağırlıklı olarak Sanayi Sektör temsilcilerini kapsayan Liderlik Çalıştayı

2) 13 Haziran 2009'da Durusu'da, ağırlıklı olarak Tarım Sektör temsilcilerini kapsayan Liderlik Çalıştayı

3) 23 Temmuz 2009'da İstanbul'da 59 Birlik Başkanı ile Liderlik Çalıştayı

Tüm çalıştaylar Devlet Bakanı Sayın Zafer Çağlayan önderliğinde ve kamu yönetiminden 9 Müsteşar ve çeşitli üst düzey yöneticilerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Özel sektörden, üniversite ve sivil toplum kuruluşlarından hem İhracatçı Birlikleri üst yönetimleri, hem de orta-büyük ölçekli kuruluşların temsilcilerinin katılımı ile yüksek düzeyde içerik üretimi sağlanmıştır. “500 milyar dolar” ihracat hedefi, rakamsal bir hedef olmanın ötesinde, büyük bir değişim iddiasını sembolize etmektedir. Strateji yönetimi, değişim yönetimi demektir ve Türk ihracatçıları, ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmak üzere tüm gücünü topyekun seferber etmek üzere harekete geçmektedir.

BUGÜN		YARIN
▪ Reaktif, teknolojik dönüşüme ayak uyduramayan ▪ Fiyatta rekabet etmeye çalışan ▪ Üretim/Ürün Teknolojisinde dışarıya bağımlı ▪ Sanayide üretim ▪ Sadece kapasite artışına odaklanan ▪ Girdi maliyetleri yüksek, enerji kaynakları kıt ▪ Çevreye duyarsız	**Teknolojik Gelişim ve Altyapı**	▪ Vizyoner (bir adım önde) ▪ Yüksek Katma Değer elde eden ▪ ArGe yapan, Tasarım yetkinliklerini geliştirmiş, İleri teknoloji üreten ve Fikri hakları koruyan ▪ Sanayileşmiş ▪ Verimli, Üretken ve Etkin olmaya odaklanan ▪ Yenilenebilir ve alternatif enerji kaynakları geliştirmiş ▪ Çevresel unsurları fırsat ve kaldıraç olarak değerlendirmiş
▪ İmaj yönetiminde pasif ▪ Fasoncu ▪ Ürün odaklı ▪ Yerel Üretici	**Ülke Konumlaması**	▪ Aktif itibar yönetimi yapan ▪ Pazarı set eden ▪ Pazar odaklı ▪ Global markalar çıkarmış *(alarak ve yaratarak)*
▪ Önceliksiz teşvik sistemi ▪ Yapısal kısıtlamaları geçmişten taşıyan *mevzuat, bürokrasi, vergi (kayıtdışı), teşvik reformu*	**Mevzuat**	▪ Fark yaratacak alanlara odaklanmış ▪ Mevzuatta dünya standartlarını yakalamış
▪ Kısa-vadeli çözümler ▪ Operasyonel düşünce yapısı ▪ Büroksaride çok başlılık ve koordinasyon eksikliği ▪ Genç, girişimci ancak niteliksiz işgücü	**İş Yapış Şekli**	▪ Stratejik düşünce yapısı ve uzun vadeli planlar ▪ İnovasyonu içselleştirmiş (tüm süreçlerde) ▪ Paydaşlar arasında koordinasyonu en üst düzeye taşıyarak, sinerji üreten ▪ Nitelikli işgücü yetiştirmiş, dünyaya açılacak kilit yönetim yetkinliklerine sahip

Ülke seviyesindeki aşamalı dönüşüm, bugünden yarına gerçekleşmeyecek, uzun bir süreçtir.

Vizyoner Yönlenme

Ülke seviyesindeki aşamalı dönüşüm, bugünden yarına gerçekleşmeyecek, uzun bir süreçtir. Beşer yıllık üç dönemde planlanan değişim ve strateji yönetimi sürecinin ilk 5 yıllık dönemi, hızla sonuç alacağımız mevcut alanlarda payımızı büyütmek ve asıl değişimi yapacak alanlara yatırım anlamına gelmektedir.



Türkiye İhracat Strateji Uygulama Modeli, ihracatı ülke düzeyinde ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele almaktadır. Bu nedenle oluşturulan modelin üst çatısı oluşturulurken ilk yönlenme 2007-2013 yıllarını kapsayan

IX. Kalkınma Planı'na baz edilmiş, ihracatın ülke ekonomisi içindeki öneminin vurgulanmasıyla, ülke ekonomisinde hizmet ettiği önemli alanlara işaret edilmiştir. Söz konusu alanlar,

- ❑ Rekabet gücünün artırılması
- ❑ İstihdamın artırılması
- ❑ Bölgesel gelişmişliğin temin edilmesi



Proje kapsamında ihracat stratejisine yönelik yapılan ilgili çalışmalar biraraya getirilmek suretiyle, diğer paydaşların da katılımıyla strateji netleştirilme çalışması yürütülmüştür.

"Türkiye İhracat Strateji Haritası" vizyonumuzun önceliklerini ortaya koyan 18 Stratejik Hedef ve 72 Ölçüt'ten oluşmaktadır.

Türkiye'nin ihracat stratejisi çeşitli kurumların Stratejik Plan ve dokümanlarında ifade edilmiştir. Bugüne kadar başta DPT tarafından hazırlanan IX. Kalkınma Planı, Dış Ticaret Özel İhtisas Komisyon Raporu, DTM Stratejik Planı ve DTM tarafından hazırlanan İhracat Stratejik Planı olmak üzere, ihracat stratejisine yönelik çeşitli kurumlar tarafından kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Proje kapsamında ihracat stratejisine yönelik yapılan ilgili çalışmalar biraraya getirilmek suretiyle, diğer paydaşların da katılımıyla strateji netleştirilme çalışması yürütülmüştür.



1 İhracatın mal bileşeninin katma değeri yüksek ürünlerden oluşmasının sağlanması
2 İhracatın ithalata bağımlılığının sektörel ve makro bazda azaltılması
3 Yatırımcıların önündeki tüm engellerin kaldırılması ve yatırımı özendirici tedbirlerin alınması
4 Kaliteli Türk ürünlerinin müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlamasının sağlanması
5 Bürokrasinin Azaltılması ve Denetim Etkinliği'nin sağlanması
6 AB teknik mevzuatına uyum çalışmalarının tamamlanması ve AB dışı ülkelerle ticaretimizdeki teknik engellerin asgariye indirilmesi için imkanların değerlendirilmesi



1 Ülke genelinde dış ticaret kültürünü ve bilincini yaygınlaştırmak
2 Kurumsal gelişimi sürekli kılmak
3 Sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak
4 Üretimi teşvik edecek ve ekonomiye yönelik zarar ve tehditleri önleyecek ithalat politikaları geliştirmek
5 Kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlayacak politikalar geliştirmek
6 Dış ticareti kolaylaştırıcı politikalar oluşturmak, yurtdışı müteahhitlik ile teknik müşavirlik hizmetlerini geliştirmek



1 Kaliteli Türk ürünlerinin, başta hedef ülkeler olmak üzere, dış pazarlarda müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlamasını sağlamak.
2 İhracata ilişkin her türlü bilginin eşgüdüm içinde, güncel, etkileşimli ve küresel standartlara uygun olarak kullanımını sağlamak ve Türkiye'nin ihracat potansiyelinin tanıtılması için gerekli altyapıyı oluşturmak.
3 Sektörel öncelikler de dikkate alınarak, ihracatçılara uluslar arası rekabetçi fiyatlardan girdi temin etmek, üretim ve ihracat aşamasında yeterli ve etkin destek sağlayacak mekanizmaları geliştirmek.
4 İkili ve çok taraflı ticari ilişkiler kapsamında, ihracatçıların pazara giriş olanaklarını geliştirmek ve mevcut Pazar paylarını arttırmak.
5 İhracatın geliştirilmesi ve önündeki engellerin kaldırılması amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu sağlayacak yapı ve işleyişleri geliştirmek

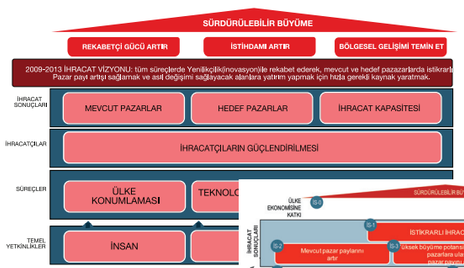
Odak alanların tanımlanmasının ardından her bir alan için öncelikleri gösteren Stratejik Hedefler belirlenmiş ve Strateji Haritası oluşturulmuştur. Performans Programı, Strateji Haritası'nda tanımlan Stratejik Hedefleri, ölçümlenebilir, dolayısıyla yönetilebilir kılmaktadır.

İhracat Strateji Uygulama Modeli genel çerçeveyi tanımlarken Strateji Haritası ve Performans Programı 2023 Vizyonunu gerçekleştirmede ilk 5 yıllık dönem olan 2009-2013 dönemine odaklanmıştır. "Türkiye İhracat Strateji Haritası" vizyonumuzun önceliklerini ortaya koyan 18 Stratejik Hedef ve 72 Ölçüt'ten oluşmaktadır.

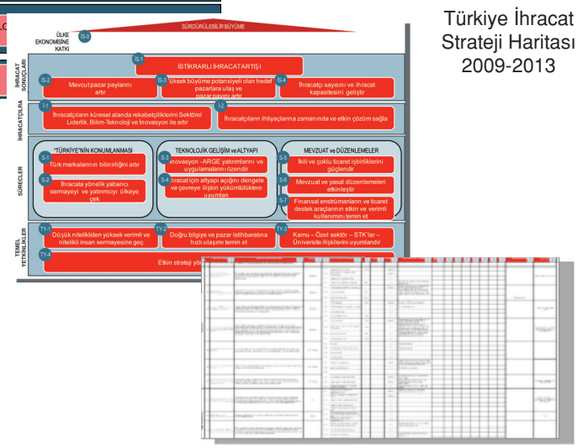
Ekonomik Kalkınma'nın bir unsuru olarak İhracat Stratejisi

Çıktılar: Ulaşılması hedeflenen Stratejik Hedefler

Sürükleyiciler: Amaçlanan çıktılara ulaşmamızı sağlayacak önceliklerimizi gösteren Stratejik Hedefler



Türkiye İhracat Strateji Uygulama Modeli



Türkiye İhracat Strateji Haritası 2009-2013

Performans Programı

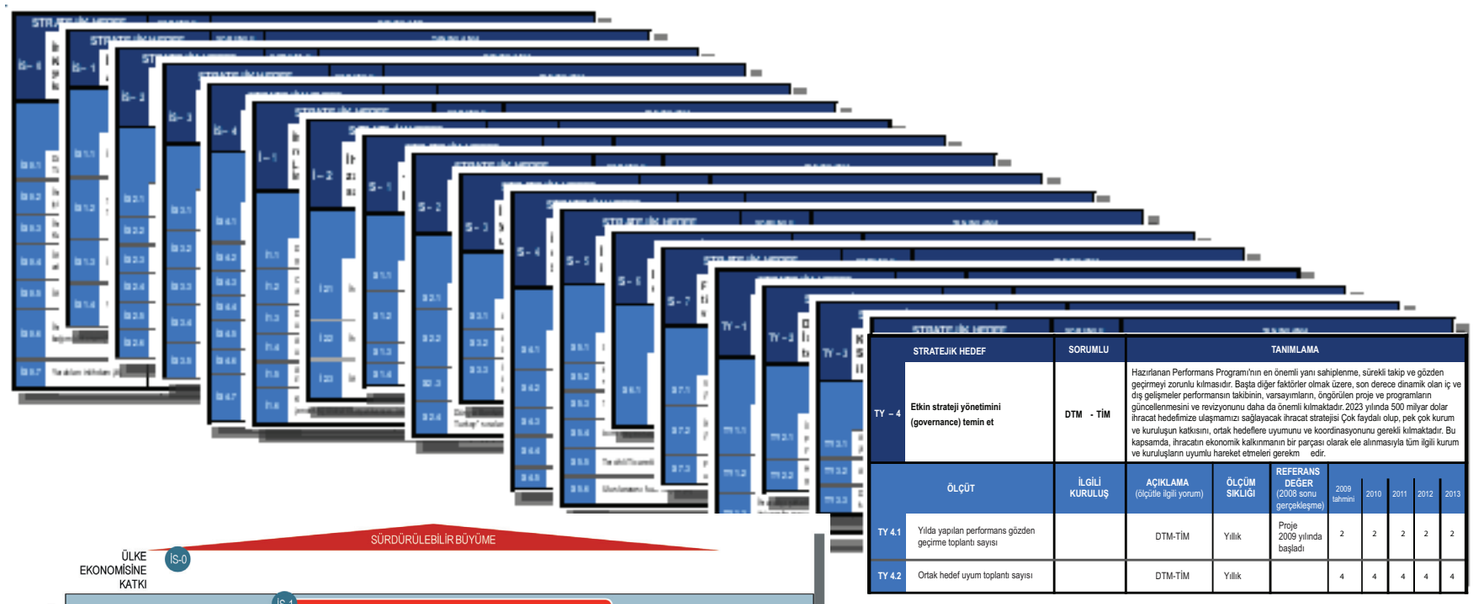
Haritadaki her bir ifade Stratejik Hedeflerimizi göstermektedir.

18 stratejik hedef tanımları yapılmış, sorumlular ve ilgili kuruluşlar belirlenmiş ve her ölçütün 2009-2010-2011-2012-2013 rakamsal başarı seviyeleri belirlenmiştir.

Haritadaki her bir ifade Stratejik Hedeflerimizi göstermektedir. Haritadaki Stratejik Hedefler, İhracat Sonuçları, İhracatçılar, Süreçler ve Temel Yetkinlikler olmak üzere dört perspektifte yapılandırılmıştır.

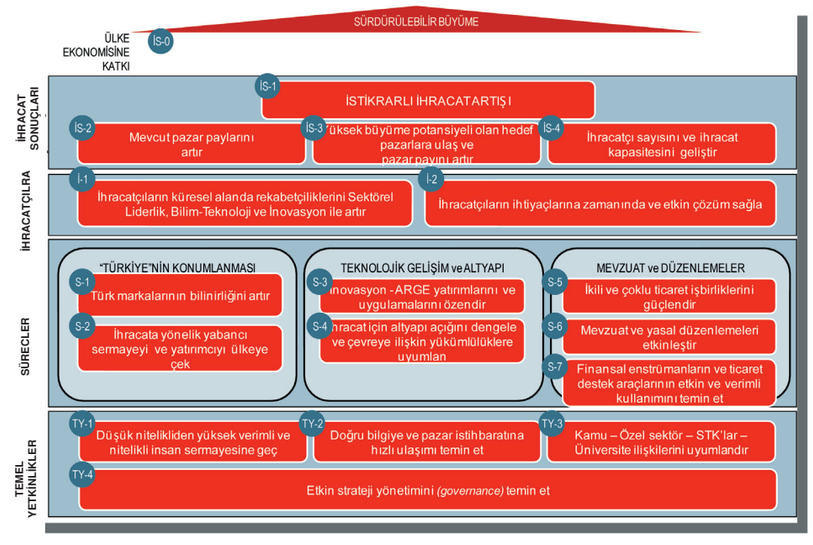
Sebep sonuç ilişkisine göre ihracat sonuçlarına ulaşabilmek için ihracatçıların küresel arenada güçlendirilmesi hedeflenmektedir. İhracatçıları küresel alanda güçlendirebilmek ve hedeflenen ihracat sonuçlarına ulaşabilmek için odaklanılması gereken kritik süreçlerin iyileştirilmesi ve insan sermayesi, bilgi sermayesi ve organizasyonel sermayenin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Strateji Haritası'nın kurgusu yukarıdan aşağı doğru yapılırken, gerçekleşme aşağıdan yukarıya doğru oluşur.

18 stratejik hedef tanımları yapılmış, sorumlular ve ilgili kuruluşlar belirlenmiş ve her ölçütün 2009-2010-2011-2012-2013 rakamsal başarı seviyeleri belirlenmiştir.



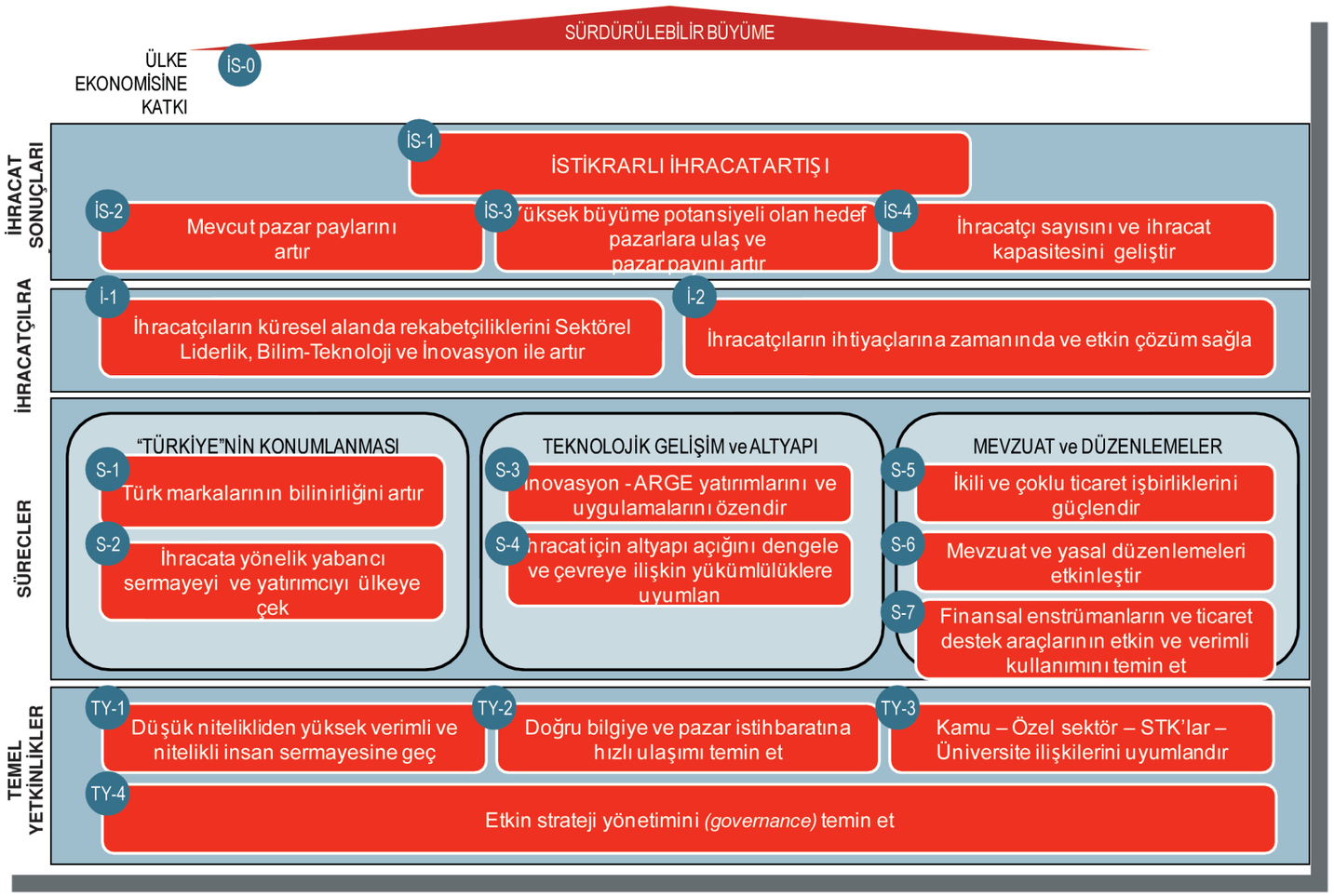
	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
TY – 4	Etkin strateji yönetimini (governance) temin et	DTM - TİM	Hazırlanan Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta diğer faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli kılmaktadır. 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefimize ulaşmamızı sağlayacak ihracat stratejisi Çok faydalı olup, pek çok kurum ve kuruluşun katkısını, ortak hedeflere uyumunu ve koordinasyonunu gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda, ihracatın ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmasıyla tüm ilgili kurum ve kuruluşların uyumlu hareket etmeleri gerekm edir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	2009 tahmini	2010	2011	2012	2013
TY 4.1	Yılda yapılan performans gözden geçirme toplantı sayısı		DTM-TİM	Yıllık	Proje 2009 yılında başladı	2	2	2	2	2
TY 4.2	Ortak hedef uyum toplantı sayısı		DTM-TİM	Yıllık		4	4	4	4	4



Türkiye İhracat Strateji Haritası (2009-2013)

18 stratejik hedef



İhracat sonuçları perspektifinde yer alan 7 temel ölçüt ve başarı seviyeleri

Ölçüt	2009	2013	2018	2023
Dünya ekonomileri içinde Türkiye'nin sıralaması (#)	17	15	12	10
İhracatın toplam GSYH içindeki payı (%)	%16.5	%17.5	%22	%25
İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)	%72.5	%65	%75	%80
İthalat (milyar $)	140 milyar $	245 milyar $	378 milyar $	625 milyar $
İhracat (milyar $)	102 milyar $	160 milyar $	284 milyar $	500 milyar $
Yıllık ihracat artış oranı (%)	-%22,6	%11,5	%12.0	%12.0
Toplam dünya ihracatında Türkiye'nin payı (%)	%0.84	% 1	%1.15	%1.5

Performans Çerçevesi (Stratejik Hedefler – Ölçütler – İlgili Kuruluşlar)

18 stratejik hedef ve 72 ölçüt

Perspektif	Stratejik Hedef	Ölçüt		İlgili Kuruluş
İhracat Sonuçları	İS – 0 İhracatın Ekonomik Kalkınma içindeki yeri ve Ekonomiye katma değer	İS-0.1 İS-0.2 İS-0.3 İS-0.4 İS-0.5 İS-0.6	Dünya ekonomileri içinde Türkiye'nin sıralaması İhracatın toplam GSYH içindeki payı (%) İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%) İthalat artış oranı ihracat artış oranı ilişkisi (%) İthalat (Milyar $) İhracatın ithalata bağımlılık oranı (%)	DTM
	İS – 1 İstikrarlı ihracat artışı sağla	İS-1.1 İS-1.2 İS-1.3 İS-1.4	İhracat gelirleri (Milyar $) Toplam Dünya İhracatında Türkiye'nin Payı (%) İhracat miktarı (endeks) Yıllık ihracat artış oranı (%)	DTM ve TİM
	İS – 2 Mevcut pazar paylarını artır	İS-2.1 İS-2.2 İS-2.3 İS-2.4 İS-2.5 İS-2.6	Mevcut pazarlardaki pazar payı - ilk 40 ülke (%) 1-5 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#) 5-10 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#) 10-25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#) >25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#) İhracat içinde İşlenmiş Tarım'ın payı (%)	
	İS – 3 Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve pazar payını artır	İS-3.1 İS-3.2 İS-3.3 İS-3.4 İS-3.5	Hedef pazarlardaki pazar payı - ilk 20 ülke (%) 1-5 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı (#) 5-10 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı (#) 10-25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#) > 25 milyar $ ihracat yapılan ülke sayısı (#)	
	İS – 4 İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir	İS-4.1 İS-4.2 İS-4.3 İS-4.4 İS-4.5 İS-4.6	Yeni (ilave) ihracatçı sayısı (#) 1 milyar $'ın üzerinde ihracat yapan firma sayısı (#) 1-5 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#) 5-10 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#) 10-25 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#) >25 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#)	
İhracatçılar	İ – 1 İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ile artır	İ-1.1 İ-1.2 İ-1.3 İ-1.4 İ-1.5 İ-1.6	Dünyada en çok ihraç edilen 25 ürün grubu içinde Türkiye'nin sıralaması Yüksek teknolojinin toplam ihracat içindeki payı (%) Dünya ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı (#) Avrupa ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı (#) Avrupa İnovasyon sıralaması (endeks) European Innovation Scoreboard Küresel Rekabetçilik sıralaması (endeks) Global Competitiveness Index	DTM ve TİM
	İ -2 İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla	İ-2.1 İ-2.2 İ-2.3	İhracatçı memnuniyeti (endeks) İhracat gerçekleşme zamanı İthalat gerçekleşme zamanı	DTM ve TİM

Performans Çerçevesi (Stratejik Hedefler – Ölçütler – İlgili Kuruluşlar)

18 stratejik hedef ve 72 ölçüt

Perspektif			Stratejik Hedef	Ölçüt	İlgili Kuruluş
Süreçler	Türkiye'nin Konumlanması	S – 1	Türk markalarının bilinirliğini artır	S-1.1 Hedef pazarlarda Türk markaları algılaması (endeks) S-1.2 Ulusal Marka sıralaması (endeks) Nation Brands Index S-1.3 Perakende network sayısı (#) S-1.4 Toptancı network sayısı (#)	DTM
		S – 2	İhracata yönelik yabancı sermayeyi ve yatırımcıyı ülkeye çek	S-2.1 İhracata yönelik DYY girişi (Milyar $) S-2.2 Dünya toplam DYY hareketleri içinde Türkiye'nin payı (%) S-2.3 Küresel Yatırım Promosyon Kıyaslaması (endeks) S-2.4 Dünya Bankası "Doing Business in Turkey" Türkiye'nin iş yapış kolaylığına öre sıralaması (endeks)	Hazine, Yabancı Sermeye Genel Mdrl. Yatırım Ajansı, YASED
	Teknolojik Gelişim ve Altyapı	S – 3	İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir	S3-1 ARGE harcamaları S3-2 ARGE harcamalarının toplam GSYH'ye oranı S3-3 Özel sektör tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının toplam Ar-Ge harcamalarına oranı	Sanayi Bakanlığı, TÜBİTAK TTGV, KOSGEB
		S – 4	İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumlan	S4-1 Lojistik maliyetleri S4-2 Gerekli altyapının temini (yatırımlar, kapasite, fiyat ve kalite) S4-3 Elektrik enerjisi kurulu gücünün yeterliliği S4-4 Çevre ile ilgili yatırımlar	UND, DPT Sanayi Bakanlığı Ulaştırma Bakanlığı Enerji Bakanlığı Çevre Bakanlığı
	Mevzuat ve Düzenlemeler	S – 5	İkili ve çoklu ticaret işbirliklerini güçlendir	S-5.1 STA sayısı (#) S-5.2 Karma Ekonomik Komisyon (KEK) sayısı (#) S-5.3 Ticari Heyet sayısı (#) S-5.4 Alım Heyeti sayısı (#) S-5.5 Tercihli Ticaret Anlaşması sayısı (#) S-5.6 Ulusal ve uluslararası fuar sayısı (#)	DTM ve TİM
		S – 6	Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir	S-6.1 Ticarete ilişkin engeller sayısı (#)	DTM ve TİM
		S – 7	Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et	S7-1 Verilen desteğin ihracat hacmine oranı S7-2 İhracat kredisinin ihracat hacmine oranı S7-3 Finansal enstrümanlar - En iyi uygulama örnekleri ile kıyaslama	DTM, Hazine – Gelir İdaresi Eximbank, Bankalar Birliği Merkez Bankası, KOSGEB
Temel Yetkinlikler		TY – 1	Düşük nitelikliden yüksek verimli ve nitelikli insan sermayesine geç	TY1-1 İhracatçıların eğitim programlarına (pazarlama,dil) katılımı TY1-2 Özel sektör tarafından istihdam edilen tam zaman eşdeğer ARGE personeli sayısı TY1-3 İhracatçı şirketlerin yüksek okul ve üniversite mezunu sayısı	İGEME, KOSGEB Milli Eğitim Bakanlığı TOBB
		TY – 2	Doğru bilgiye ve pazar İstihbaratına hızlı ulaşımı temin et	TY-2.1 İleri teknoloji sektörü ve yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara yönelik yeni rapor sayısı (#) TY-2.2 Hedef sektör ve pazar raporlarının güncellenme sıklığı (#)	İGEME
		TY – 3	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	TY-3.1 AB fonlarından yararlanan proje sayısı (#) TY-3.2 AB fonlarının kullanım oranı (%) TY-3.3 Dünya Bankası fonları kullanım oranı (%)	ABGS, Dünya Bankası Hazine
		TY – 4	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	TY4-1 Yılda yapılan performans gözden geçirme toplantısı sayısı TY4-2 Ortak hedef uyum toplantı sayısı	DTM ve TİM

Projenin 2. adımının amacı, ülke ölçeğinde yapılan 2023 İhracat Stratejisini sektörler düzeyine yansıtmaktır.

5) İkinci Adım – Sektör ölçeğinde Strateji ve Performans Yönetimi Çerçevesi

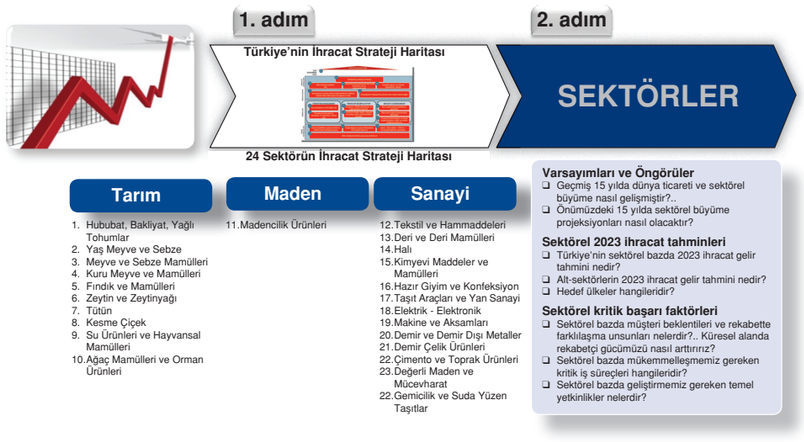
İkinci adım olarak Ekim 2009 - Mart 2010 tarihleri arasında, "2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılım Projesi" ağırlıklı özel sektör olmak üzere, kamu ve özel sektörü temsilen pekçok kurum, kuruluş ve düşünce önderlerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

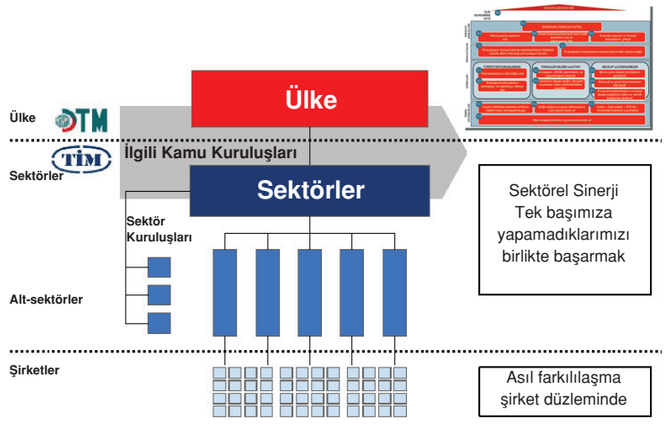
- ❏ Sektörel düzlemde yürütülen çalışma, şu soruların yanıtlarını bulmaya çalışmıştır:
- ❏ Uzun vadeli ulaşılmak istenen ihracat sonuçları nedir? (Sektör genelinde ve Alt-sektörler bazında)
- ❏ Sektör genelinde öncelikli / hedef pazarlar hangileridir?
- ❏ Başarı için gerekli kritik faktörler nelerdir?

Sektörlerin, 2023 büyüklüğü ile ilgili kritik başarı faktörlerini belirlemek ve Yol Haritası oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen Çalıştaylar proje sürecinin en önemli halkalarından biridir.

24 sektörün stratejik öncelikleri ve ölçütlerinin belirlendiği proje, son derece zorlu bir iş planı ile gerçekleştirilmiştir. Çalıştaylar, 13 ana sektör gruplamasına göre organize edilmiştir. 24. sektör olarak "Gemi ve Suda Yüzen Taşıtlar", Ağaç-Orman sektörü ile birlikte çalışılmış, ihracat büyüklüğü proje sonunda ayrıca raporlanmıştır.

Projenin temel çıktısı sektörlerin stratejik hedeflerini gösteren, Sektör Strateji Haritası ve Performans Göstergeleri (Ölçütler)'dir.



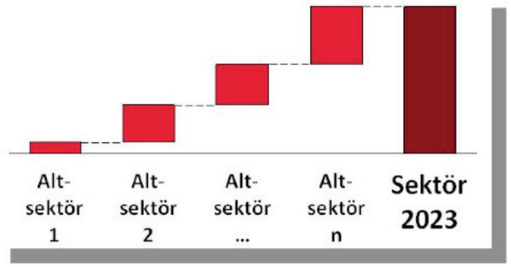


Sektör Liderlik ekipleri ihracat gelir hedeflerini, sektör alt kırılımlarını da dikkate alarak, dünya ilgili sektör pazar payı öngörüsü çerçevesinde ortaya koymuştur.

Çalışmada kullanılan tüm veriler uluslararası standartlara uyum sağlanması ve pazar paylarının ortaya konabilmesi için SITC'ye (Standard International Trade Classification) baz edilmiştir.

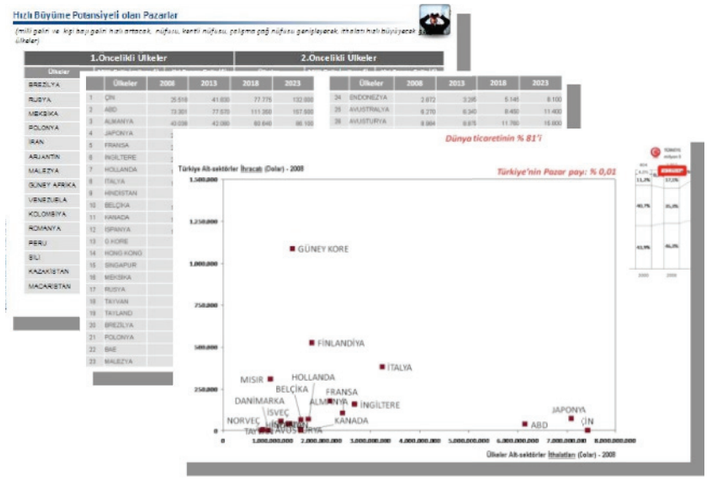
2023 yılı ihracat öngörüsünün belirlenmesinde, Türkiye'nin sektörel bazda dünya ticaretinden aldığı pay üzerinden değerlendirme yürütülmüştür (artan / durağan / düşen pay skalası). Sektör Liderlik ekipleri ihracat gelir hedeflerini, sektör alt kırılımlarını da dikkate alarak, dünya ilgili sektör pazar payı öngörüsü çerçevesinde ortaya koymuştur.

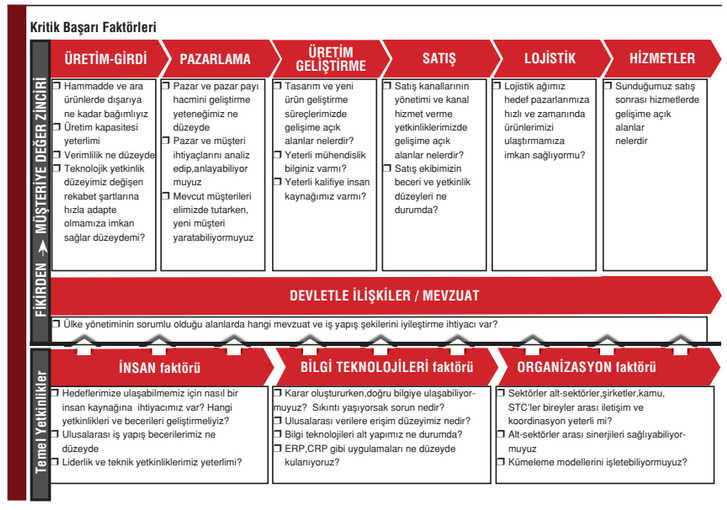




Hedef pazarların belirlenmesinde hızlı büyüme potansiyeli olan ülkeler, yakın ve komşu ülke pazarlarına ilişkin veriler çalıştay katılımcıları ile paylaşılmıştır. Seçili 45 ülke bazında 2013 – 2018 – 2023 sektöre ithalat öngörüleri irdelenmiştir. Hedef ihraç pazarlarının belirlenmesinde alt kırılımlar bazında Türkiye'nin ihracatı ve dünya ithalatlarından faydalanılmıştır. Bu bilgiler ışığında hedef pazarlar Sekör Liderlik ekiplerince tanımlanmıştır.

İhracat öngörüsüne ulaşılmasını sağlayacak kritik başarı faktörlerinin belirlenmesi amacıyla, aşağıdaki başlıklar altında irdelenmiştir.





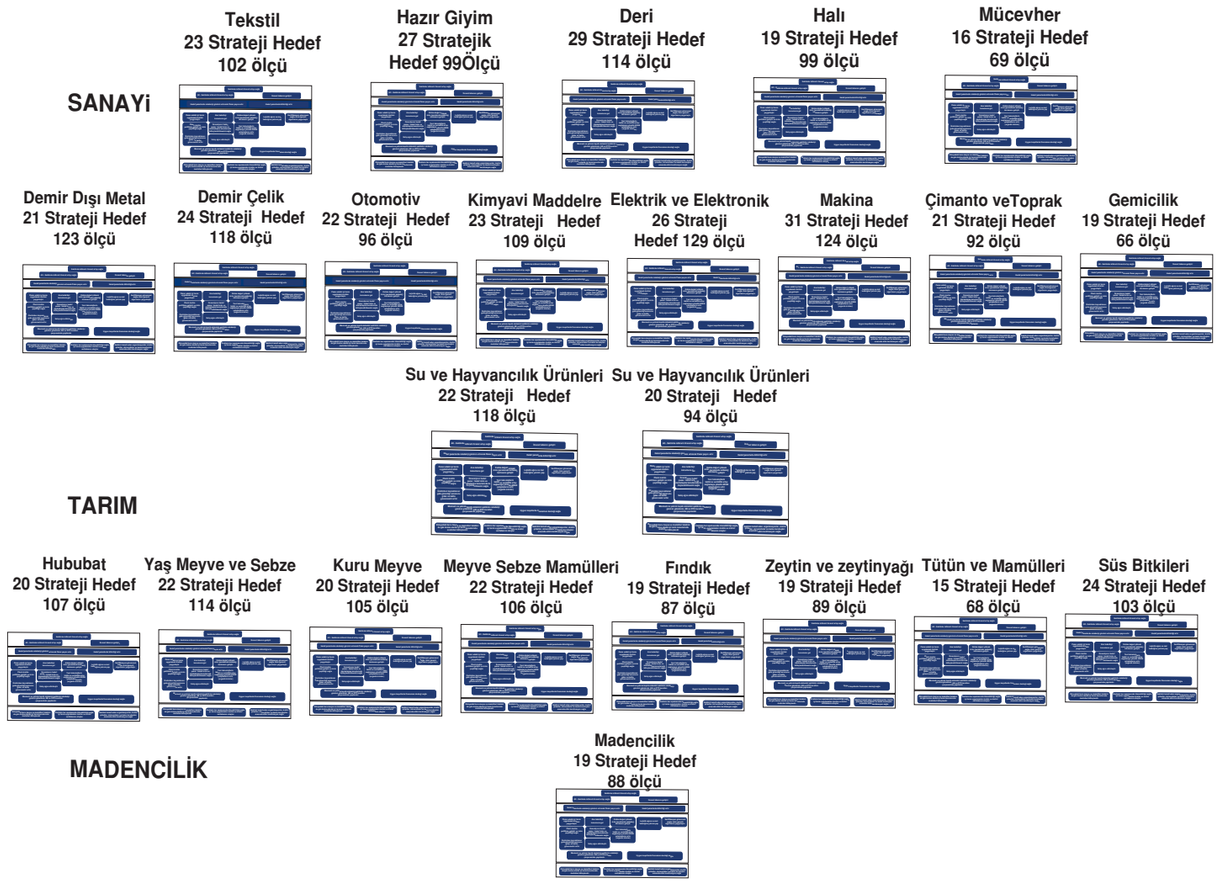
Stratejik Hipotez;

"İhracat Sonuçları", "Pazar Dinamikleri" ve "Kritik Başarı Faktörleri" olmak üzere üç temel perpektifte yapısallaştırılmıştır.

Bu çalışmalar sonucunda stratejik hipotez, "İhracat Sonuçları", "Pazar Dinamikleri" ve "Kritik Başarı Faktörleri" olmak üzere üç temel perpektifte yapısallaştırılmıştır.

Sektörel düşünce önderlerini biraraya getiren Çalıştay'da, geçmiş dönemde başarıyı sağlayan unsurlar ve güncel zorluk alanları değerlendirildi. Sıfırdan bir strateji geliştirme gayreti yerine, mevcut bilgi birikimi, deneyimler ve geçmiş çalışmalar (stratejik plan / rapor, arama konferansı, vb…) ışığında stratejik yönlenme gözden geçirildi ve Yol Haritası netleştirilmeye çalışıldı. Bu kapsamda, çalışma dahilinde gözden geçirilen dokümanlardan referanslara raporda yer verilmiştir.



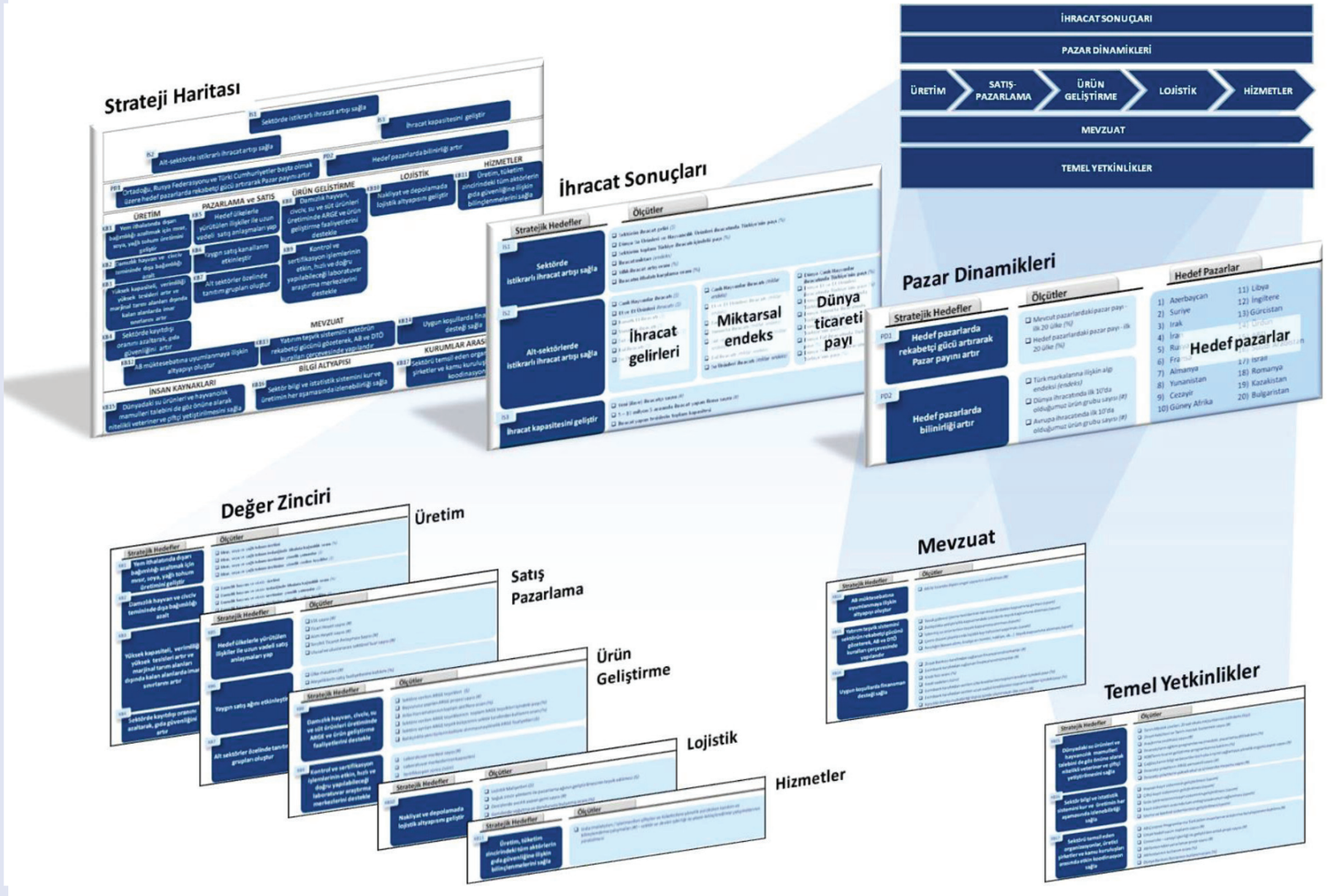


Her bir sektör için

Strateji Haritası ve Başarı Ölçütleri belirlenmiştir.

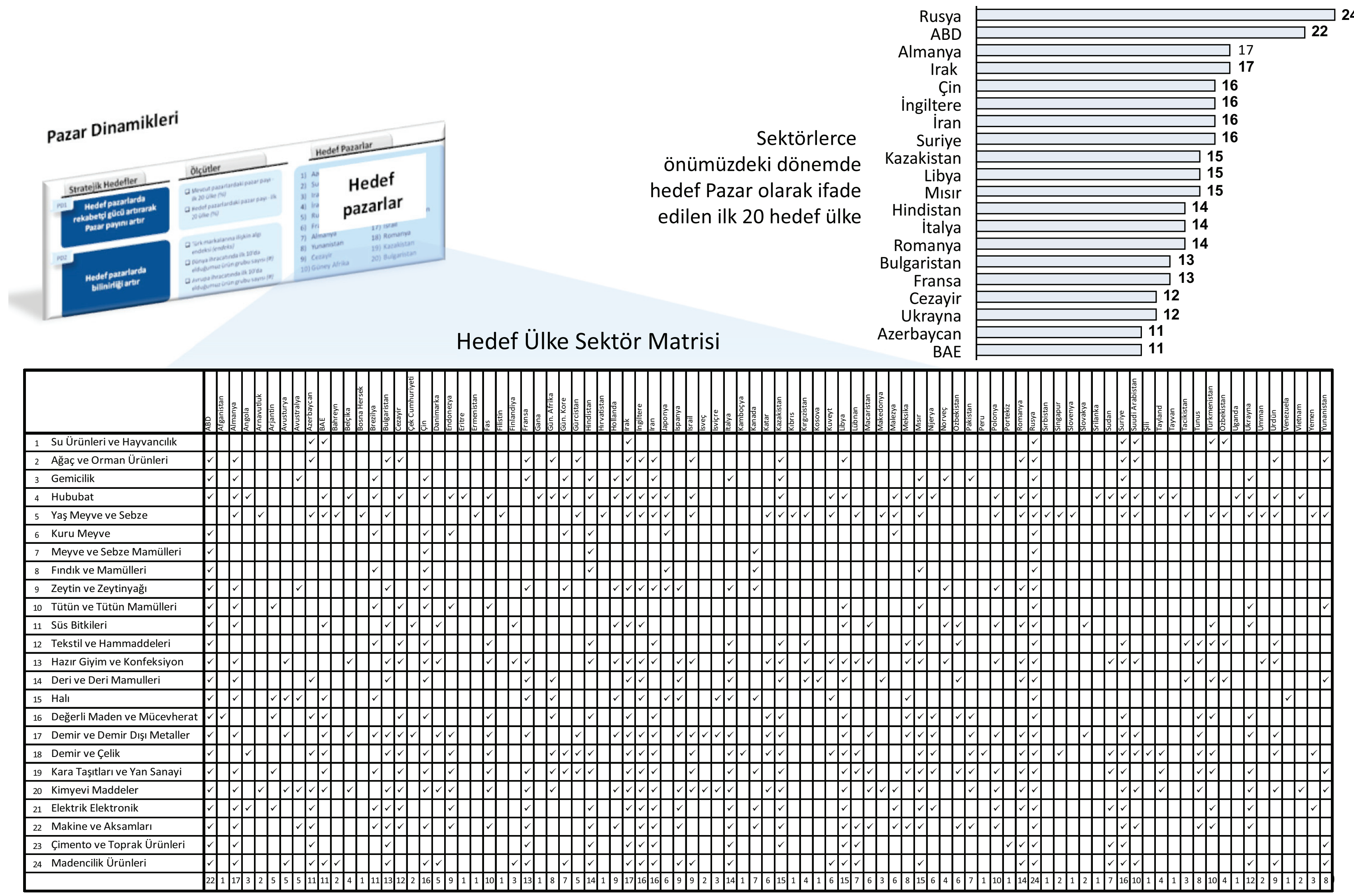
İkinci adım'ın temel çıktıları 24 sektörün Strateji Haritası ve Performans Ölçütleri'dir.

24 sektörün Strateji Haritası ve Performans Programı Çerçevesi (stratejik hedefler ve ölçütler)



Hedef ülkeler Sektör Liderlik ekipleri tarafından tanımlanmış, sektörlerle ülkelerin eşleştirilmesiyle Hedef Ülke – Sektör matrisi oluşturulmuştur.

Her sektör tarafından belirlenen hedef pazarların sektörlerle eşleştirilmesiyle Sektör-Hedef ülke matrisi oluşturulmuştur.



24 sektörel rapor

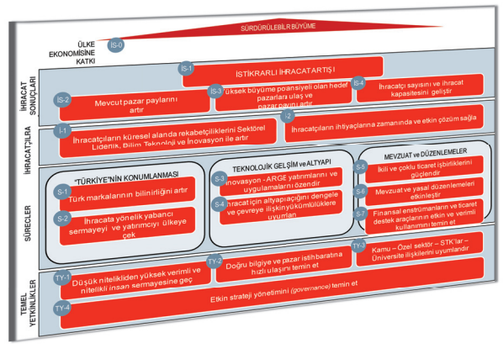
- Strateji Haritası
- Sektör İhracat Gelir Hedefi
- Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri
- Temel Göstergeler
- Hedef Pazarlar
- Değişim Gündemi
- Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Her bir sektör için 150-200 sayfalık detaylı Proje Raporları hazırlanmıştır. Bu bölümde sektörlerin başlıca büyüme dinamikleri, değişim gündemleri ve stratejik önceliklerinden oluşan kilit çıktılarından alıntılar yapılmıştır. Söz konusu öncelikler gerçekleştiği taktirde Sektör Liderlik ekipleri tarafından gerçekleşmesi öngörülen sektör ve alt sektörler ihracat gelir hedefleri de kilit çıktılar arasında yer almaktadır.



Projenin 2.adımının tamamlanmasının ardından ülke nezdindeki İhracat Performans Programı ile "Makro bütünleme" gerçekleştirilmiş, sektörlerin ihracat toplamı ile 2023 ihracat öngörüsü netleştirilmiştir.

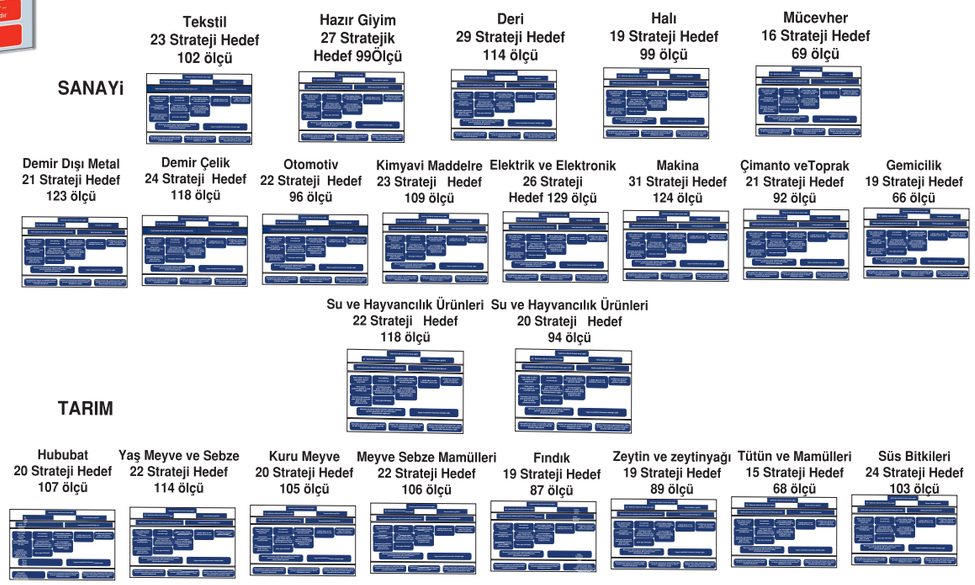
Birinci adımda ülke ölçeğinde çalışılırken, 500 Milyar $ hedefinden hareket alınmıştır. Sektörlerde ise, 500 Milyar $ rakamından bağımsız olarak ayrı ayrı yürütülen çalışmalarda, Lidelik Ekipleri sektörlerin 2023 ihracat iddialarını ve Kritik Başarı Faktörlerini belirlemişlerdir.



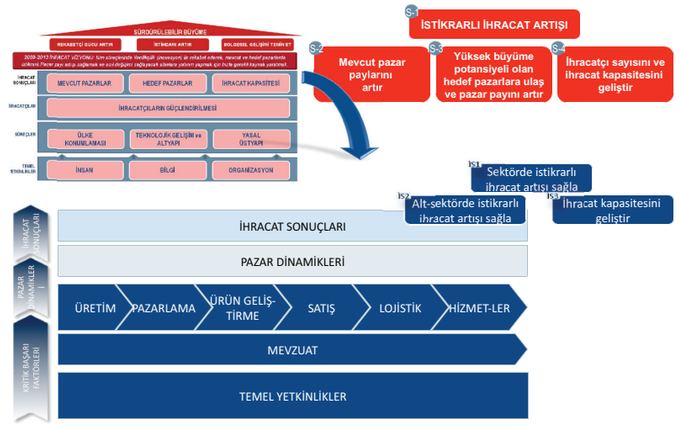
"2023'te 500 Milyar $ ihracat" sloganından hareket alındı.

Ülke ölçeğinde strateji yönetimi çerçevesi ve performans programı inşa edildi

500 Milyar $ rakamında bağımsız olarak, 23 sektörle ayrı ayrı yürütülen çalışmalarda, Liderlik Ekipleri sektörlerin 2023 ihracat iddialarını ve kritik Başarı Faktörlerini belirlediler

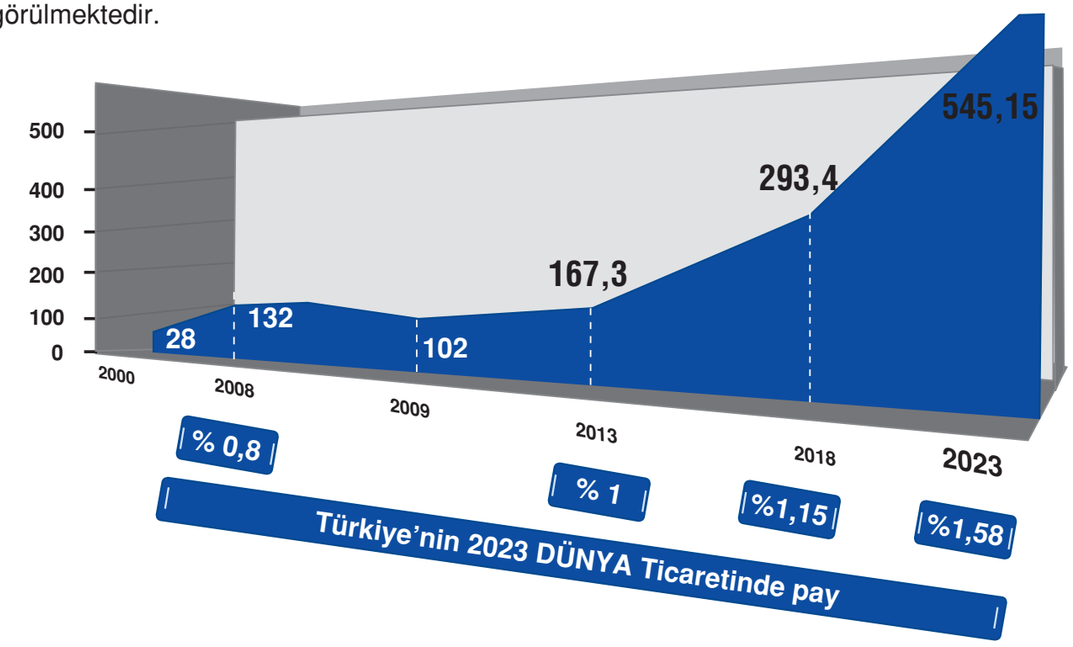


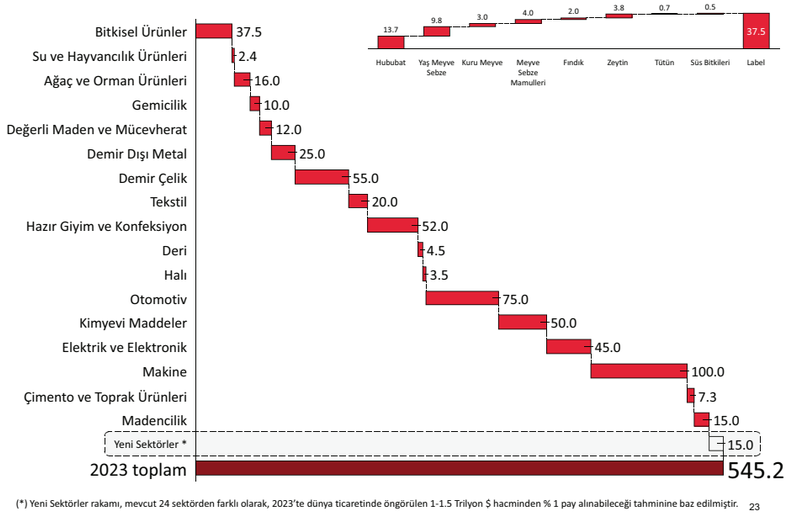
Ülke düzleminden sektörler düzlemine ihracat sonuçlarının yayılımı kapsamında, "İhracat Sonuçları" stratejik hedefleri makro bütünlemeye imkan vermesi açısından her sektörde aynı korunmuştur. Burda temel hedef sektörde istikrarlı ihracat artışı sağlarken, alt sektörlerde de ihracatı istikrarı bir şekilde artırmak ve ihracat kapasitesini, ihracat tabanını genişletmektedir.



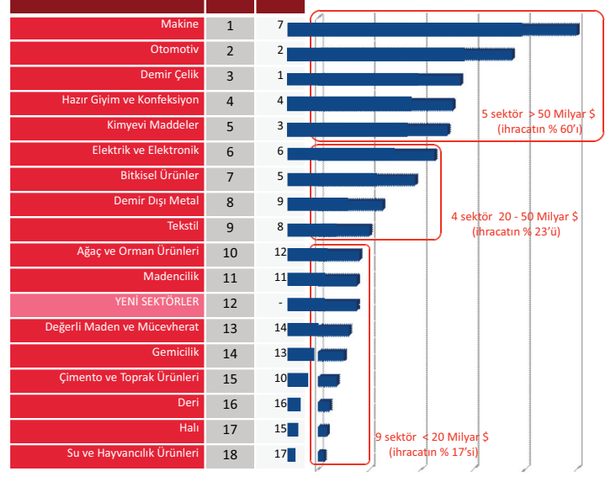
Yeni Sektörler rakamı, mevcut 24 sektörden farklı olarak, 2023'te dünya ticaretinde öngörülen 1-1.5 Trilyon $ hacminden % 1 pay alınabileceği tahminine baz edilmiştir.

Sektörlerin liderlik ekiplerinin ayrı ayrı belirledikleri 2023 ihracat büyüklükleri toplamı ve Yeni Sektörler tahmini ile birilkte, Türkiye'nin 2023 ihracat büyüklüğü 500 Milyar $'ın üzerine çıkacağı ve 545 Milyar $ mertebesinde gerçekleşeceği öngörülmektedir.





SEKTÖRLER	2023	2008
Makine	1	7
Otomotiv	2	2
Demir Çelik	3	1
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	4	4
Kimyevi Maddeler	5	3
Elektrik ve Elektronik	6	6
Bitkisel Ürünler	7	5
Demir Dışı Metal	8	9
Tekstil	9	8
Ağaç ve Orman Ürünleri	10	12
Madencilik	11	11
YENİ SEKTÖRLER	12	-
Değerli Maden ve Mücevherat	13	14
Gemicilik	14	13
Çimento ve Toprak Ürünleri	15	10
Deri	16	16
Halı	17	15
Su ve Hayvancılık Ürünleri	18	17



(*) Yeni Sektörler rakamı, mevcut 24 sektörden farklı olarak, 2023'te dünya ticaretinde öngörülen 1-1.5 Trilyon $ hacminden % 1 pay alınabileceği tahminine baz edilmiştir.

Hazırlanan Strateji Haritası ve Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta dış faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli kılmaktadır.

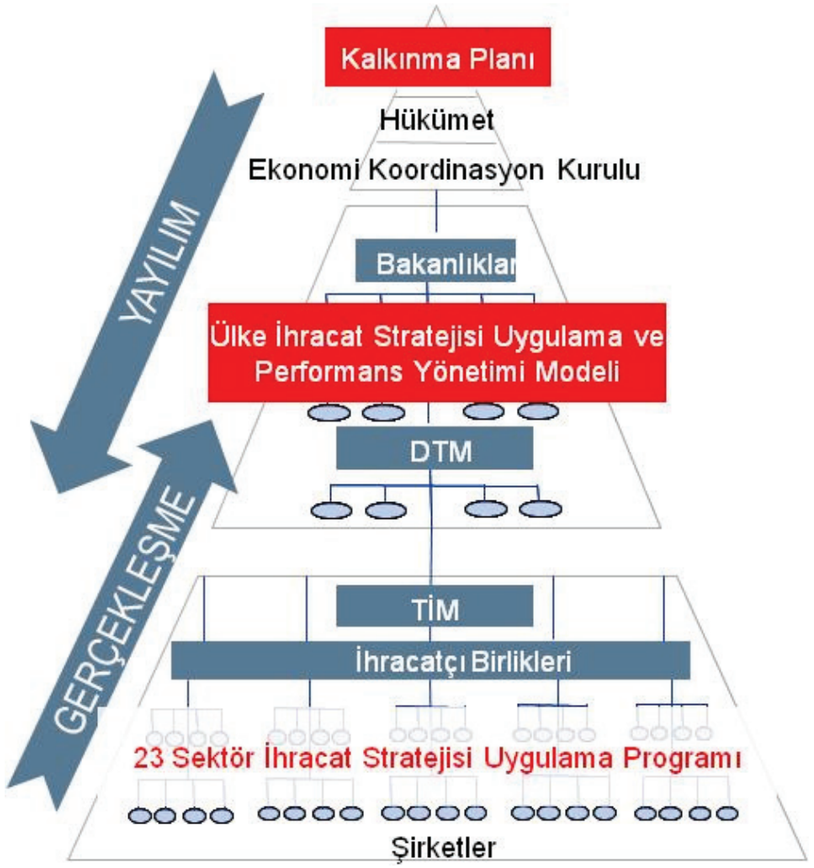
Strateji Haritası'nın oluşturulmasında ve sürekliliğinin sağlanmasında en önemli faktör Liderlik'tir. Ülke ölçeğindeki Strateji Haritası'nın sahibi, dikey ve yatay uyumlanmayı temin edecek olan Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanlığı'dır. Sektör düzleminde, liderlik ve sahiplenme sektör yönetimindedir. Strateji Haritası'nın sahibi sektör Liderlik Ekipleri'dir.

Stratejinin yönetimi, birimlerin yönetiminden farklıdır:

- Geleneksel yönetim, organizasyon şeması içinde kapalı alanlar oluşturur.
- Strateji yönetimi için, birimler ve kurumlar arası çapraz işleyiş gereklidir.
- Strateji Ofisi olarak adlandırılan ekibin temel görev ve sorumlulukları sürecin sahibi olarak stratejinin koordinasyonu ve strateji süreçlerinin yönetimidir.

Bu kapsamda; hazırlanan Strateji Haritalarının ve Performans Programları'nın değişen şartlar ve dinamikler doğrultusunda güncelliğini garanti altına alacak, gerekli koordinasyon ve uyumlanmayı sağlayacak TİM bünyesinde Strateji Ofisi oluşturulmuştur. Söz konusu ekip DTM ile koordinasyon içinde ilgili kamu kuruluşları, özel sektör ve diğer paydaşlar ile ülke ölçeğindeki Strateji Haritası ve Performans Programı'na ilişkin çalışmaları yürütecektir.

Birlik ArGe şubeleri projenin başlangıcından bu yana tüm süreçte yer alarak önemli katkı sağlamışlardır. Performans Yönetimi'nin hayata geçirilmesinde ArGe şubeleri TİM Strateji Ofisi'nin koordinasyonu ile sektörel boyutta çalışmaları yürüteceklerdir.



- Sunuş yazısı
- Yönetici Özeti
- Proje Raporu

1. Projenin Amacı
2. Metodolojik Yaklaşım
3. Tendler ve Öngörüler
4. 1. Adım – Ülke ölçeğinde Makro İhracat Strateji ve Performans Yönetimi Çerçevesi
5. 2. Adım – Sektör ölçeğinde Strateji ve Performans Yönetimi Çerçevesi
6. Yeni Sektörler
7. Makro Bütünleme
8. Stratejinin Yönetişimi Süreçleri



Projenin Amacı



- Dış Ticaret stratejisi
- İhracat amaçlı üretim stratejisi
- Girdi tedarik stratejisi
- İhracat koçluğu
- Ülke masaları

- Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 ekonomisi içinde yer alabilmesini desteklemek
- IX. Kalkınma Planı'nda tanımlanan Türkiye Vizyonu'na rekabet gücü, istihdam ve bölgesel gelişim açısından katkıda bulunmak
- 500 Milyar $'ın üzerinde ihracat geliri elde etmek

- Özellikle son 10 yılda ihracatımızı istikrarlı şekilde artırarak birlikte çok önemli başarılara imza attık. Bugün ulaştığımız noktada "Sürdürülebilir Büyüme"yi temin edebilmek ve İhracatçılarımızın küresel piyasada rekabetçiliklerinin artırılması için stratejik odaklanma, uyumlanma ve koordinasyona ihtiyaç duyulmaktadır.
- Değişimi Gerçekleştirmek, Geleceği Tasarlamaktır" vizyonu ile Türkiye'nin iktisadi kalkınmasına öncülük eden Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) liderliğinde ve Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) ile eşgüdüm içinde, 2023 İhracat Atılımı'nı proaktif ve dinamik bir şekilde yönetmek üzere, geniş kapsamlı bir proje yaklaşımı benimsenmiştir.
- Proje iki adımlı olarak gerçekleştirilmiştir. Projenin temel amacı Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak bütünsel bir "Stratejinin Uygulamaya Aktarılması" çerçevesini oluşturmaktır. Bu kapsamda ilk olarak stratejik yönlenmenin netleştirilmesi için mevcut çalışmalar derlenmiş, geniş katılımlı çalıştaylar yürütülmüştür. 18 stratejik hedef ve 72 ölçütten oluşan 2009-2013 Türkiye İhracatı Strateji Haritası ve Performans Programı oluşturulmuştur.
- Hazırlanan Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta dış faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli bir noktaya taşımaktadır.
- İkinci adımda, ülke nezdindeki çalışmalar sektörel boyuta aktarılmış, 2023 ihracat hedefine ulaşabilmek için sektörel bazda hangi kritik başarı faktörlerine ihtiyaç duyulduğu belirlenmiş, sektörel bazda 24 Strateji Haritası ve Başarı Ölçütleri oluşturulmuştur. Sektörlerin 2023 ihracat öngörüleri alt sektör kırılımları ile Sektör Liderlik ekipleri tarafından ortaya konmuştur.

Projenin Amacı – 1. adım

Türkiye'nin ihracat atılımında başarıyı sağlayacak bütünsel bir "stratejinin uygulamaya aktarılması" çerçevesi oluşturmak

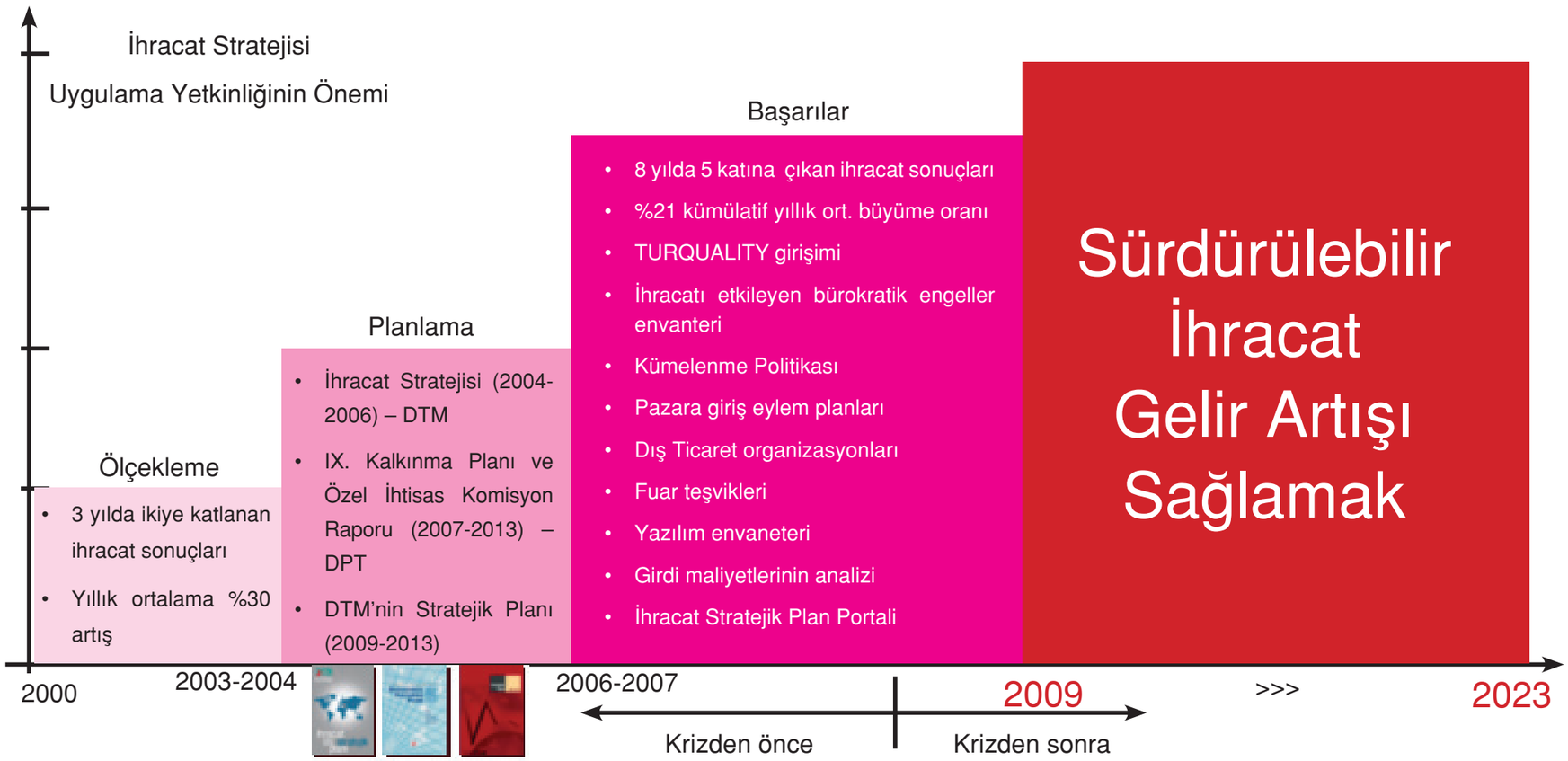
Stratejik Yönlenmenin Netleştirilmesi	2009-2013 için Strateji Haritası ve Performans Programı	Stratejinin Yönetimi

Projenin Amacı – 2.adım

Sektörel bazda 2023 İhracat öngörüleri ve oraya ulaştıracak oyun planının tanımlanması (ana sektör gruplamaları altında)

Sektörel düşünce önderleri ile Çalıştaylar	Sektörel bazlı Strateji Haritası ve Performans Ölçütleri	Makro Bütünleme

❑ 2000 yılından bu yana ihracatımızı düzenli olarak artırarak birlikte çok önemli bir başarıya imza attık. Bugün ulaştığımız noktada Sürdürülebilir Büyüme ve İhracatçılarımızın küresel piyasada rekabetçiliklerinin artırılması için uyumlanma ve koordinasyona ihtiyacımız vardır.



Sürdürülebilir ihracat artışı için uyumlanma ve koordinasyona ihtiyacımız var.

❑ 2023 ihracat hedefine ulaşılmak için hangi politikalara, paydaşlara, süreçlere ve yetkinliklere ihtiyacımız olduğunu ortaya çıkarmayı hedefleyen proje 2 adımlı yürütülmüştür.



Bu hedefe ulaşmak için, hangi politikalara, paydaşlara, süreçlere ve yetkinliklere ihtiyacımız var ?

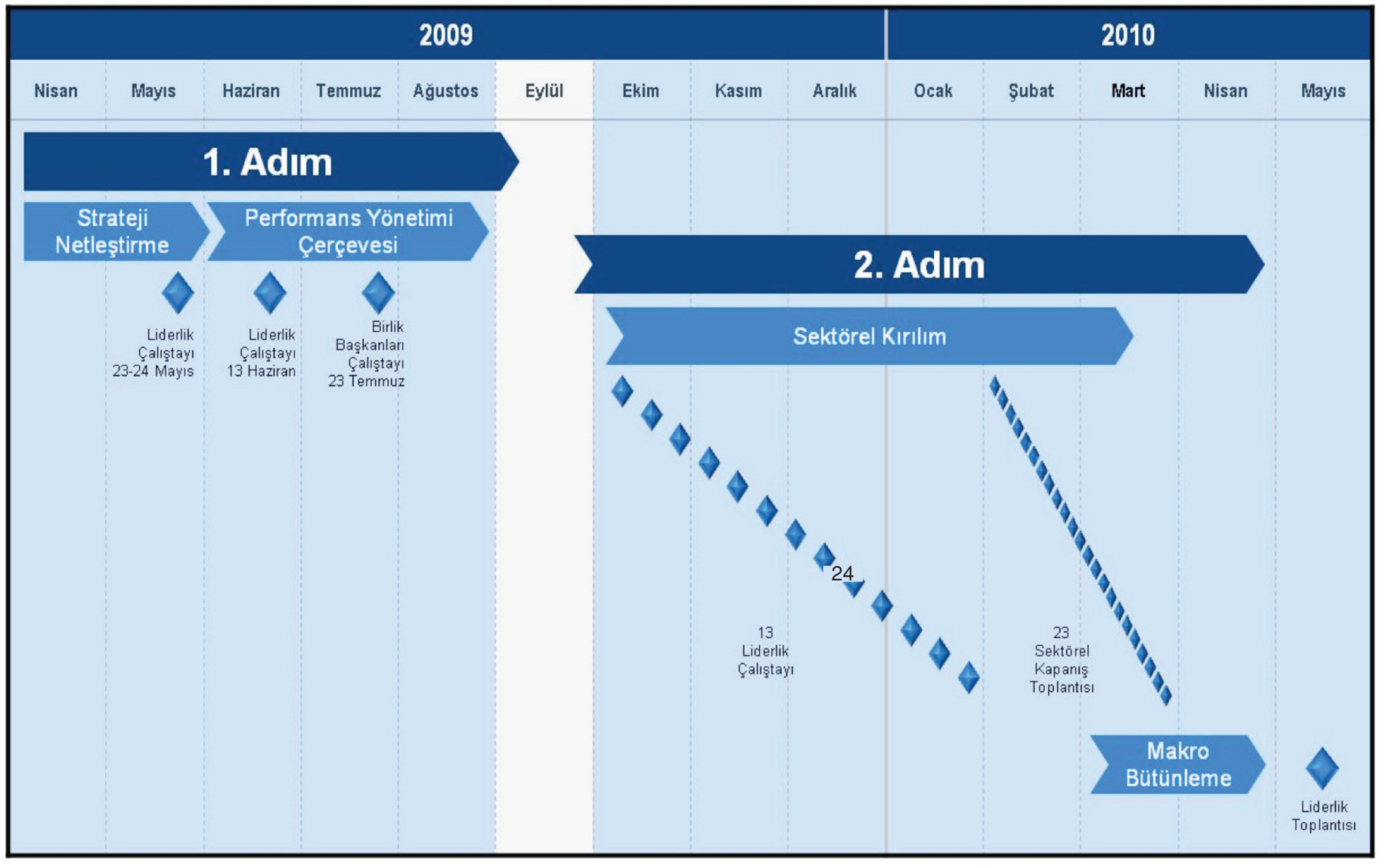
1. adım

Makro Ölçekte Türkiye 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi Projesi

2. adım

2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılımı Projesi

❑ Projenin ilk adımını oluşturan “Makro Ölçekte Türkiye 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi Projesi” Nisan-Ağustos 2009 döneminde, projenin ikinci adımını oluşturan “2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılımı Projesi” ise Ekim 2009-Mart 2010 döneminde kamu ve özel sektörü temsilen pekçok kurum, kuruluş ve düşünce önderlerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.



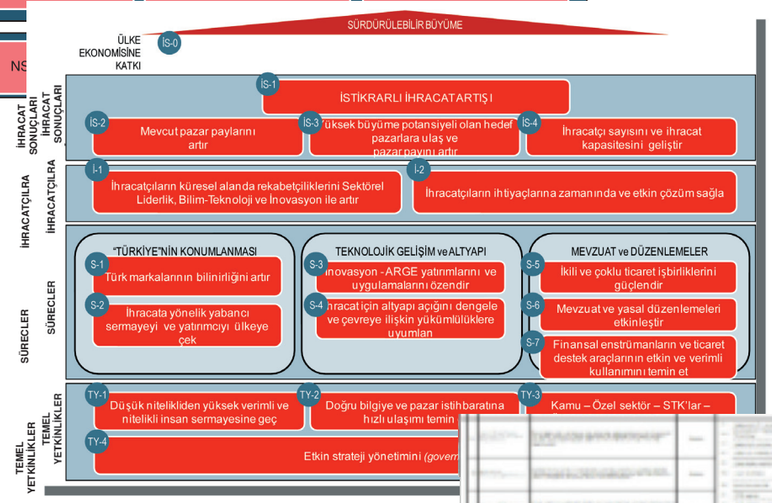
Ekonomik Kalkınma'nın bir unsuru olarak İhracat Stratejisi

Çıktılar: Ulaşılması hedeflenen Stratejik Hedefler

Sürükleyiciler: Amaçlanan çıktılara ulaşmamızı sağlayacak önceliklerimizi gösteren Stratejik Hedefler



Türkiye İhracat Strateji Uygulama Modeli

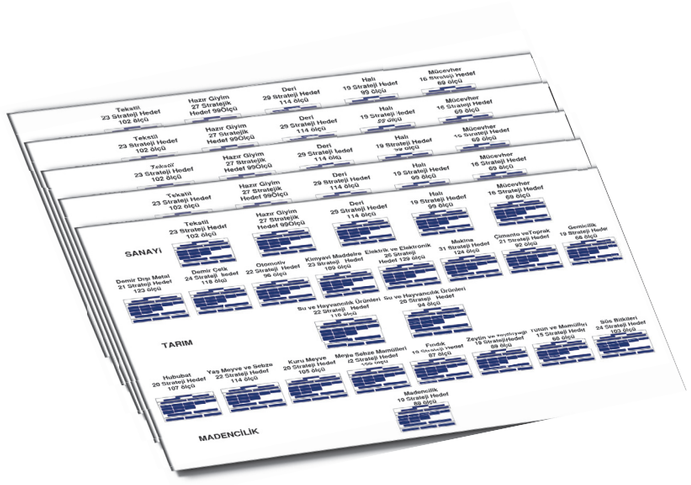


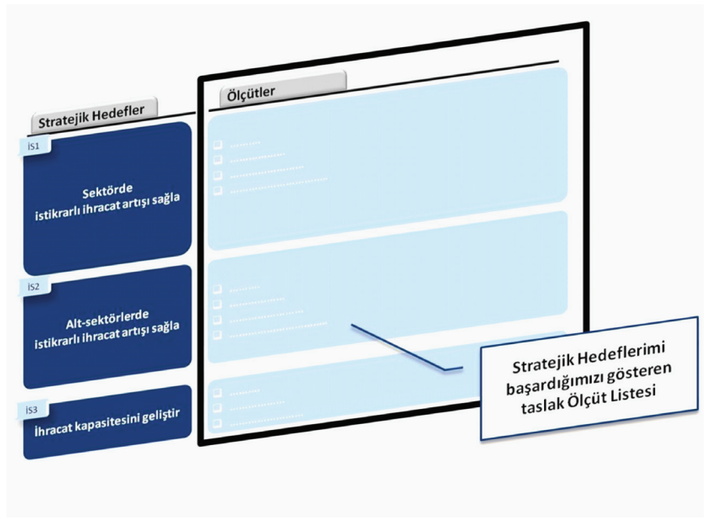
Türkiye İhracat Strateji Haritası 2009-2013

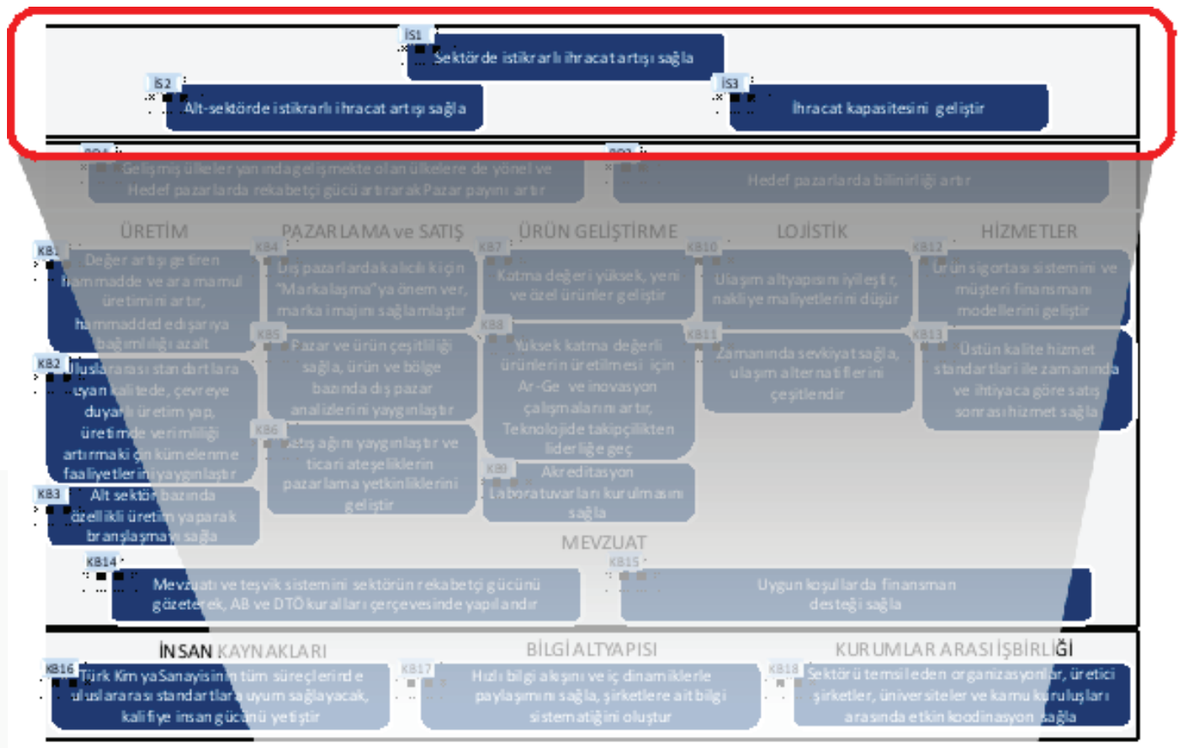


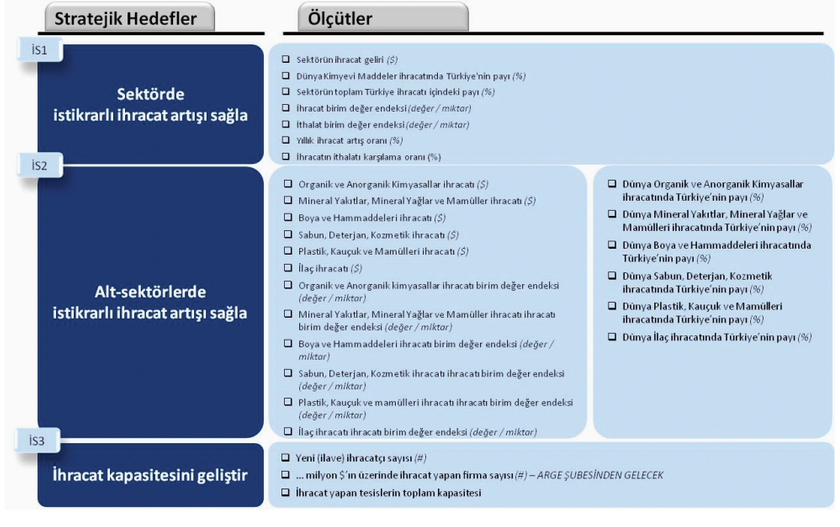
Performans Programı

Ülke seviyesindeki Strateji Haritası'nda 18 Stratejik Hedef, 72 ölçüt belirlenmiştir.


SANAYİ
TARIM
MADENCİLİK


Stratejik Hedefler
Ölçütler
İS1
Sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla
İS2
Alt-sektörlerde istikrarlı ihracat artışı sağla
İS3
İhracat kapasitesini geliştir
Stratejik Hedeflerimi başardığımızı gösteren taslak Ölçüt Listesi

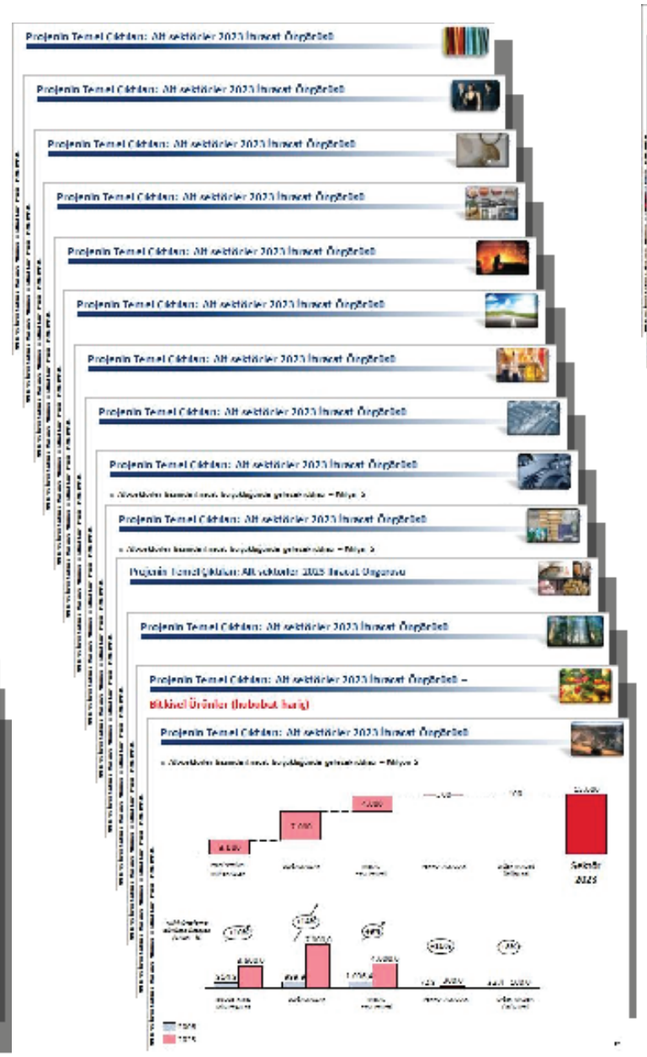

İS1
Sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla
İS2
Alt-sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla
İS3
İhracat kapasitesini geliştir
ÜRETİM
PAZARLAMA ve SATIŞ
ÜRÜN GELİŞTİRME
LOJİSTİK
HİZMETLER
MEVZUAT
İNSAN KAYNAKLARI
BİLGİ ALTYAPISI
KURUMLAR ARASI İŞBİRLİĞİ


Stratejik Hedefler
Ölçütler
İS1
Sektörde istikrarlı ihracat artışı sağla
Sektörün ihracat geliri (Ş)
Dünya Kimyevi Maddeler ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Sektörün toplam Türkiye ihracatı içindeki payı (%)
İhracat birim değer endeksi (değer / miktar)
İthalat birim değer endeksi (değer / miktar)
Yıllık ihracat artış oranı (%)
İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)
İS2
Alt-sektörlerde istikrarlı ihracat artışı sağla
Organik ve Anorganik Kimyasallar ihracatı (Ş)
Mineral Yakıtlar, Mineral Yağlar ve Mamüller ihracatı (Ş)
Boya ve Hammaddeleri ihracatı (Ş)
Sabun, Deterjan, Kozmetik ihracatı (Ş)
Plastik, Kauçuk ve Mamülleri ihracatı (Ş)
İlaç ihracatı (Ş)
Organik ve Anorganik kimyasallar ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
Mineral Yakıtlar, Mineral Yağlar ve Mamüller ihracatı ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
Boya ve Hammaddeleri ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
Sabun, Deterjan, Kozmetik ihracatı ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
Plastik, Kauçuk ve mamülleri ihracatı ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
İlaç ihracatı ihracatı birim değer endeksi (değer / miktar)
Dünya Organik ve Anorganik Kimyasallar ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Dünya Mineral Yakıtlar, Mineral Yağlar ve Mamülleri ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Dünya Boya ve Hammaddeleri ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Dünya Sabun, Deterjan, Kozmetik ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Dünya Plastik, Kauçuk ve Mamülleri ihracatında Türkiye'nin payı (%)
Dünya İlaç ihracatında Türkiye'nin payı (%)
İS3
İhracat kapasitesini geliştir
Yeni (ilave) ihracatçı sayısı (#)
... milyon $'ın üzerinde ihracat yapan firma sayısı (#) – ARGE ŞUBESİNDEN GELECEK
İhracat yapan tesislerin toplam kapasitesi

Sektörel İhracat Öngörüsü



Sektörel Alt-Kırılım İhracat Öngörüsü



Sektörel İhracat Artış Oranları

(Dünya – Türkiye dönemsel karşılaştırma)



2

Metodolojik Yaklaşım



❑ Strateji ve Kurumsal Performans Yönetim modelinin oluşturulmasında dünyaca kanıtlanmış bir metodoloji olan Balanced Scorecard yaklaşımı, ülke ve sektör şartlarına adapte edilerek kullanılmıştır.



Harvard Üniversitesi tarafından 75 yılın en etkileyici yönetim fikri sayılan *Balanced Scorecard* metodolojisini ülke şartlarına uyarlıyoruz.





Robert Kaplan *David Norton*

"Ölçemediğinizi yönetemezsiniz …

… Tarif edemediğinizi ölçemezsiniz"

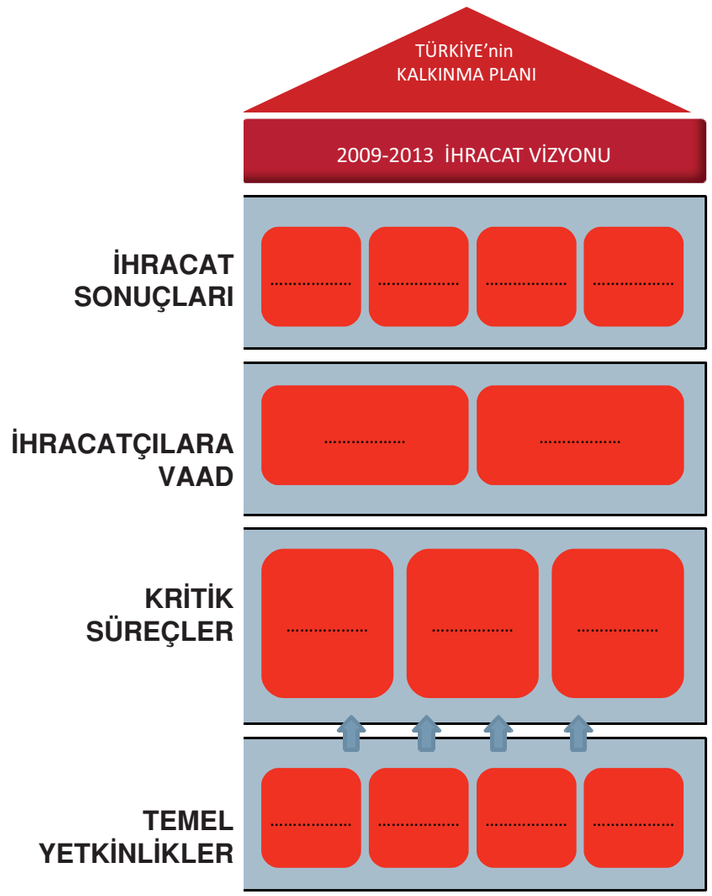
Stratejik bir yönetim aracı olan Balanced Scorecard,

Hedeflerle Yönetim, Toplam Kalite Yönetimi (TQM) ve süreç iyileştirme gibi pek çok yönetim sistematiğini entegre etmekte ve daha ileri taşımaktadır.



❑ Proje sürecince sıfırdan bir strateji geliştirme gayreti yerine, mevcut bilgi birikimi, deneyimler ve çok çok çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan geçmiş çalışmalar (Stratejik Plan / rapor, arama konferansı, vb…) ışığında stratejik yönlenme gözden geçirilerek, Yol Haritası netleştirilmeye çalışılmıştır. Oluşturulan Performans Programı'nın en önemli yanı, stratejiyi ölçümlenebilir ve dolayısıyla yönetilir kılmasıdır.

Strateji Haritası

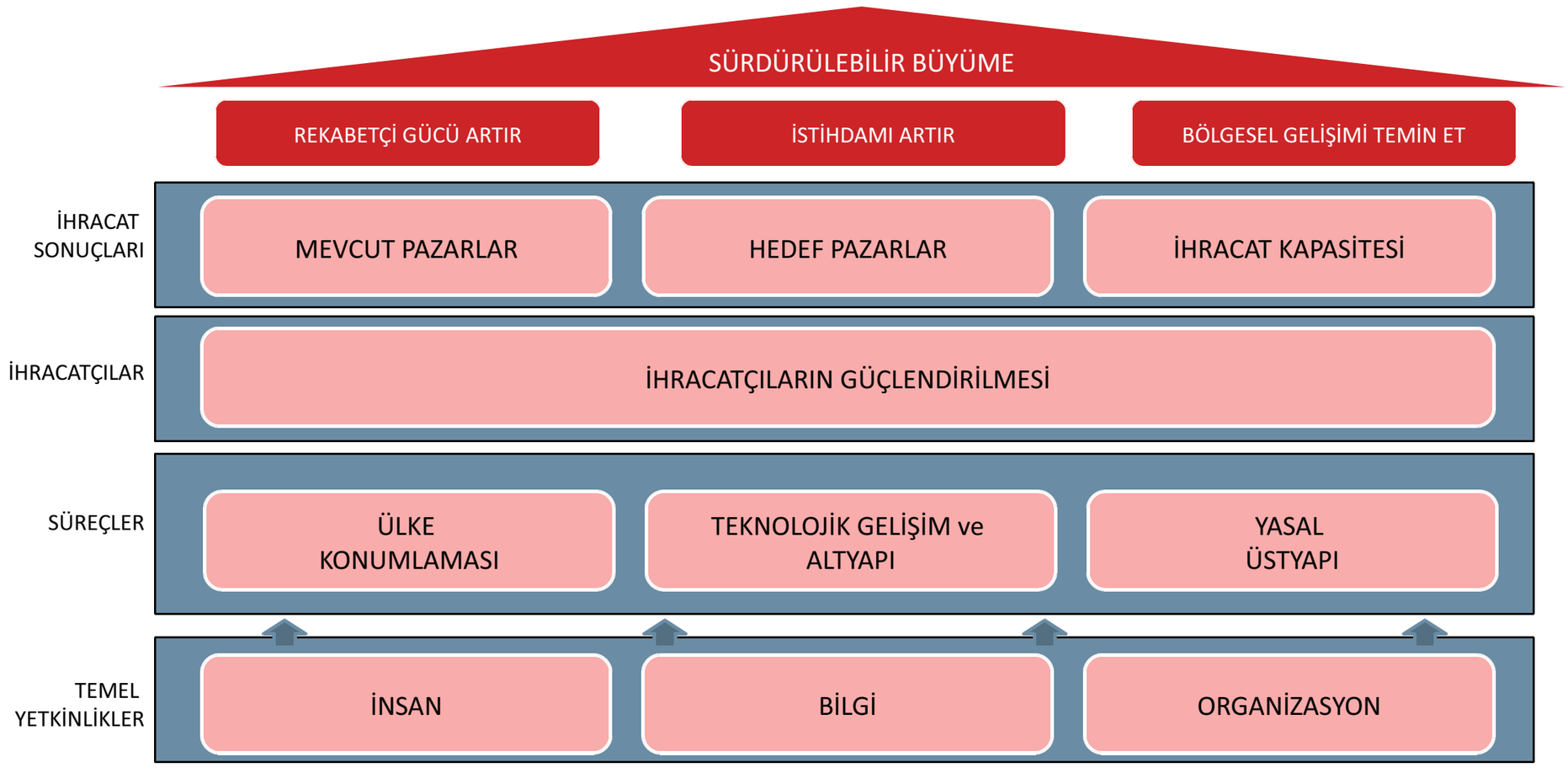


Performans Yönetimi Çerçevesi

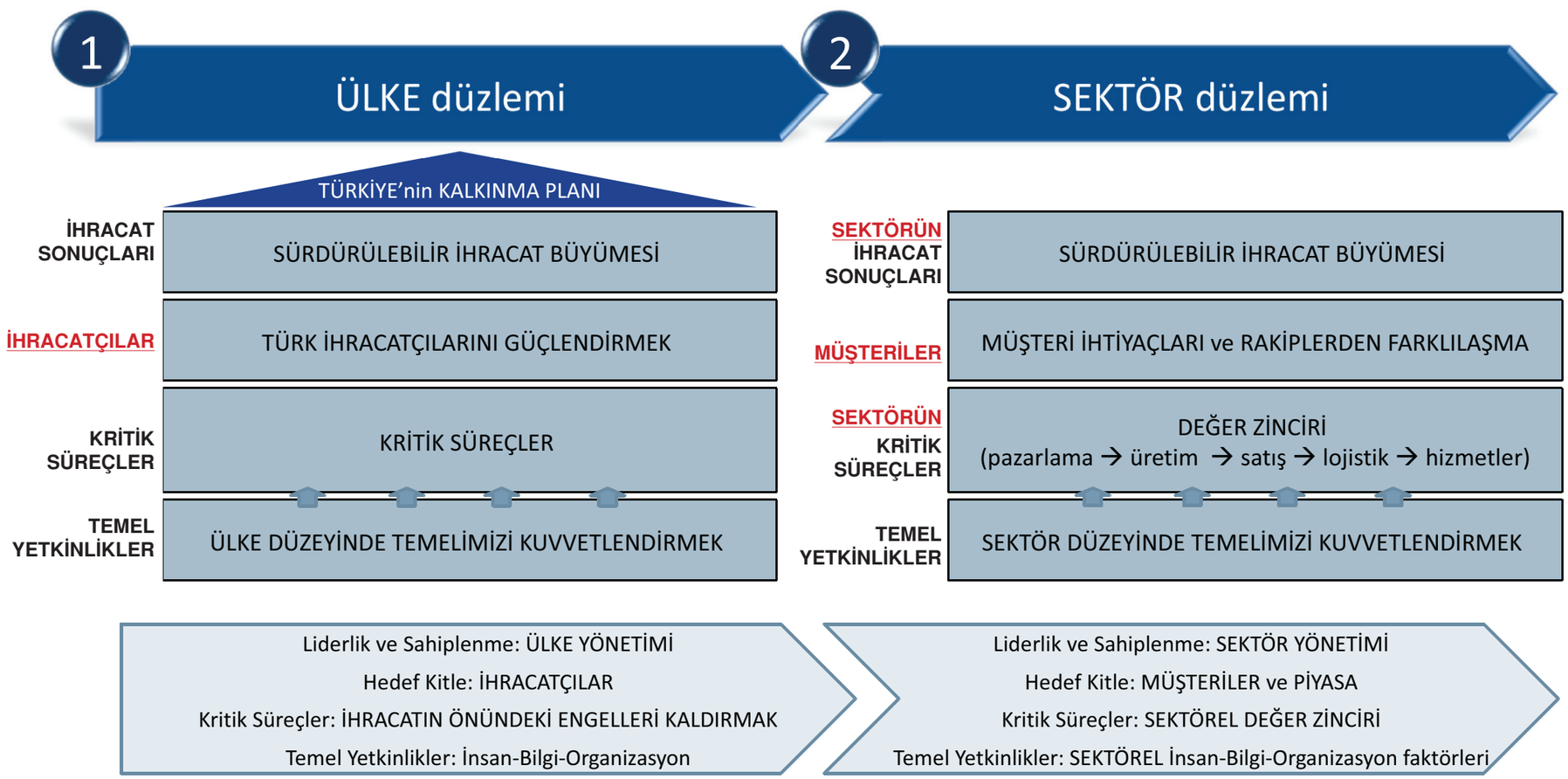
STRATEJİK HEDEFLER	ÖLÇÜTLER	BAŞARI SEVİYESİ	PROJELER	SORUMLULAR
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	Xxxxx xxxxxx
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	.....
.....	.....	.....	..... xxx $	.....

❑ Strateji Haritası'nın temel amacı stratejik öncelikerimizi neden sonuç ilişkileri içinde tek bir sayfada ortaya koymaktır. Bu sayede netlik ve odaklanma sağlanmaktadır. Türkiye İhracat Strateji Haritası ana yönlenmesini Türkiye'nin Kalkınma Planı'ndan almakta, ihracat vizyonunun gerçekleştirilmesinde ülke yönetiminin üzerinde düşen önceliklere değinilmektedir. Her bir stratejik hedefin sorumlularının belirlenmesi paydaşlar arasında uyumlanma sağlamaktadır.

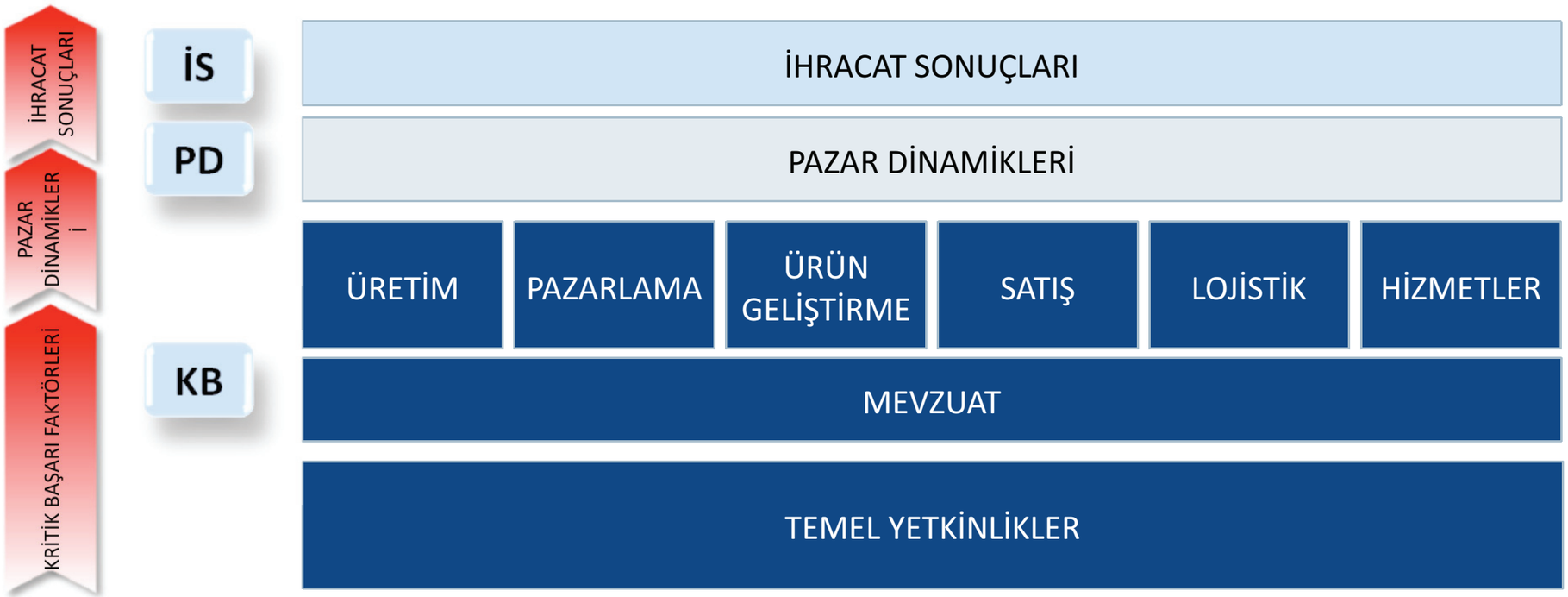
Türkiye İhracat Stratejisi Uygulama Modeli



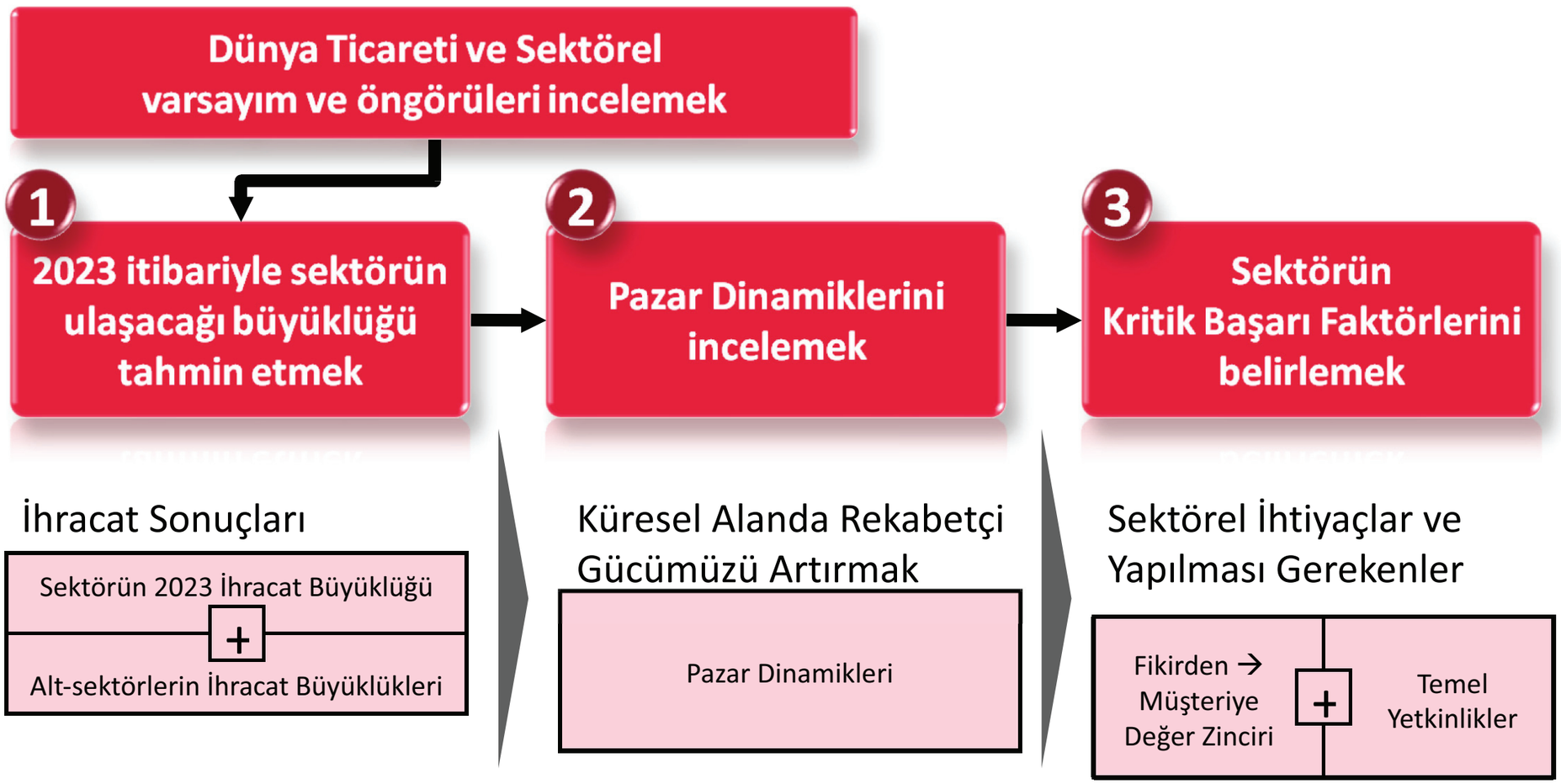
❑ Metodolojinin sektörlere indirgenmesi sırasında göz önünde bulundurulması gerekli olan bazı temel farklılıklar vardır. Sektör düzleminde liderlik ve sahiplenme Sektör Yönetimi'ndedir. Müşteri perspektifinde hedef pazarlardaki müşteriler ve piyasanın beklentileri öne çıkmaktadır. Süreçlerde ihracat sonuçlarına ve müşteriye değer önermesine ulaşılmasını sağlayacak kritik iş süreçlerine, sektörel değer zinciri bağlamında odaklanılmaktadır.



❑ Sektörler nezdinde stratejik Hipotez, “İhracat Sonuçları”, “Pazar Dinamikleri” ve “Kritik Başarı Faktörleri” olmak üzere üç temel perspektifte yapı-sallaştırılmıştır.



❑ Sektörel Liderlik Çalıştaylarında, sektör Strateji Haritasını şekillendirmek üzere, mümkün olduğunca çok unsuru netleştirerek sürece girdi sağlanması amaçlanmıştır. İlk olarak sektör temsilcilerinden 2023 yılı itibariyle ulaşılmasını öngördükleri ihracat büyüklüğü ortaya konmuş, sonrasında söz konusu hedefe ulaşılabilmesi için gerekli kritik başarı faktörleri irdelenmiştir.

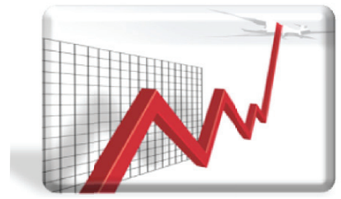


❑ Stratejik hedeflerin ve ölçütlerin belirlenmesini takiben, Sektör Liderlik ekiplerinin önderliğinde, ArGe yetkilileri ve TİM Strateji Ofisi koordinasyonu ile, sektörler bazında belirlenen ölçütlerin rakamsal başarı değerlerlerinin belirlenmesi sürecine başlanmıştır.

Stratejik Hedefler		Ölçütler			Rakamsal Başarı Değerleri						Girişim Projeleri / Stratejik Aksiyonlar					
Stratejik Hedef	Sorumlu	Ölçüt	Açıklama	İlgili Kurulu	Referans Değer		Rakamsal Başarı Değeri				Stratejik proje / aksiyon / program	İlgili Kurum / Kuruluş	Bütçe	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi	Beklenen Çıktı
					2008	2009	2010	2011	2012	2013						

3

Trendler ve Öngörüler



Nisan-Ağustos 2009 tarihleri arasında yürütülen ilk adıma paralel olarak, Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından Türkiye'nin İhracat Stratejisi İçin Küresel ve Sektörel Öngörüler 2023 çalışması yapılmıştır.

Çalışmanın temel çıktıları dünya ekonomisi, dünya ticareti, dünya ihracat pazarları ve sektörler için 2023 yılına kadar olan döneme ilişkin hazırlanan sayısal öngörülerdir.

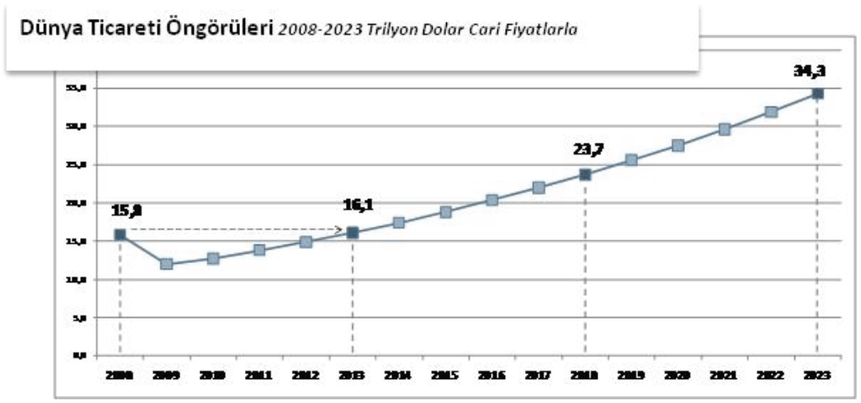
Öngörüler oluşturulurken, ağırlıklı olarak kriz sonrası hazırlanan ve uzun dönemli varsayımları, eğilimleri ve tahminleri ortaya koyan uluslararası kaynaklardan yararlanılmıştır. Küresel kriz öncesi hazırlanan çalışmaların varsayımları, eğilimleri ve tahminleri krizin etkileri göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Çok farklı ve çok sayıda kaynağın çıktıları arasında azami uyum sağlayanlar öncelikle kullanılmıştır.

Öngörüler hazırlanırken, geçmiş dönemde oluşan eğlimler ve sayısal veriler ile 2023 yılına kadar oluşacak ana eğilimler kullanılmış, bunlara bağlı varsayımlar oluşturulmuş ve sayısal öngörüler hazırlanmıştır. Sayısal öngörüler ekonometrik bir çalışma veya sayısal bir standart model ile değil, eğilimlere ve varsayımlara dayalı yaklaşımlar yöntemi ile hazırlanmıştır. Kullanılan eğlimler ve varsayımlarla sayısal öngörüler arasında kuvvetli ve yüksek bir ilişki bulunmaktadır.



Türkiye'nin ihracat stratejilerinin hazırlanmasında en önemli belirleyici, küresel ölçekte 2023 yılına kadar ortaya çıkacak ekonomik, ticari ve sektörel eğilimler olacaktır. Temel amaç, strateji çalışmalarında genel ve sektörel hedefler belirlenirken ihtiyaç duyulan bilgi alt yapısının oluşturulmasıdır.

İkinci adımdaki projemizdeki çalışmalarda, dünya ticareti ve ekonomisi büyüklük öngörüleri ile ilgili yürütülen 3 senaryo içinden, TİM yönetimi tarafından onaylanan Referans Senaryo temel alınmıştır.

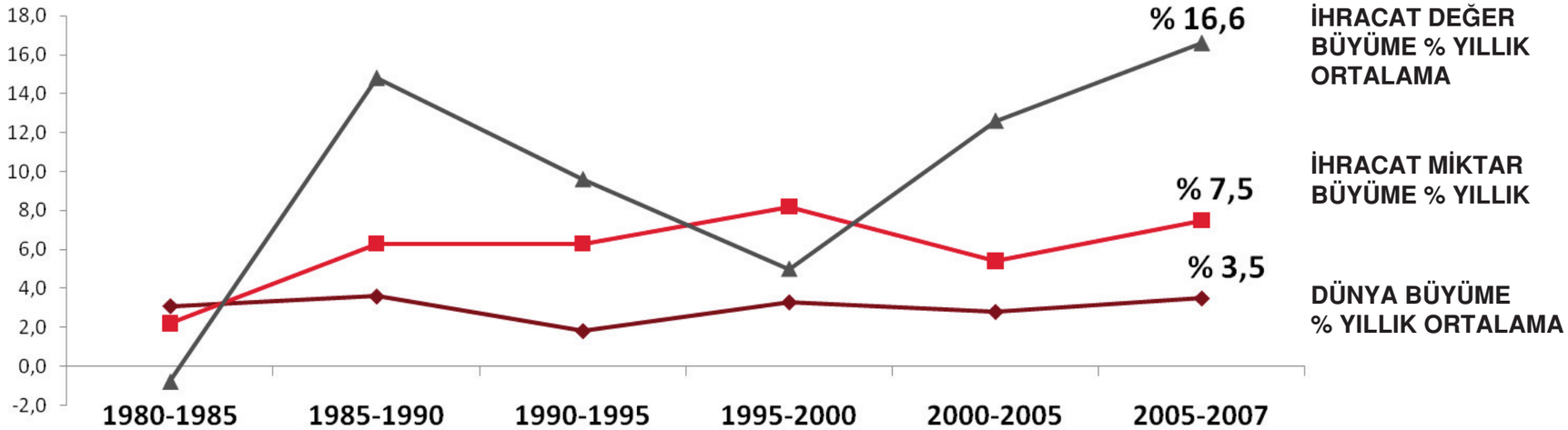


- Dünya ekonomisi büyüme varsayımları
- Dünya ticareti büyüme öngörüsü
- Dünya ticareti sektörel dağılımı
- Sektörel öngörüler

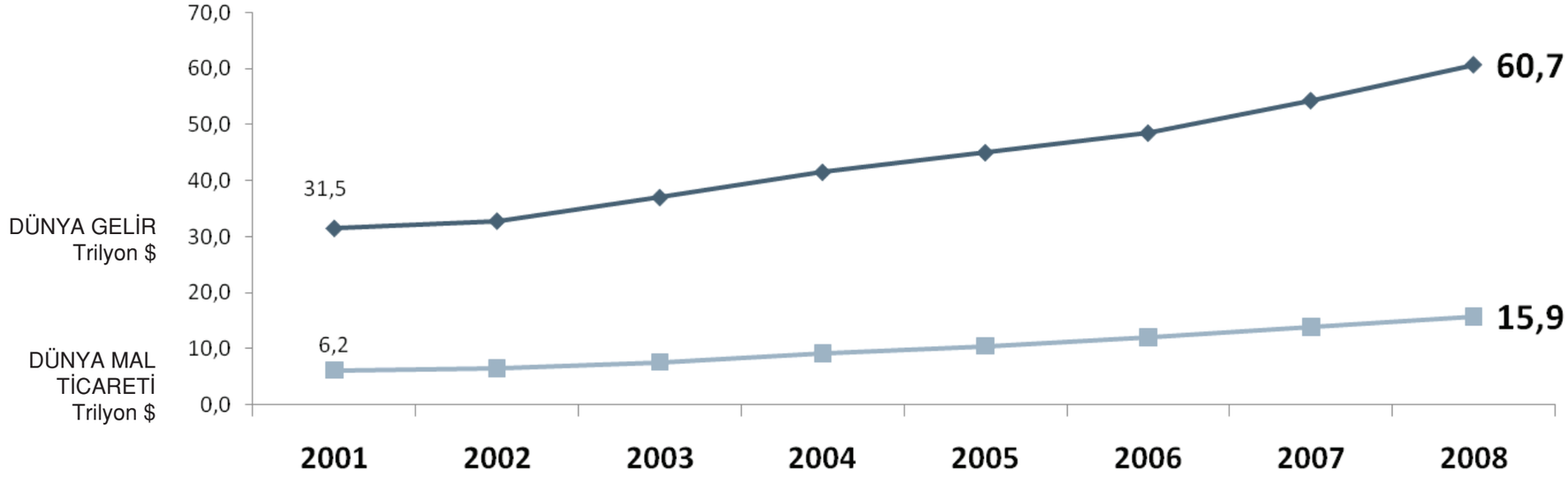


- ✓ **ABD gevşek para politikası, dünya genelinde bol ve ucuz dolar likiditesi;**
- ✓ **Gelişmiş ülkelerin (özellikle ABD) hane halkı tüketiminde hızlı genişleme ve borçlanma;**
- ✓ **Gelişmiş ülkelerin iç talebi ve ithalatında, gelişen ülkelerin ihracatında hızlı artışlar;**
- ✓ **Finansman olanaklarında genişleme ve finansal kaldıraç oranında artışlar;**
- ✓ **Sınır ötesi sermaye hareketlerinde hızlı genişleme;**
- ✓ **2005 sonrası dünya ticaretinde serbestleşme;**
- ✓ **Mali varlıkların değerinde şişme ve Aşırı servet etkisi,**
- ✓ **Enerji, emtia, gıda, metal fiyatlarında aşırı şişme ve servet etkisi;**
- ✓ **Doğrudan sermaye yatırımlarında hızlı genişleme ve ticaret etkisi;**

DÖNEMLER	DÜNYA BÜYÜME % YILLIK ORTALAMA	İHRACAT MİKTAR BÜYÜME % YILLIK ORTALAMA	İHRACAT DEĞER BÜYÜME % YILLIK ORTALAMA
1990-1995	1.8	6.3	9.6
1995-2000	3.3	8.2	5.0
2000-2005	2.8	5.4	12.6
2005-2007	3.5	7.5	16.6



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
DÜNYA GELİR MİLYAR $	31.583	32.854	36.931	41.546	44.881	48.436	54.312	60.690
DÜNYA MAL TİCARETİ MİLYAR $	6.191	6.492	7.585	9.220	10.475	12.113	13.883	15.875



- **Ülkelerde daha dengeli iç tüketim ve ihracat artışına dayalı büyüme (aşırı ihracata dayalı büyümeden uzaklaşma);**
- **Gelişmiş ülkelerde tasarruf, gelişen ülkelerde tüketim eğiliminde artış;**
- **Finansman olanaklarında ve sermaye hareketlerinde istikrarlı daha sınırlı genişleme;**
- **Varlık ve emtia fiyatlarında daha istikrarlı artış ve sınırlı servet etkisi;**
- **Piyasalarda düzenleme ve gözetim otoritelerinin güçlenmesi;**
- **Çok taraflı serbestleşme hızı azalacak ve ticaretteki genişletici etkisi sınırlanacak;**
- **Dolar ile diğer para birimleri arasında daha istikrarlı bir dalgalanma olacak ve dolar aşırı değer kaybetmeyecek;**
- **Güney-güney (gelişen ülkeler arası) ticaretinin dünya ticareti içindeki payı artmaya devam edecek.**

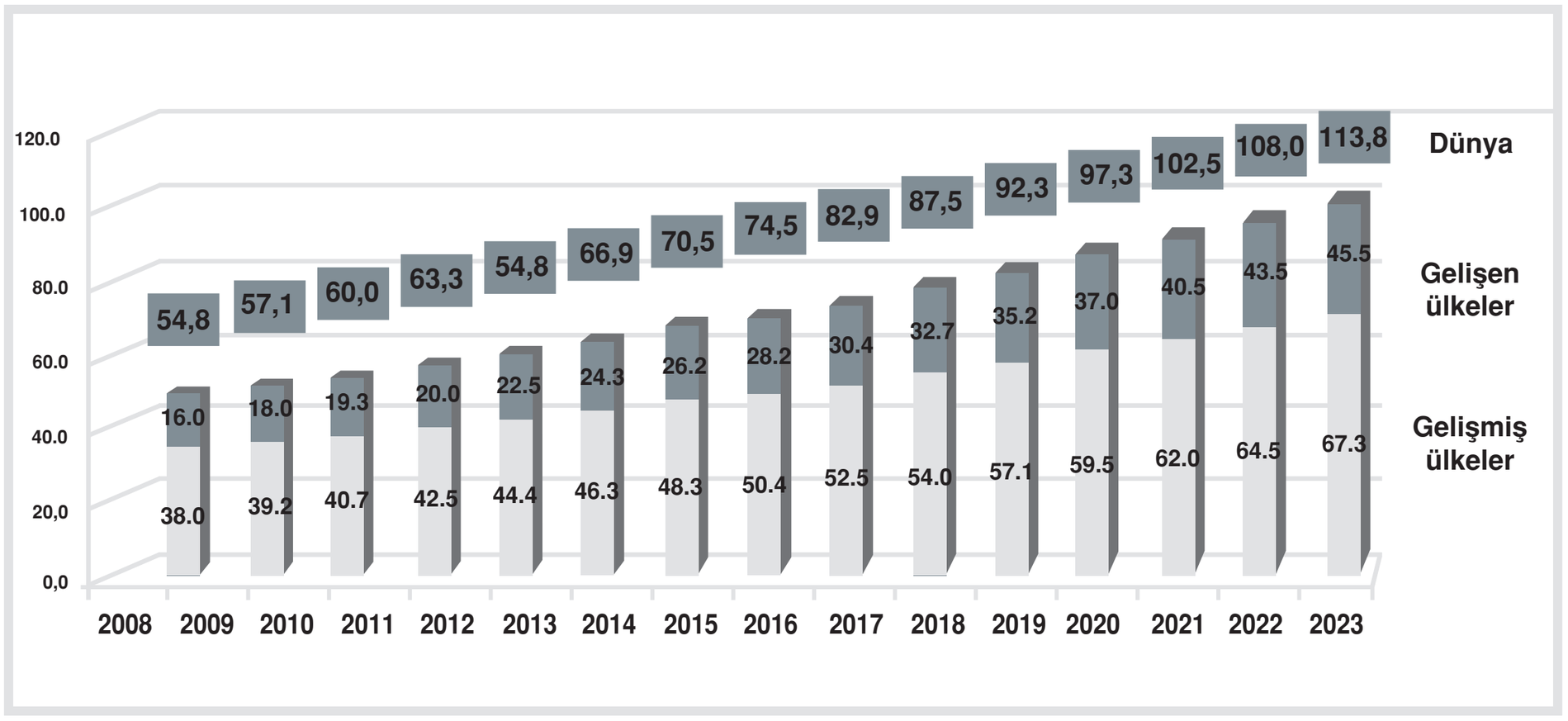
SENARYOLAR		2009-2013 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %	2014-2018 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %	2019-2023 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %
REFERANS SENARYO	DÜNYA	2.1 (2010-2013: 3.0)	3.5	3.4
	GELİŞMİŞ ÜLKELER	0.8 (2010-2013: 2.0)	2.3	2.2
	GELİŞEN ÜLKELER	4.7 (2010-2013: 5.0)	5.8	5.3

TİM Strateji Ofisi tarafından geliştirilen dokuz senaryodan birisi tercih edilmiştir

YILLAR	DÜNYA	GELİŞMİŞ ÜLKELER	GELİŞEN ÜLKELER
2008	60.690		
2009	54.864	38.018	16.846
2010	57.113	39.159	17.974
2011	60.082	40.764	19.325
2012	63.313	42.517	20.796
2013	66.859	44.388	22.471
2014	70.570	46.297	24.273
2015	74.479	48.288	26.191
2016	78.598	50.364	28.234
2017	82.938	52.530	30.408
2018	87.507	54.788	32.719
2019	92.262	57.089	35.173
2020	97.262	59.486	37.773
2021	102.518	61.985	40.533
2022	108.041	64.589	43.452
2023	113.838	67.301	46.537

Milyar $

DÜNYA EKONOMİSİ GELİR BÜYÜKLÜKLERİ ÖNGÖRÜLER



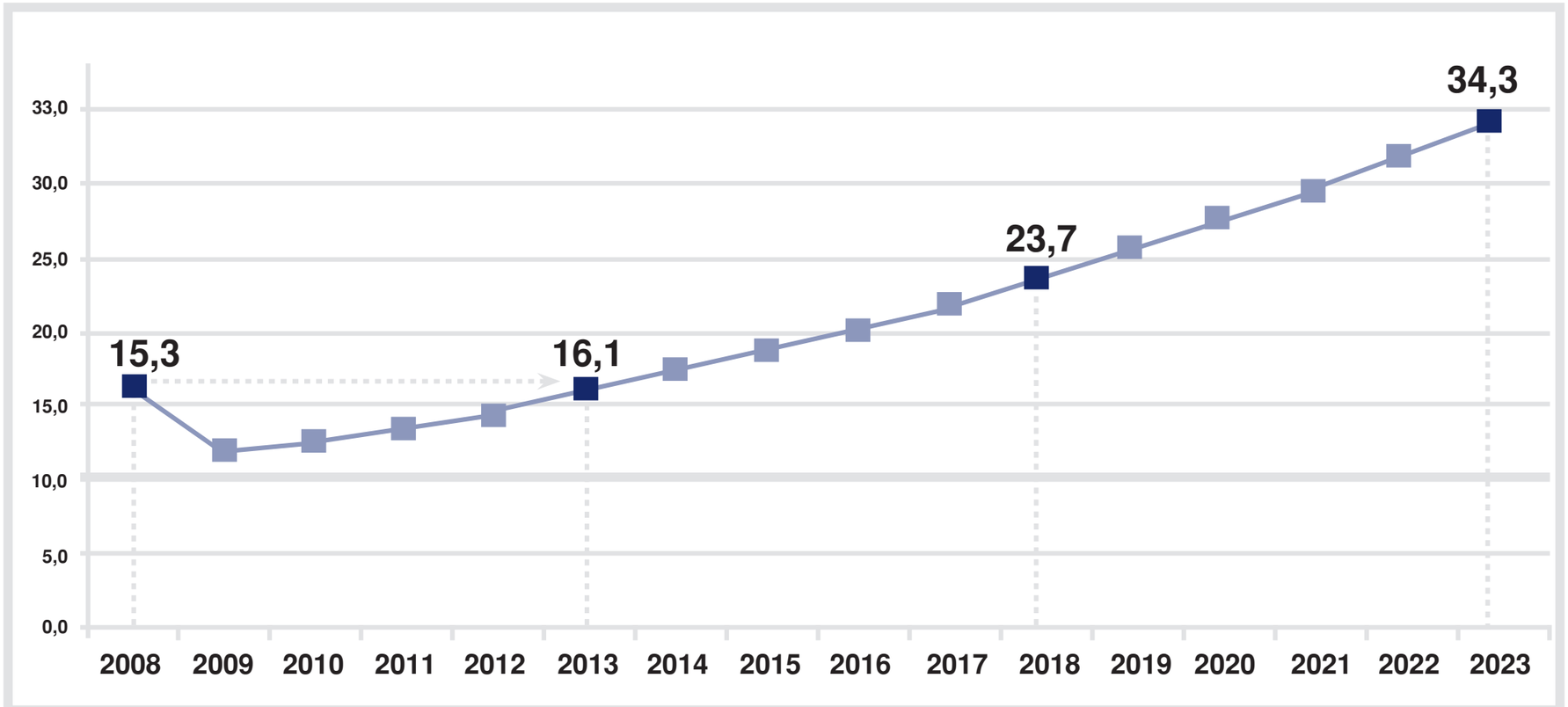
2008- 2023 Trilyon Dolar (Cari Fiyatlarla, Yıllık Yüzde 2 Dolar Cinsi Gelir Defletörü Öngörülmüştür

DÜNYA TİCARET ÖNGÖRÜLERİ

YILLAR	TRİLYON DOLAR
2008	15,8
2009	12.0
2010	13.1
2011	14.0
2012	14.9
2013	16.1
2014	17.4
2015	18.8
2016	20.4
2017	22.0
2018	23.7
2019	25.6
2020	27.5
2021	29.6
2022	31.9
2023	34.3

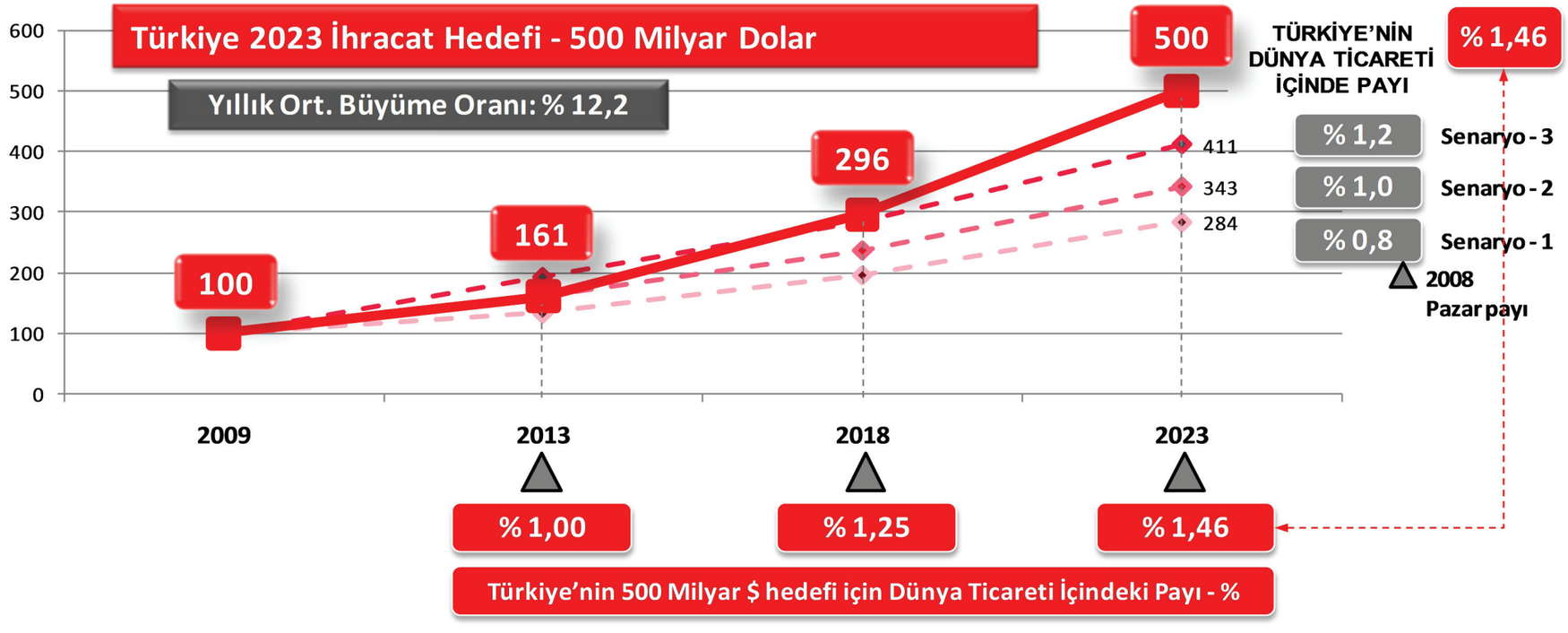
❑ Küresel krizin etkisiyle daralan dünya ticaretinin 2010 ve 2011'de beklenenden daha hızlı toparlanma sürecine gireceği tahmin edilmektedir. Buna rağmen dünya ticaretinin ancak 2013'te 2008 seviyesine ulaşması beklenmektedir. 2023 yılı dünya ticareti öngörüsü 34,3 trilyon dolar düzeyindedir.

DÜNYA TİCARET ÖNGÖRÜLERİ



❑ TİM yönetimi tarafından kabul edilen referans senaryo çerçevesinde Türkiye'nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması dünya ticaretinden 2013 yılında %1, 2018 yılında %1,25, 2023 yılında %1,46 pay alması anlamına gelmektedir.

TİCARET SENARYOLARI		TÜRKİYE'NİN DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI İÇİN SENARYOLAR	TÜRKİYE İHRACATI Milyar Dolar			2009-2023 YILLIK ORTALAMA İHRACAT ARTIŞI %
			2013	2018	2023	
TEMEL SENARYO	1	MEVCUT PAY % 0.83 İLE	133.7	197.0	284.4	7.7
	2	% 1,00 PAY İLE	161.1	237.4	342.6	9.2
	3	% 1.20 PAY İLE	193.3	284.9	411.1	10.6
500 MİLYAR DOLAR HEDEFİ İÇİN PAY %			1.00	1.25	1.46	12.2



Ana Unsurlar	Geçtiğimiz 10 yıl	Önümüzdeki 15 yıl
1. Gelişmiş Ülkelerde İç Talep	Hızlı Genişleme	Sınırlı Genişleme
2. Gelişen Ülkelerde İç Talep	Genişleme	Göreceli Hızlı Genişleme
3. Gelişen Ülkelerin Dünya İhracatı	Hızlı artış	Sınırlı Artış
4. Gelişen Ülkeler-arası Ticaret	Genişleme	Hızlı Genişleme
5. Finansman Olanakları	Bol ve Ucuz Olanaklar	Kısıtlı Olanaklar
6. Sermaye Hareketleri	Aşırı Sınır-ötesi Hareket	Göreceli Düşük Hareket
7. Varlık ve Emtia Fiyatları	İstikrarsız ve Yüksek	İstikrarlı ve Gerçekçi
8. Piyasalarda Düzenleme	Aşırı Serbestlik	Kurallı Piyasa ve Gözetim
9. Çok Taraflı Ticarette Serbestleşme	Yüksek Serbestleşme	Sınırlı Serbestleşme
10. Doların Değeri	Aşırı Oynak	İstikrarlı ve Gerçekçi

Önümüzdeki 15 yılda Dünya Mal Ticaretinde
Yavaş Genişleme ve Gelişen Ülkelerin Etkisinde Artış

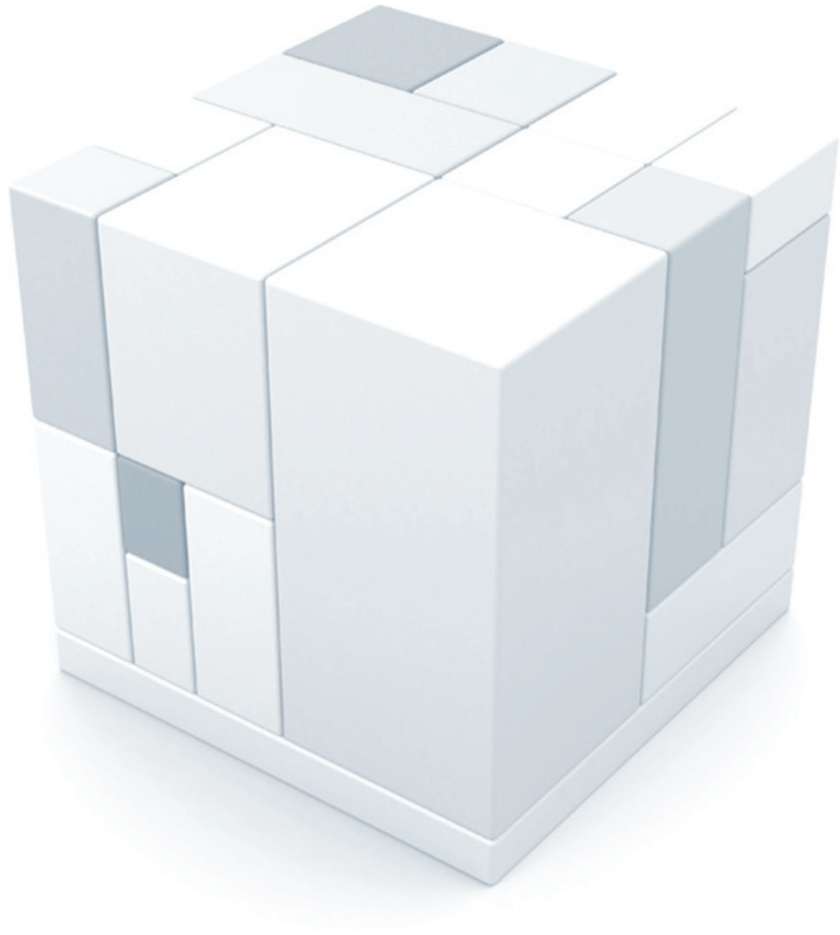
4

1. Adım – Ülke ölçeğinde Makro İhracat Stratejisi ve Performans Yönetimi Çerçevesi



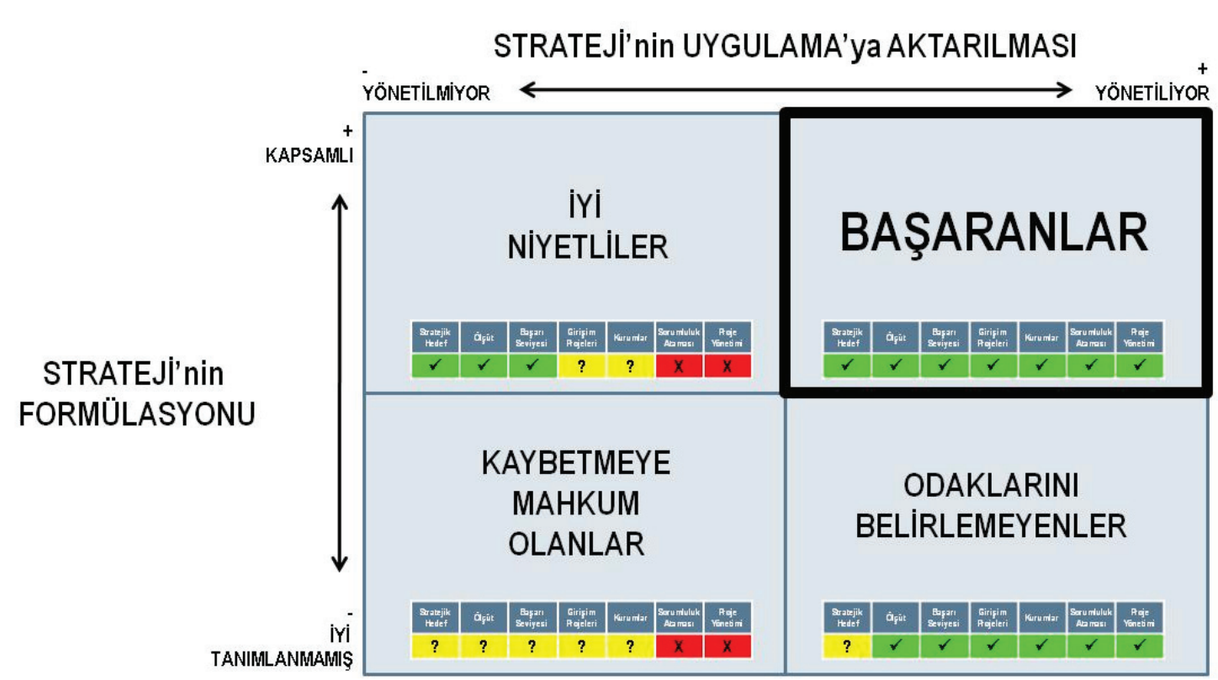
Türkiye'nin ihracat atılımında başarıyı sağlayacak bütünsel bir "stratejinin uygulamaya aktarılması" çerçevesi oluşturmak

- 2 Liderlik çalıştayı – özel sektörü temsilen pekçok kurum ve kuruluştan katılımcılar
- Sanayi Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Tarım Bakanlığı, Merkez Bankası, Tübitak ile geri bildirim ve paylaşım toplantıları
- 59 Birlik Başkanı ile paylaşım toplantısı



- İlk adımda yürütülen dört aylık projede Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak bütünsel bir "Stratejinin uygulamaya aktarılması çerçevesi" oluşturulmuştur. Türkiye'de ulusal ölçekte ilk kez gerçekleştirilen bu nitelikte bir proje, stratejik planlama çalışması değil, sonuç-odaklı bir performans yönetimi ve uygulama projesidir.
- Amaçlanan, öncelikleri gösteren tanımlı stratejik hedeflerin, ölçütlerin, uzun vadeli başarı seviyelerinin, ilgili girişim projelerinin, sorumlu kurum ve kuruluşların "bütünlük" içinde belirlenmesi ile strateji yönetiminde "Başaran" kurumlar arasında yer alabilmektir.

- Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi Projesi'nin ilk bölümünde Stratejik Yönlenmenin Netleştirilmesine odaklanılmış ve başlıca dört tip çalışma yürütülmüştür:
  - Kamu yönetimi ve özel sektörden proje Yürütme Kurulu'nca belirlenen düşünce önderleri ile karşılıklı görüşmeler (10 kişi)
  - Kamu yönetimi ve özel sektörden katılımcılar ile 3 Çalıştay (~ 200 kişi)
  - Mevcut doküman, stratejik plan ve raporların incelenmesi
  - Yürütme Kurulu ve odak grup toplantıları
- Bu ilk adım, stratejinin uygulamaya aktarılması olarak tanımlanan "Uygulama Çerçevesinin ve Performans Programı"nın oluşturulmasını, Türk ihracatının önderlerinin gelecek düşüncelerini basit, kolay anlatılabilir, ölçülebilir ve dolayısıyla da yönetilebilir hale gelmesini sağlamıştır.





1. adım **Ülke** → 2. adım **SEKTÖRLER**

Stratejik Yönlenmenin netleştirilmesi

- Önümüzdeki döneme ilişkin öngörüler ve zorluklar neler ?
- Güçlü, Zayıf Yönlerimiz ile Fırsat ve Tehditlere ilişkin geçmişte yapılan çalışmalar üzerinde revizyon ihtiyaçları neler?
- İhracatın önündeki engeller neler?

Strateji Haritası'nın inşası

- Geçmişte yapılan stratejik plan çalışmalarını nasıl bütünleştirebiliriz ?
- Odak alanlarımız ışığında mutlak başarmamız gereken Stratejik Hedeflerimizin nelerdir ?
- Sorumluluk ve sahiplenmeyi nasıl temin edebiliriz ?

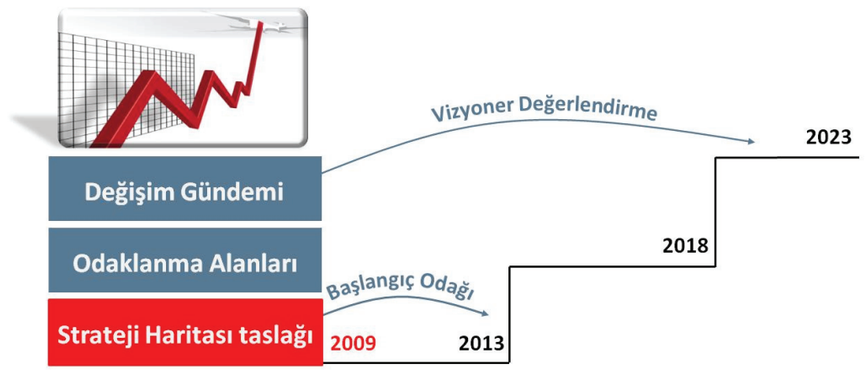
Performans Programının oluşturulması

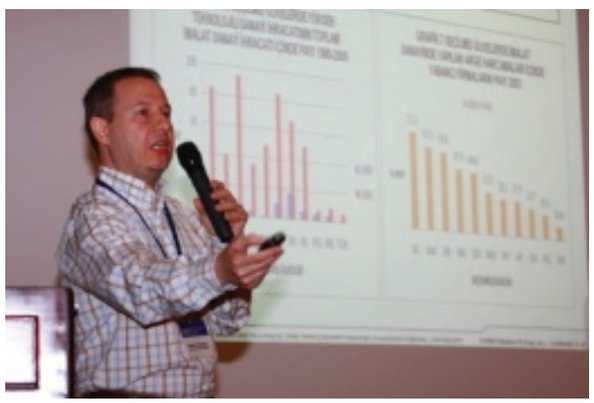
- Stratejik Hedeflerimizin başarısını nasıl ölçülebilir ve yönetilebilir kılabiliriz ?
- Her bir ölçütün rakamsal başarı seviyeleri ve bizi başarıya ulaşaştıracak girişim projeleri hangileridir ?
- Strateji yönetimi yapısı nasıl olmalı?

Makro Ölçekte Türkiye 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi

Gerçekleştirilen Üst Düzey Mülakatlar

- Yapılan görüşmeler ve çok paydaşlı çalıştaylarda katılımcıların ihracata yönelik görüşleri alınmıştır. Yürütülen çalıştayların temel amacı stratejinin netleştirilmesi ile odak alanların, değişim gündeminin belirlenmesidir. Söz konusu bulgular ve geri bildirimler Strateji Haritası ve Performans Programl'nın oluşturulması sırasında değerlendirilmiştir.





Gerçekleştirilen Çalıştaylar

- Projenin en önemli sacayaklarından biri Liderlik Çalıştayıdır. Bu toplantıda, paydaşlarla birlikte performans yönetimi çerçevesinin önemli odaklanma noktalarının belirlenmesi ve sinerjilerin artırılması amaçlanmaktadır.
- 3 adet Liderlik Çalıştayı gerçekleştirilmiştir:
  1) 23-24 Mayıs 2009'da Sapanca'da, ağırlıklı olarak Sanayi Sektör temsilcilerini kapsayan Liderlik Çalıştayı
  2) 13 Haziran 2009'da Durusu'da, ağırlıklı olarak Tarım Sektör temsilcilerini kapsayan Liderlik Çalıştayı
  3) 23 Temmuz 2009'da İstanbul'da 59 Birlik Başkanı ile Liderlik Çalıştayı

- Tüm çalıştaylar Devlet Bakanı Sayın Zafer Çağlayan önderliğinde ve kamu yönetiminden 9 Müsteşar ve çeşitli üst düzey yöneticilerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Özel sektörden, üniversite ve sivil toplum kuruluşlarından hem İhracatçı Birlikleri üst yönetimleri, hem de orta-büyük ölçekli kuruluşkarın temsilcilerinin katılımı ile yüksek düzeyde içerik üretimi sağlanmıştır.



Üst Düzey Mülakatlar :

- **Mehmet Büyükekşi, TİM Başkanı**
- **Ziya Altunyaldız, DTM İhracat Genel Müdürü**
- **Oğuz Satıcı, TİM eski Başkanı**
- **Servet Eröcal, TİM Genel sekreteri**
- **Şahin Oktay, TİM Genel Sekreter Yardımcısı**
- **Prof. Emre Alkin, TİM Danışmanı**
- **Dr. Can Fuat Gürlesel, TİM Danışmanı**
- **Vedat Aydın, Zorlu Tekstil Grup Başkanı**
- **Hermann Butz, Bosch Türkiye Genel Müdürü**
- **Erol Ulukutlu, Eczacıbaşı Holding Finans Direktörü**

Proje başlangıcında bire bir mülakatlar yapmak suretiyle, çalışma çerçevesinin doğru bir şekilde oluşturulması amaçlanmıştır. Nisan-Mayıs 2009'da gerçekleştirilen 10 karşılıklı görüşme projeye önemli ölçüde ışık tutmuştur. Görüşmelerden derlenen bazı başlıklar:

- 2023'e bakarken, 5'er yıllık 3 dönemde ele almakta fayda var.
- Tüm paydaşları sürece dahil etmeliyiz. Ayrıca, ana hedefi ve yol haritasını netleştirmek üzere, 24 sektöre indirgemek gerekmektedir.
- 2023'e doğru, ihracat içinde orta-yüksek teknolojinin payına vurgu yapmalıyız. Ayrıca, tasarım çok önemli bir faktör. Türkiye artık Milano, Paris, Londra ile birlikte anılıyor. Çin, Tayvan ve Kore ile kıyaslamalar da yapabiliriz, onlar da Tasarım Merkezleri oluşturmaya başladı.
- Bu proje öncekilerden farklı olmalı, aksiyon planından ziyade dönüşümleri ortaya çıkarabilmeli.
- 2023 500 Milyar $ hedefi, geçmiş 7-8 yılın trendlerinden hareketle belirlendi, 24 sektör kırılımına indirgenmeli.
- Bu proje, tüm stratejik içeriğe sahip raporların derleneceği bir "anayasa" gibi temel raporla sonuçlanmalı.
- Projede sektörler/birlikler matrisini dikkate almak lazım.
- 7 yıl içinde, ihracatçı sayısı 23.000'den 43.000'e çıktı, az sayıda şehirden ihracat yapılırdı, şimdi ise tüm şehirlerimizden ihracat yapılıyor. Ayrıca, geçmiş dönemde, ihracatta yabancı sermayeli şirketlerin payında önemli artış oldu.
- 2001 krizini çevre ülkelere ihracat ile aştık. 20023'te, bölgesel güç olmamız lazım. Örneğin, Mısır Afrika ve Orta Doğu'nun kapısıdır.
- Katma-değer sadece yüksek-teknoloji demek değildir. Tanımda ortak anlayışı sağlamaya ihtiyaç var.
- Pazarlama ve iş geliştirme / yatırımlar en önemli süreçlerimiz olacak. Her bir yatırım, detaylı fizibilite çalışmaları ile desteklenerek aksiyona geçmeli.
- 2023 vizyonunu somutlaştırmaya ihtiyacımız var. TİM, bir Holdingin Stratejik Planlama fonksiyonu gibi, sektörlere makro çerçeve sunabilir.
- Vizyonun altyapısı sektörler tarafından oluşturulmalı.
- Kıyaslamalı rekabet üstünlükleri üzerinde çalışmalıyız. Küçük kuruluşların niş alanlarda büyümelerine imkan verecek ortamları sağlamalıyız.
- Paradigma değişikliği: pazarın taleplerine göre organize olmak; iş yapış şeklinde ve yönetim süreçlerinde yenilikçilik; 4 yıllık yeniden yapılanmanın ardından 6 yıl boyunca meyvelerini toplama; yeni paradigmaya uygun yeni girişimciler yetiştirmek.
- Pazarı sürükleyen ve fiyatı belirleyen durumuna gelmemiz gerekmektedir.
- Bölgesel / küresel tedarik zinciri mekanizmaları geliştirmeliyiz.
- Türkiye'de 2020'ye projeksiyon yapan bir çalışma mevcut değil. IMF, Dünya Bankası ve sektörel uluslar arası kuruluşların çalışmalarına referans veriliyor. Ayrıca, bu tip uluslar arası kuruluşlar, krizle birlikte gelecek öngörülerini güncellemek durumunda olacaklar.
- Bu projenin çıktısı, tüm sektörlerce kullanılabilecek bir kılavuz/çerçeve niteliği taşımalı. Aynı zamanda, makro ekonomik göstergeler de dikkate alınmalı. Ayrıca, katma-değer tanımındaki farklı algılamalar da netleştirilmeli. Düşünce yapısı, operasyonelden yönetsele dönüşmeli.
- İhracatımızda üretim teknolojilerine sahip değiliz ve fiyat belirleyicisi olamıyoruz.
- Rekabetçi avantaja odaklanmalı, engelleri kaldırmanın yollarına işaret etmeliyiz. Böylelikle, dönüşüm için gerekli yapılanmaları belirleyebiliriz.
- Öncelikli konularımız, pazarlama gücü ve yeni ürün geliştirme gücü olmalı. Uluslararası firmaların inovatif ortağı olmalıyız.
- Ürün gruplarında Pazar paylarını yakından takip etmeliyiz. Önce mevcut pazarlardaki pazar payını artırmalı, sonra da yeni pazarlar geliştirmeliyiz.
- Rekabette farklılaşma unsurları: tasarım, teknolojik knowhow, pazarlama/markalaşma (tercih edilen olmak) olacak.
- Hedef pazarlar segmentler belirlenerek hareket edilirse etkinlik düzeyi artacaktır.
- İhracatı üretim ve sanayi olmaksızın düşünmek mümkün değil. Türkiye'nin üretim bazlı stratejisi üzerine inşa etmek gerekmektedir.
- Türkiye'nin ekonomik büyüme hedefleri için iç-pazar yeterli değil.
- Türkiye ciddi bir dünya oyuncusu olmalı: Pazar yaygınlığı, temel yetkinlikler ve nitelikli insan gücü (güçlü ara eğitim) geliştirilmeli.
- Dünya ticareti gelişim trendlerini takip etmeli, dünya nereye gidiyorsa yetkinlik geliştirme yatırımlarını o yöne kanalize etmeliyiz.

Devlet Bakanı Sayın Zafer Çağlayan'ın 23 Temmuz 2009 tarihli toplantıda yaptığı konuşmasından alıntılar:

- **2023'te 500 Milyar $, 2023'te dünyanın 10. büyük ekonomisi hükümet programına girmiş bir hedeftir.**
- **Yapılan her 1 $ ihracat, Türkiye'nin küresel dünya liginde, küresel yarışta oyuncu olarak rekabetçi gücünü artırması anlamını taşımaktadır.**
- **500 Milyar $'a ulaşmak için takım oyunu içinde hareket edeceğiz, bu hedefe ne hükümet tek başına, ne de ihracatçılar tek başına ulaşabilir. Bu proje ile belirlenen strateji doğrultusunda, ülke yönetimi üzerine düşen görevleri yerine getirecektir. 3 yıl önce çıkartılan Sanayi Envanteri bu doğrultuda son derece kritik bir ilerlemedir (kurulu kapasitemiz, sektör stratejileri, yeni teşvik politikaları, vb.).**
- **Projede belirlenen 18 stratejik hedefi birlikte gerçekleştireceğiz.**



Liderlik Çalıştayı – 1

Yaklaşık 100 katılımcı ile, geçmiş 10 yılın global trendleri ve önümüzdeki 15 yılın senaryo başlıkları ışığında, sanayi sektörü çerçevesinde kritik başarı faktörleri tartışıldı, SWOT analizi çalışması ile, Strateji Haritası taslağı oluşturmak üzere içerik oluşturuldu.



Liderlik Çalıştayı – 2

Yaklaşık 50 katılımcı ile, tarım sektörü çerçevesinde kritik başarı faktörleri tartışıldı, Strateji Haritası taslağı oluşturmak üzere içerik oluşturuldu.



Liderlik Çalıştayı – 3

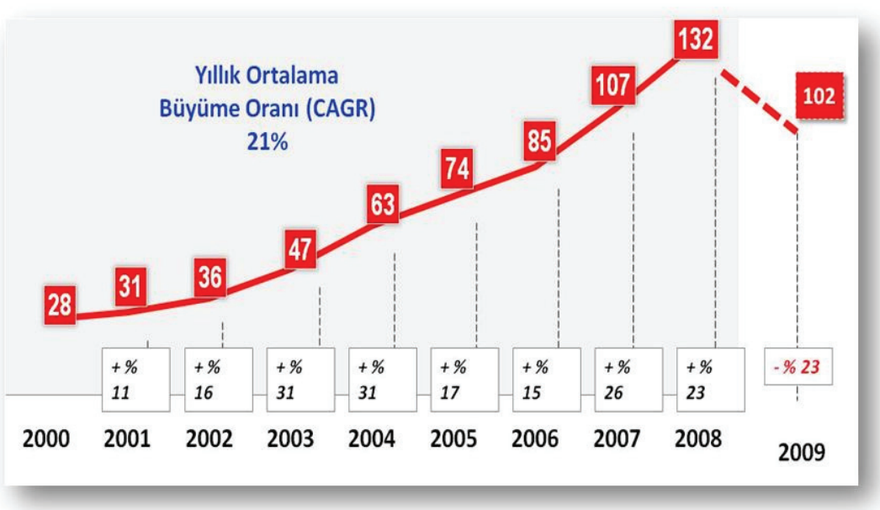
Projenin olgunlaşması ile birlikte, 59 Birlik Başkanı'na Türkiye 2023 İhracat Yol Haritası sunuldu. Üst düzey tartışmalar ve geribildirimler ışığında, Strateji Haritası ve Performans Programı son halini aldı.





Büyüme Projesi ve Değişim Gündemi

- Türkiye'nin son 8 yıldaki ihracat performansı çok güçlüdür. 2000 yılında 28 milyar $ olan ihracat geliri 2008 yılında 132 milyar $'a çıkartılarak büyük bir atılım gerçekleştirilmiştir.
- Türkiye, ihracat artış hızında Çin'den sonra dünyada ikinci sırada yer almaktadır.
- 2000-2008 dönemi, başarılı iş sonuçları elde edildiği kadar, planlama açısından da önemli çalışmaların yapıldığı bir dönem olmuştur.
- Kesin çizgilerle ayırma imkanı yoksa da, bu dönemi üç bölümde incelemek yerinde olacaktır.
- 2000-2004: Üç yılda ikiye katlanan ihracat sonuçları ile yıllık ortalama %30 artış seviyelerine ulaşılmıştır.
- 2004-2007: hem ülke ölçeğinde, hem de ihracata özel stratejik planlama çalışmaları yürütülmüştür:
  - Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yapılan "İhracat Stratejisi 2004-2006" çalışması
  - Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yapılan "IX. Kalkınma Planı ve Özel İhtisas Komisyon Raporu 2007-2013" çalışması
  - Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yapılan "DTM'nin Stratejik Planı 2009-2013" çalışması
- 2009'a girilirken, sekiz yılda beş katına çıkan ihracat sonuçları kaydedilmiştir. %21 kümülatif yıllık ortalama büyüme oranı elde edilirken, Dış Ticaret Müsteşarlığı geleceğe yönelik önemli adımlar atmıştır:
  - Turquality projesi
  - İhracatı etkileyen bürokratik engeller envanteri
  - Kümelenme Politikası
  - Pazara giriş eylem planları
  - Dış Ticaret organizasyonları
  - Fuar teşvikleri
  - Yazılım envaneteri
  - Girdi maliyetlerinin analizi
  - İhracat Stratejik Plan Portali
- 2008 sonunda başlayan küresel kriz makroekonomik dengeleri alt üst etmiştir ve olumsuz etkilerini sürdürmektedir. Makro ekonomik şartlar Türkiye'nin ihracat artışında önemli bir etkendir ve küresel krizle birlikte özellikle 2009-2013 döneminde büyük zorlukları da beraberinde getirmektedir. Şimdi önümüzdeki zorluk bu artış trendini sürdürülebilir bir şekilde devam ettirebilmek ve sürekli kılmaktır.

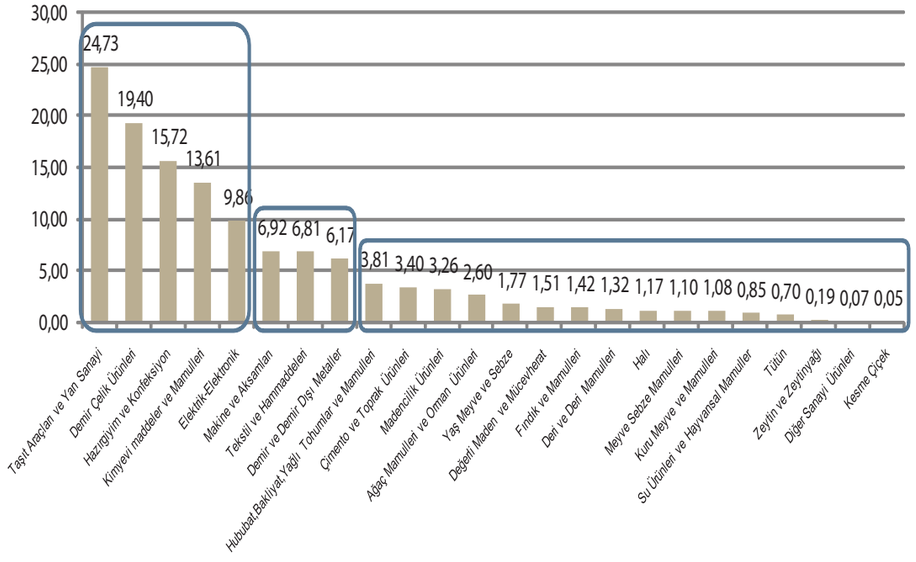


- 2000-2008 döneminde, dünya ekonomisi 31.5 trilyon dolardan 60.7 trilyon dolara artarak yaklaşık iki katına çıkmıştır. Bu ekonomik büyüme beraberinde talep artışını getirmiş ve dünya mal ticareti 6.1 trilyon dolardan 15.8 trilyon'a artarak 2.6 katına çıkmıştır.
- Türk şirketleri 2001 ulusal ekonomik krizi ihracat atılımı ile aşma yoluna gitmiş ve yurtdışı pazarlardaki fırsatları mümkün olduğunca zorlamıştır.
- 2009 yılında dünya ticaret hacminin %11, ihracatın gelişmiş ülkelerde %13.5, gelişmekte olan ülkelerde % 6.4 daralması beklenmektedir. Ticaretin az miktarda da olsa toparlanmanın 2010 yılında başlayacağı öngörülmektedir.

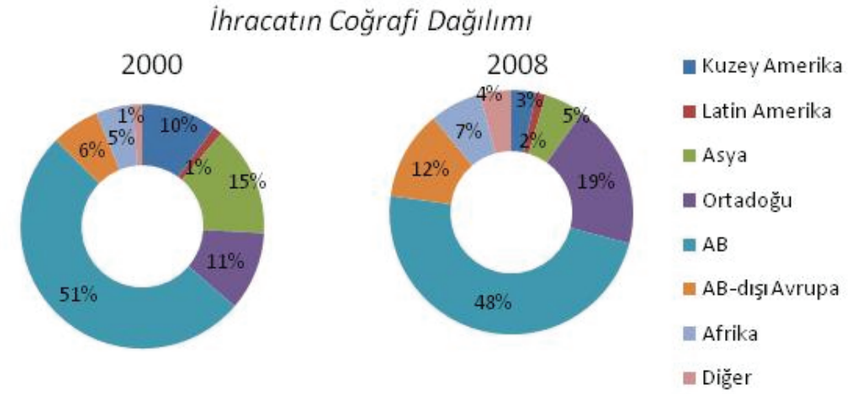
Kaynak: IMF World Economic Outlook

Yıllık Büyüme			
%	2008	2009	2010
Dünya ticaret hacmi (mal ve hizmetler)	3.3	-11.0	0.6
İthalat			
Gelişmiş ekonomiler	0.4	-12.1	0.4
Gelişmekte olan ekonomiler	10.9	-8.8	0.6
İhracat			
Gelişmiş ekonomiler	1.8	-13.5	0.5
Gelişmekte olan ekonomiler	6.0	-6.4	1.2
Petrol fiyatları	36.4	-46.4	20.2
Tüketici Fiyatları			
Gelişmiş ekonomiler	3.4	-0.2	0.3
Gelişmekte olan ekonomiler	9.3	5.7	4.7

- İhracatın sektörel dağılımına bakıldığında, 2008'de toplam ihracat içinde sanayi ürünleri %87 ile açık ara büyük bir ağırlığa sahipken, %11 tarım ve %2 oranında madencilik ürünleri ihracatı gerçekleşmiştir.
- 2008'de 24 sektörün %35'i toplam ihracatın %80'ini gerçekleştirmiştir.
  - 10 milyar $ seviyesinin üzerinde 5 sektör toplam ihracatın %65'i: Otomotiv, Demir-çelik, Konfeksiyon, Kimya, Elektronik
  - 5 milyar $ seviyesinin üzerinde 3 sektör toplam ihracatın %16'sı: Makina, Tekstil, Demir-Çelik

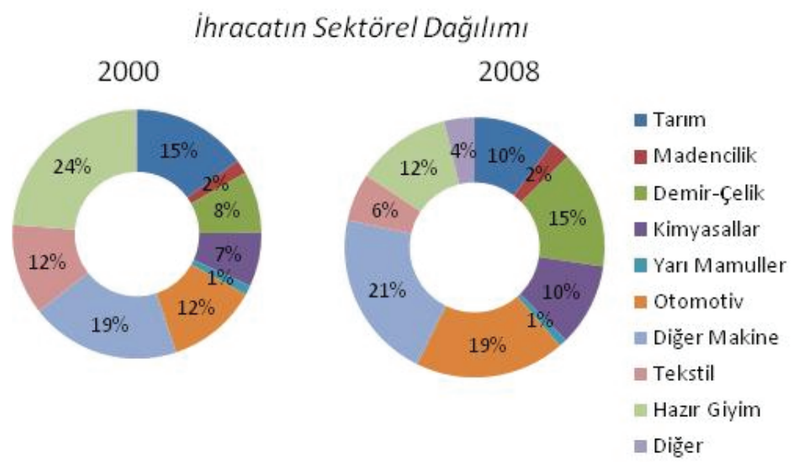


- 2000-2008 karşılaştırıldığında ihracat pazarlarımızda coğrafi açıdan önemli bir değişiklik olmamıştır.
- 2000 yılında Avrupa'nın toplam ihracat içinde 57% olan payı 2008'de 60%'a ulaştı.
- Ortadoğunun payı %8 arttı. Asya'nın payı %10 düştü.
- Hala satışlarımızın büyük bir kısmı Avrupa'ya yönelik.
- Demir – çeliğin payı iki katına çıktı.
- Otomotiv ve diğer makinanın payı %8 arttı. Tarımın payı %5 azaldı.

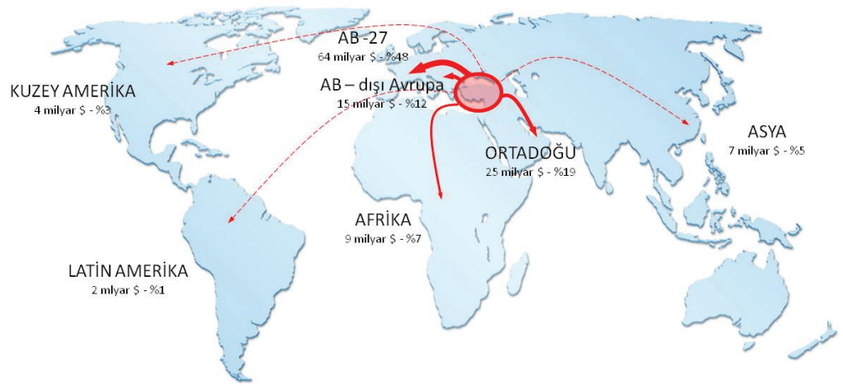


- Hazır giyimin payı %12, tekstilin patı %6 azaldı.

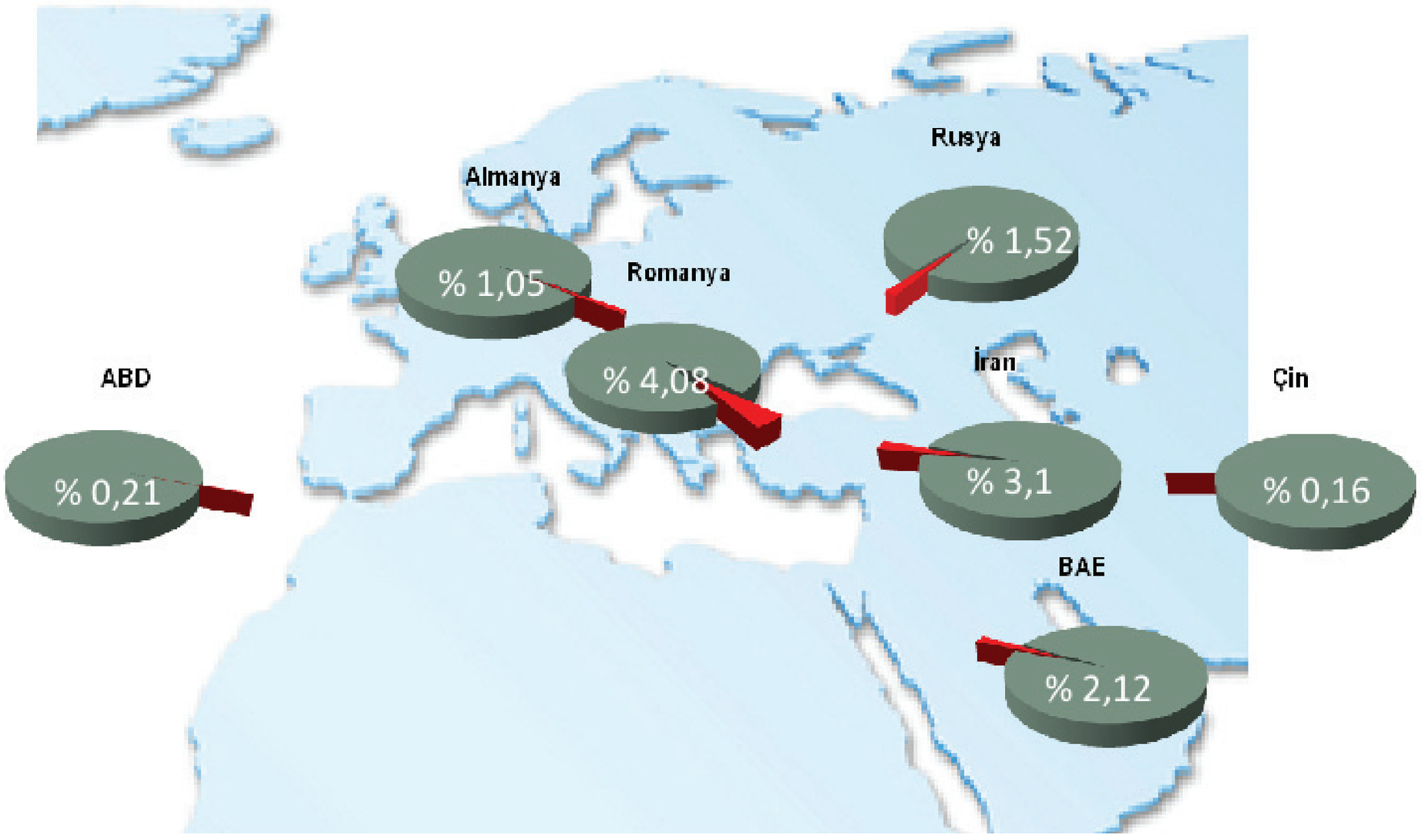
İhracatımızın sektörel dağılımı içinde demir-çelik, otomotiv ve makinenin payı artış gösterdi.



- 2008 yılı itibariyle Türkiye ihracatının bölgesel dağılımı incelendiğinde, mevcut ihracatımızın %60'ının, ekonomisi küçülmekte olan ve rekabetin daha da yoğunlaşmakta olduğu Avrupa pazarına yönelik olduğu görülmektedir.

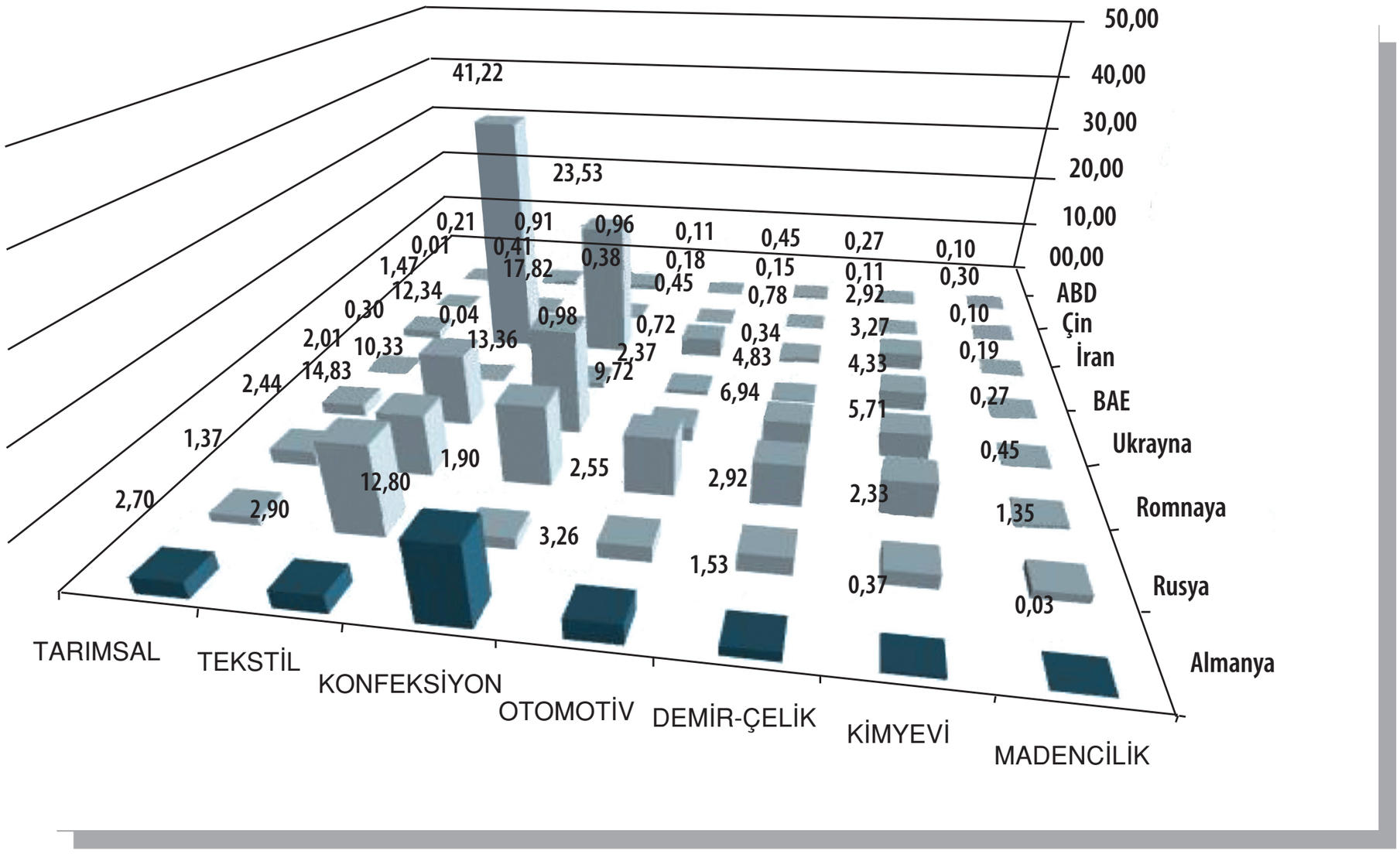


- Türkiye ihracatında 2009 yılı itibariyle ilk sırada olan Almanya'da bile pazar payımız %1.1 düzeyindedir.



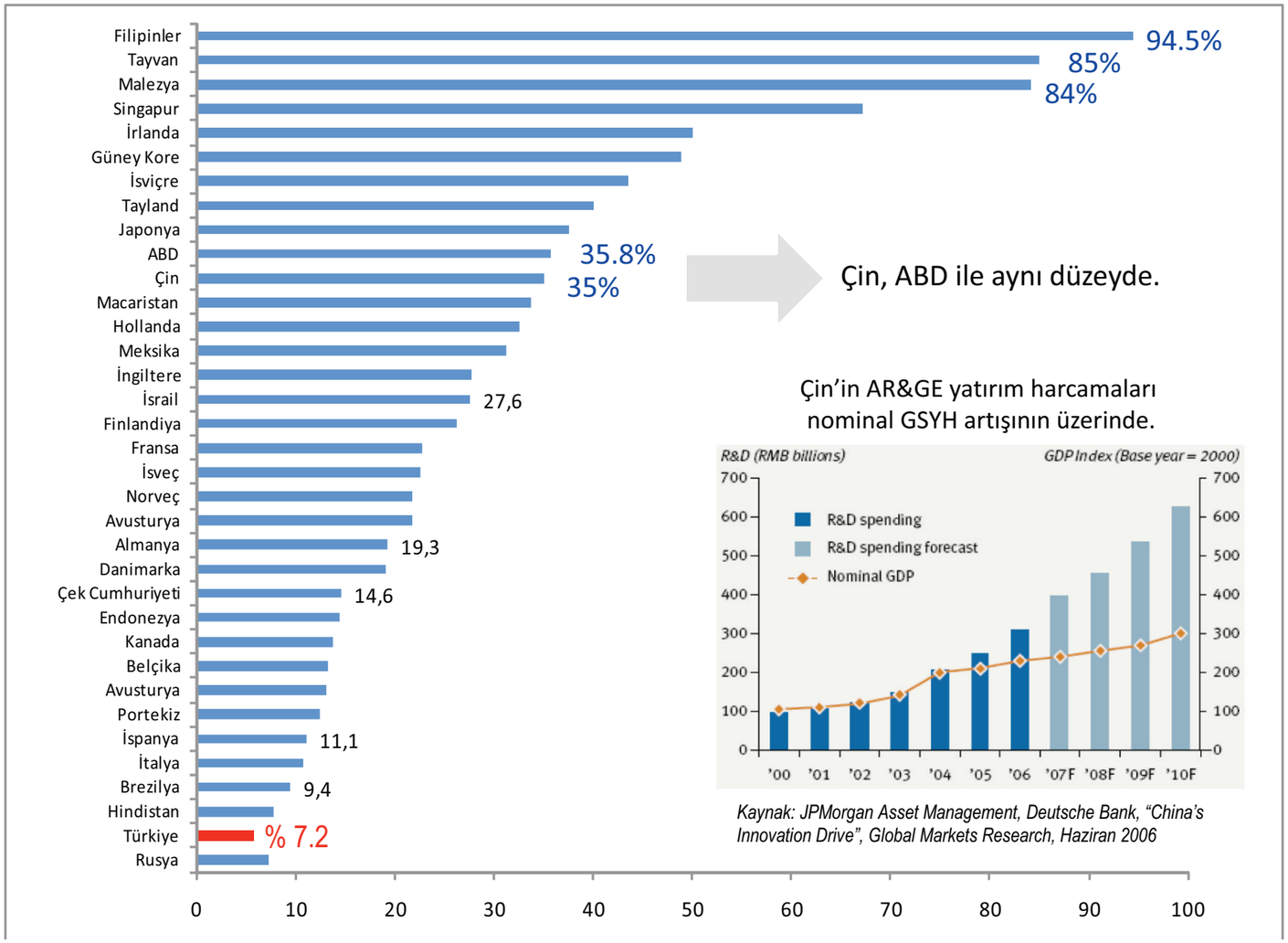
- Seçili bölge, ülke ve sektörler bazında pazar paylarımızı artırmak için ciddi potansiyel olduğu görülmektedir.

Türkiye İhracatının Pazar Payı – ülke ve sektör bazında (%) 2007



- Rekabet koşullarına bakıldığında; sanayi ağırlığı içinde kalite-fiyat rekabeti ile sanayileşen ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin ihracatı içinde ileri teknoloji payı çok düşük kalmıştır.

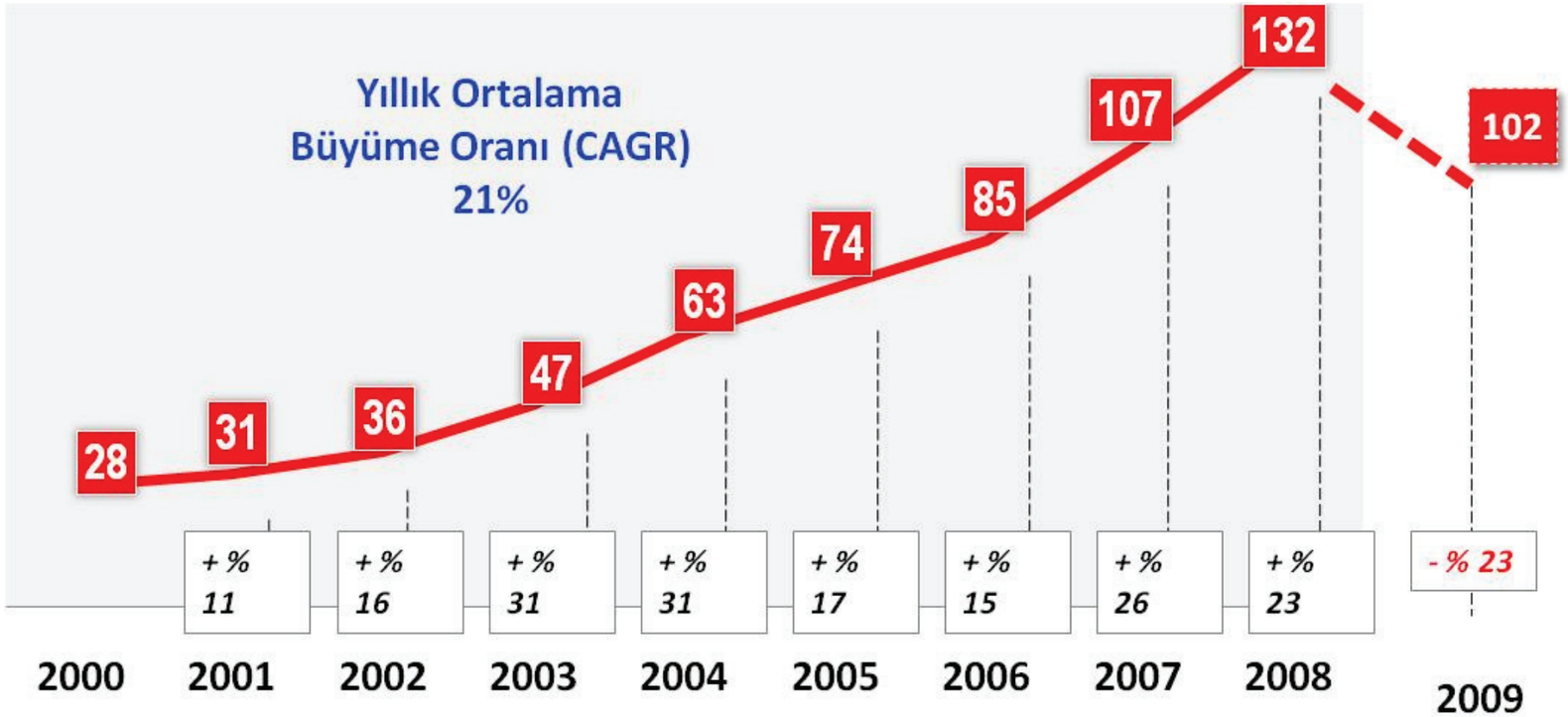
- Türkiye'nin toplam sanayi ihracatında ileri teknoloji ürünlerinin payı sadece %7 düzeyindedir.



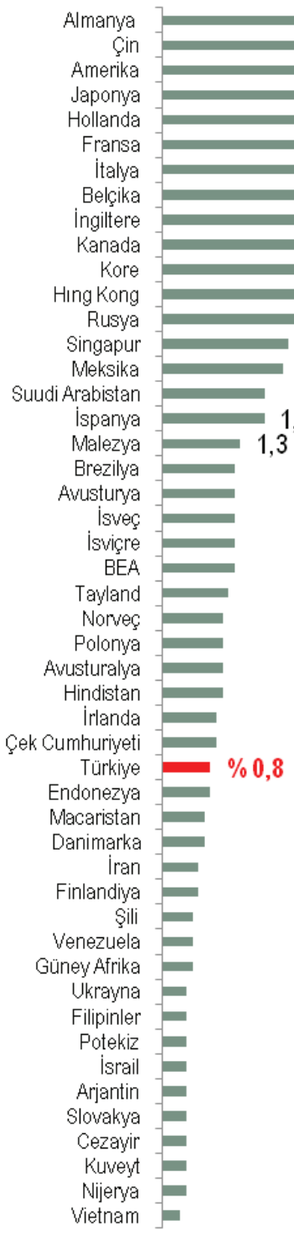
Kaynak: Global Sanayi Eğilimleri ve Türkiye için Değerlendirme, İSO

2000-2008 dönemi kritik unsurları

- 2001 sonrasında dünya ekonomisinde hızlı büyüme ile mal ticareti büyük artış kaydetmiştir. İhracat artış hızında Çin'den sonra Türkiye, dünyada ikinci sıradadır.
- Sanayi Hayat Eğrisinde, Türkiye kalite fiyat rekabeti içinde, sanayileşen ülkeler arasında yer almaktadır.
- 2001 sonrasında Amerikan Doları diğer para birimleri karşısında değer kaybetmiş, ancak para birimleri değerlenen gelişen ülkelerde hızlı ihracat artışı kaydedilmiştir.



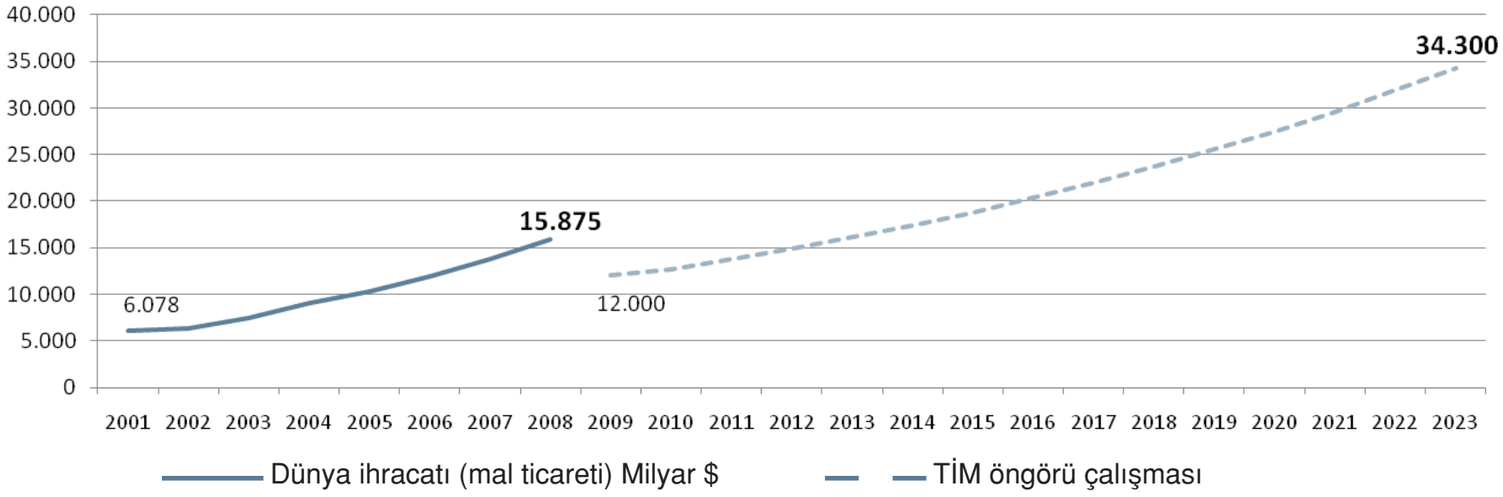
Şimdi önümüzdeki zorluk
bu artış trendini sürdürülebilir bir şekilde devam ettirmektir.



Türkiye'nin 2023'te ulaşmayı hedeflediği 500 Milyar $ düzey,

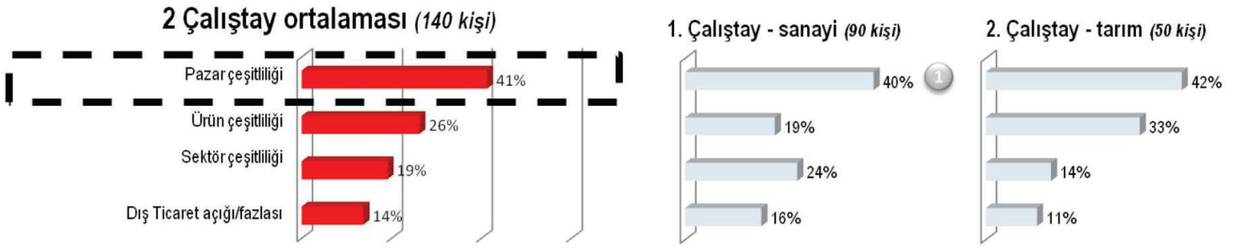
Dünya ihracatından payını 15 yılda 2'ye katlayarak

ilk 20 ihracatçı ülke arasına girmesi anlamına gelmektedir.

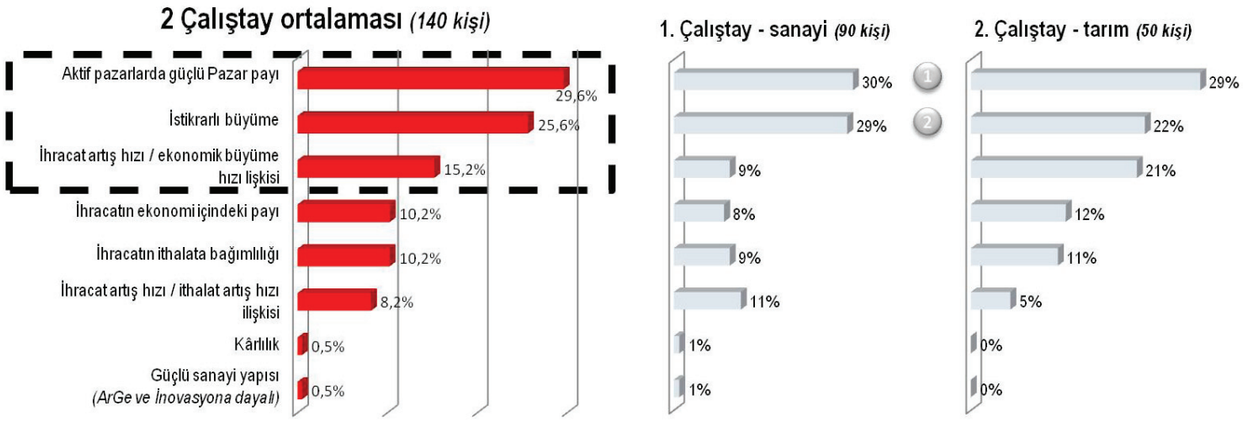


Ülkelerin Dünya ihracatında payları – 2007 (ilk sırada %9.5 payı ile Almanya var)

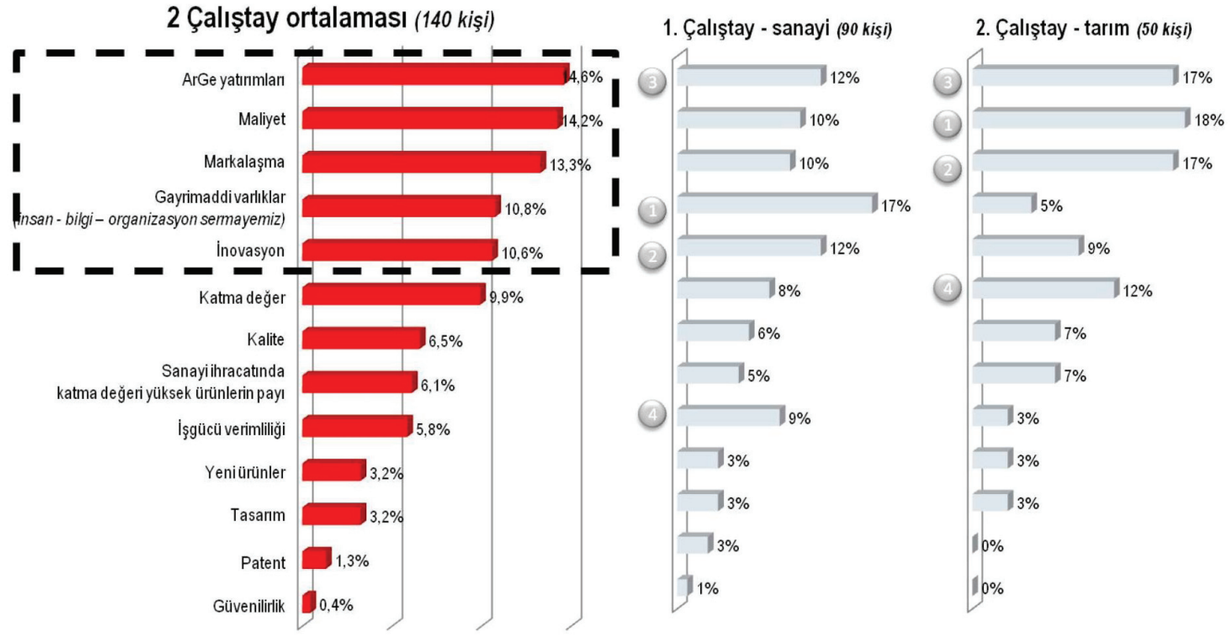
DENGELİ ihracat, büyük oranda Pazar-odaklı olmak şeklinde algılanmaktadır.

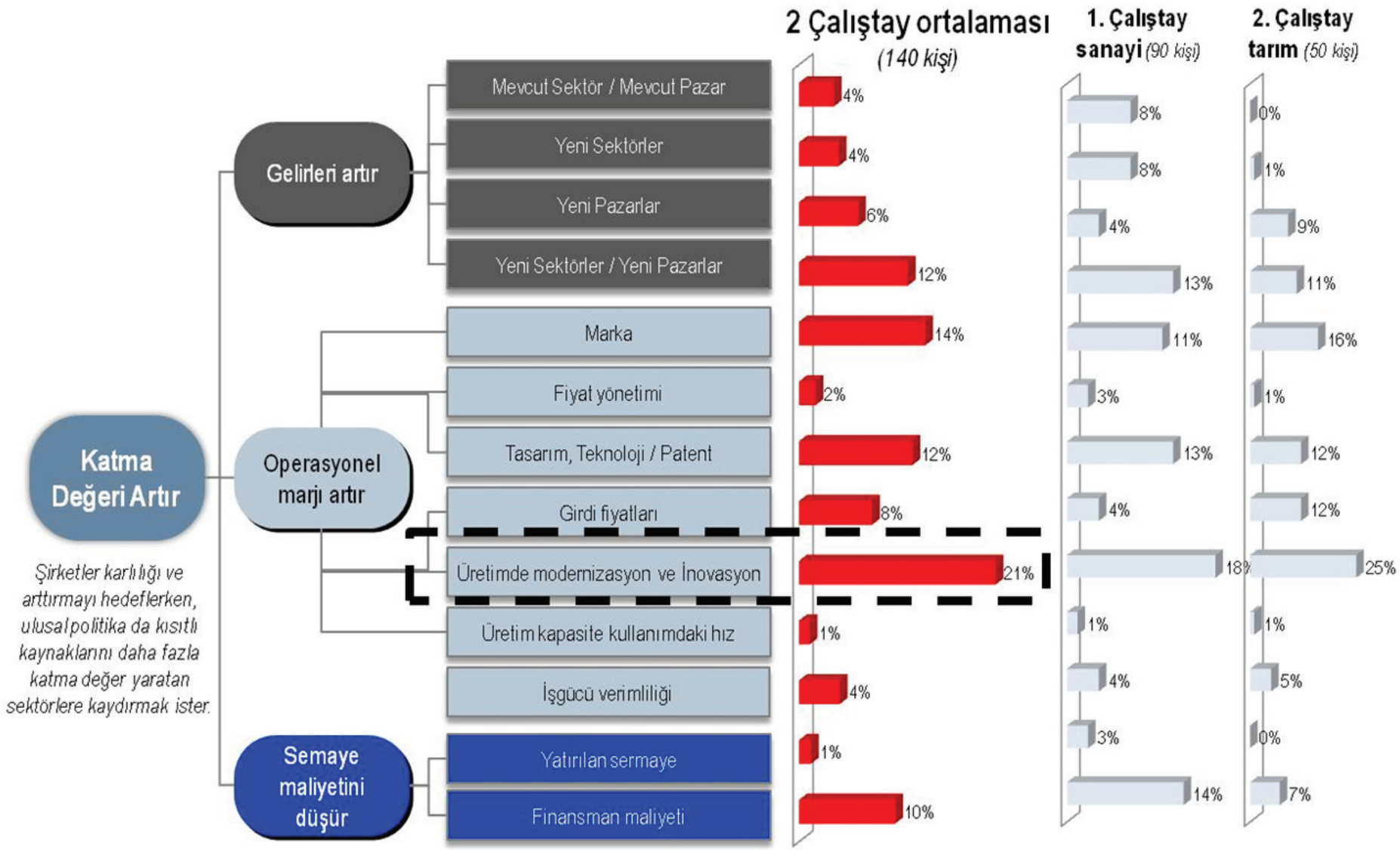


SÜRDÜRÜLEBİLİR ihracat, büyük oranda Pazar payını artırarak, istikrarlı/kesintisiz büyüme şeklinde algılanmaktadır



REKABETÇİ ihracat, büyük oranda inovasyon, teknoloji,verimlilik ve markalaşma ile rekabet etmek şeklinde algılanmaktadır.




Katma Değeri Artır
Şirketler karlılığı ve arttırmayı hedeflerken, ulusal politika da kısıtlı kaynaklarını daha fazla katma değer yaratan sektörlere kaydırmak ister.
Gelirleri artır
Mevcut Sektör / Mevcut Pazar
Yeni Sektörler
Yeni Pazarlar
Yeni Sektörler / Yeni Pazarlar
Operasyonel marjı artır
Marka
Fiyat yönetimi
Tasarım, Teknoloji / Patent
Girdi fiyatları
Üretimde modernizasyon ve İnovasyon
Üretim kapasite kullanımdaki hız
İşgücü verimliliği
Semaye maliyetini düşür
Yatırılan sermaye
Finansman maliyeti
2 Çalıştay ortalaması (140 kişi)
4%
4%
6%
12%
14%
2%
12%
8%
21%
1%
4%
1%
10%
1. Çalıştay sanayi (90 kişi)
8%
8%
4%
13%
11%
3%
13%
4%
18%
1%
4%
3%
14%
2. Çalıştay tarım (50 kişi)
0%
1%
9%
11%
16%
1%
12%
12%
25%
1%
5%
0%
7%

Güçlü Yanlar

- Pazarın büyüklüğü
- Genç, girişimci, gelişime açık insan kaynağı
- Ekonomik İşbirliği Teşkilatları (GB, EİT, İKÖ, D-8, KEİ, STA)
- Girişimci ve dinamik özel sektörün varlığı
- Esnek üretim yapısı
- Politik istikrar ve demokratik olgunluk
- Coğrafi konum ve iklim avantajı
- Lojistik (Tedarik Zinciri Yönetim
- Bölgesel güç olma
- Kaliteli üretim yapabilme kabiliyeti
- İş süreçlerine hızlı adaptasyon
- Geleneksel sektörlerde sahip olduğumuz know-how

Zayıf Yanlar

- Katma değeri düşük ürün karması
- Enerjide dışa bağımlılık ve yetersiz üretim
- Devlet ve özel sektörün düşük AR-GE yatırımı
- Patent ve endüstriyel tasarım yetersizliği
- Nitelikli, yetişmiş, mesleki işgücü ve meslek eğitimleri
- Doğru bilgiye hızla erişim konusundaki yetersizlikler
- Altyapı yetersizliği
- Finansal enstrümanların eksikliği ve mevcutların yeterli kullanılmaması
- Bürokrasideki çok başlılık ve koordinasyon eksikliği
- Coğrafi yoğunlaşma ve sektörel bağımlılık
- Yeni ürün geliştirmedeki eksiklik
- Pazarlama elemanı eksikliği
- İşgücüne yüksek vergi ve sigorta yükü
- Yüksek girdi fiyatları
- İhracatta teknik engeller
- Rekabetçi avantajımız olan ürünlerin AB ithalatında düşen payı
- Seçici teşvik politikalarının olmaması
- Piyasa denetim ve gözetiminin çok zayıf olması
- Dolaylı vergiler
- Serbest dolaşım
- Rekabetçiliğe uygun olmayan kanuni altyapı
- İthal teknoloji kullanımı
- Dış Ticarete ilişkin mevzuatın karışık olması
- Kayıtdışı – haksız rekabet
- Yaratıcı İK
- İş yasaları ve uygulama
- Sistem ve süreçlere bağlı yönetim anlayışının eksikliği
- Yabancı ortaklık geliştirmede güven sorunu
- Türk malı imajı yetersizliği
- Tanıtım yetersizliği
- İhracatın ithalat bağımlılığı
- Hizmet sektörü zayıflığı
- Yabancı sermaye girişindeki yetersizlik
- Gümrük sorunları
- Girişimci kalitesi

Fırsatlar

- Komşu ve çevre ülkelerdeki büyüme ve artan tüketim
- AB'ye üyelik
- İktisadi sistemin yeniden inşası
- Yeni pazarlara açılım
- Teknolojik dönüşüm
- Geleneksel sektörlerde sahip olduğumuz birikimi dönüştürebilmek
- Mevcut pazar potansiyelimizi artırmak
- Dağıtım kanallarının ve markaların ani el değiştirmesi
- Artan ülke imajı
- Türkiye'ye yabancı sermayenin ilgisindeki artış
- Kullanılmamış kümelenme potansiyeli
- Küreselleşme
- Teknik Mevzuat uyumu

Tehditler

- Dünyadaki korumacı eğilimler
- Dış talepte gerileme
- Artan küresel rekabet
- Kur riski
- Teknolojik dönüşümün dışında kalma riski
- Dünya çevre standartlarına uyumsuzluk
- Ucuz işgücü rekabeti
- Doğal kaynakların azalması
- İklim değişikliği
- AB'nin yaptığı STA'ların dışında kalmamız
- Dış finansman teminindeki yetersizlik
- Rakiplerin AR-GE atılımı
- Bölgesel istikrarsızlık



Vizyoner Yönlenme

- İhracat büyüme projesinin ana eksenleri incelediğinde Ürün – Pazar çeşitliliği matrisinde dört ana büyüme alanı irdelenmiştir:

  1) Mevcut pazar/sektör potansiyelinin maksimize edilmesi ile mevcut pazar paylarımızın artırılması,
  2) Yüksek büyüme potansiyeli arz eden, ithalatları artan hedef pazarlara açılım
  3) Yeni sektörler ve yeni geliştirilen ürünlerle mevcut pazarlara yapılan satışların artırılması
  4) Yeni pazarlara yeni sektörlerle erişim

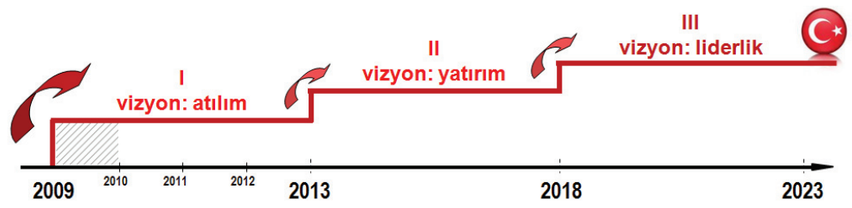
- İhracatın kapsamını genişletilmesi, çifte vergilendirmenin kaldırılması, vb. gibi teknik konular Yapısal İyileştirmeler kapsamında dikkate alınmıştır.

- Daralan dünya ekonomisi ve ticareti içinde zorlu rekabet şartları altında rakiplerden pay alarak pazar paylarını artırmak ve ihracat içindeki orta-ileri teknoloji oranını artırmak zorunluluğu Türkiye'nin 2009-2013 döneminde başlıca zorluk alanlarıdır.

- "500 Milyar $" rakamsal bir hedef olmanın ötesinde, büyük bir değişim iddiasını sembolize etmektedir.

- Strateji yönetimi, değişim yönetimi demektir ve Türk ihracatçıları, ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmak üzere tüm gücünü topyekun seferber etmek üzere harekete geçmektedir.

- Ülke seviyesindeki aşamalı dönüşüm, bugünden yarına gerçekleşmeyecek, uzun bir süreçtir. Beşer yıllık üç dönemde planlanan değişim ve strateji yönetimi sürecinin ilk 5 yıllık dönemi, hızla sonuç alacağımız mevcut alanlarda payımızı büyütmek ve asıl değişimi yapacak alanlara yatırım anlamına gelmektedir.



- İlk beş yıllık dönem olan 2009-2013 döneminin öncelikleri;
  - Eldeki mevcut sektörlerin potansiyelini azami düzeyde kullanmak, hızla kaynak yaratmak ve dönüşümü yaratacak sektörlere yatırım için planlama,
  - Dışarıya bağımlı olmadığımız, hammadde üstünlüğümüz olan ürünlerin işlenmiş ihracatını artırmak,
  - Mevcut üstün ve know-how'a sahip olduğumuz sektörlerde modernizasyon ve inovasyon ile dönüşüm (örneğin tekstil, otomotiv, vb.)
  - Hızla hedef pazarlara açılım (Pazar çeşitliliği),
  - İhracatın önündeki teknik engellerin kaldırılması
  - AR&GE yatırımları ve kapasitesi – orta ve ileri teknoloji üreten firmaların satın alınması,
  - Finansman olanaklarının güçlendirilmesi,
  - Yabancı sermayenin ülkeye çekilmesi ve
  - Alt-yapı ihtiyaçlarının tamamlanması
- İkinci beş yıllık 2013-2018 döneminin öncelikleri;
  - Dönüşümü yaratacak sektörlere odaklanma ve yatırım,
  - İleri teknolojili ürünlerin ihracat içindeki paylarını artıracak yeni sektör karmalarına odaklanma,
  - Sektör çeşitliği
  - Yenilenebilir ve alternatif enerji kaynakları
- Üçüncü beş yıllık 2018-2023 döneminin öncelikleri;
  - Belirlenmiş alanlarda liderlik ve yeni zorluklara hazırlanmak,
  - Kendi teknolojimize sahiplik,
  - Yeni ürün, yeni sektör karmasına geçiş

! Daralan Dünya ekonomisi ve ticareti içinde Pazar payımızı artırmak.

! İhracatımız içinde orta-ileri teknoloji oranını artırmak.

Ürün – Pazar Çeşitliliği Matrisi

Sektör / Ürün \ Pazar / Müşteri	mevcut	Yeni
Yeni	**Yeni Sektörler** Mevcut pazar yeni ürün ve sektörler	**3** Yeni geliştirilen ürünler (mevcut pazarlar için)
		4 Yeni müşterilere yeni ürünlerle erişim
		Yeni Kanallar Yeni pazar/müş-teri ve yeni ürün / sektörler
mevcut	**Mevcut Portföy** Mevcut pazar/ müşteri ve mevcut ürün / sektörler	**1** Mevcut Portföy
		2 Hedef Pazarlara açılım (mevcut ürünlerle)
		Yeni Müşteriler Mevcut ürün / sektörler yeni pazarlara açılım

0 Yapısal iyileştirmeler

- 500 Milyar $ ihracat, rakamsal bir hedef olmanın ötesinde, büyük bir değişim iddiasını sembolize etmektedir. Strateji yönetimi, değişim yönetimi demektir ve Türk ihracatçıları, ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmak üzere tüm gücünü topyekun seferber etmek üzere harekete geçmektedir.

BUGÜN		YARIN
▪ Reaktif, teknolojik dönüşüme ayak uyduramayan ▪ Fiyatta rekabet etmeye çalışan ▪ Üretim/Ürün Teknolojisinde dışarıya bağımlı ▪ Sanayide üretim ▪ Sadece kapasite artışına odaklanan ▪ Girdi maliyetleri yüksek, enerji kaynakları kıt ▪ Çevreye duyarsız	**Teknolojik Gelişim ve Altyapı**	▪ Vizyoner (bir adım önde) ▪ Yüksek Katma Değer elde eden ▪ ArGe yapan, Tasarım yetkinliklerini geliştirmiş, İleri teknoloji üreten ve Fikri hakları koruyan ▪ Sanayileşmiş ▪ Verimli, Üretken ve Etkin olmaya odaklanan ▪ Yenilenebilir ve alternatif enerji kaynakları geliştirmiş ▪ Çevresel unsurları fırsat ve kaldıraç olarak değerlendirmiş
▪ İmaj yönetiminde pasif ▪ Fasoncu ▪ Ürün odaklı ▪ Yerel Üretici	**Ülke Konumlaması**	▪ Aktif itibar yönetimi yapan ▪ Pazarı set eden ▪ Pazar odaklı ▪ Global markalar çıkarmış *(alarak ve yaratarak)*
▪ Önceliksiz teşvik sistemi ▪ Yapısal kısıtlamaları geçmişten taşıyan *mevzuat, bürokrasi, vergi (kayıtdışı), teşvik reformu*	**Mevzuat**	▪ Fark yaratacak alanlara odaklanmış ▪ Mevzuatta dünya standartlarını yakalamış
▪ Kısa-vadeli çözümler ▪ Operasyonel düşünce yapısı ▪ Büroksaride çok başlılık ve koordinasyon eksikliği ▪ Genç, girişimci ancak niteliksiz işgücü	**İş Yapış Şekli**	▪ Stratejik düşünce yapısı ve uzun vadeli planlar ▪ İnovasyonu içselleştirmiş (tüm süreçlerde) ▪ Paydaşlar arasında koordinasyonu en üst düzeye taşıyarak, sinerji üreten ▪ Nitelikli işgücü yetiştirmiş, dünyaya açılacak kilit yönetim yetkinliklerine sahip

- Türkiye İhracat Strateji Uygulama Modeli, ihracatı ülke düzeyinde ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele almaktadır. Bu nedenle oluşturulan modelin üst çatısı oluşturulurken ilk yönlenme 2007-2013 yıllarını kapsayan IX. Kalkınma Planı'na baz edilmiş, ihracatın ülke ekonomisi içindeki öneminin vurgulanmasıyla, ülke ekonomisinde hizmet ettiği önemli alanlara işaret edilmiştir.
- Söz konusu alanlar,
- Rekabet gücünün artırılması
- İstihdamın artırılması
- Bölgesel gelişmişliğin temin edilmesi

olarak belirlenmiştir.

TÜRKİYE VİZYONU:

İstikrar içinde büyüyen, gelirini daha adil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen ve AB'ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye

1. Rekabet Gücünün Artırılması	2. İstihdamın Artırılması	3. Beşeri Gelişme ve Sosyal Dayanışmanın Güçlendirilmesi	4. Bölgesel Gelişmenin Sağlanması	5. Kamu Hizmetlerinde Kalite ve Etkinliğin Artırılması
1. Makroekonomik istikrarın kalıcı hale getirilmesi. 2. İş ortamının iyileştirilmesi 3. Ekonomide kayıt dışılığın azaltılması 4. Finansal sistemin geliştirilmesi 5. Enerji ve Ulaştırma altyapısının geliştirilmesi 6. Çevrenin korunması ve kentsel altyapının geliştirilmesi 7. ArGe ve yenilikçiliğin geliştirilmesi 8. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin yaygınlaştırılması 9. Tarımsal yapının etkinleştirilmesi 10. Sanayi ve hizmetlerde yüksek katma değerli üretim yapısına geçişin sağlanması.	1. İşgücü piyasasının geliştirilmesi 2. Eğitimin işgücü talebine duyarlılığının artırılması 3. Aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi	1. Eğitim sisteminin geliştirilmesi 2. Sağlık sisteminin etkinleştirilmesi 3. Gelir dağılımının iyileştirilmesi, sosyal içerme ve yoksullukla mücadele 4. Sosyal Güvenlik sisteminin etkinliğinin artırılması 5. Kültürün korunması, geliştirilmesi ve toplumsal diyaloğun güçlendirilmesi	1. Bölgesel gelişme politikasının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi 2. Yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişmenin sağlanması 3. Yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılması 4. Kırsal kesimde kalkınmanın sağlanması	1. Kurumlararası yetki ve sorumlulukların rasyonelleştirilmesi 2. Politika oluşturma ve uygulama kapasitesinin artırılması 3. Kamu kesiminde insan kaynaklarının geliştirilmesi 4. E-devlet uygulamalarının yaygınlaştırılması ve etkinleştirilmesi 5. Adalet sisteminin iyileştirilmesi 6. Güvenlik hizmetlerinin etkinleştirilmesi

İHRACATIN DEĞER YARATMAYA KATKISI

REKABET GÜCÜNÜ ARTIR

İSTİHDAMI ARTIR

BÖLGESEL GELİŞİMİ TEMİN ET

Amacımız, İhracatın ülke vizyonuna katkısının takip edilmesi, ölçülmesi, yönetilmesi ve ilgili kamu idareleri ile uyumlanmasının sağlanmasıdır.

- Türkiye'nin ihracat stratejisi çeşitli kurumların Stratejik Plan ve dokümanlarında ifade edilmiştir. Bugüne kadar başta DPT tarafından hazırlanan IX. Kalkınma Planı, Dış Ticaret Özel İhtisas Komisyon Raporu, DTM Stratejik Planı ve DTM tarafından hazırlanan İhracat Stratejik Planı olmak üzere, ihracat stratejisine yönelik çeşitli kurumlar tarafından kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Proje kapsamında ihracat stratejisine yönelik yapılan ilgili çalışmalar biraraya getirilmek suretiyle, diğer paydaşların da katılımıyla strateji netleştirilme çalışması yürütülmüştür.



1 İhracatın mal bileşeninin katma değeri yüksek ürünlerden oluşmasının sağlanması
2 İhracatın ithalata bağımlılığının sektörel ve makro bazda azaltılması
3 Yatırımcıların önündeki tüm engellerin kaldırılması ve yatırımı özendirici tedbirlerin alınması
4 Kaliteli Türk ürünlerinin müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlamasının sağlanması
5 Bürokrasinin Azaltılması ve Denetim Etkinliği'nin sağlanması
6 AB teknik mevzuatına uyum çalışmalarının tamamlanması ve AB dışı ülkelerle ticaretimizdeki teknik engellerin asgariye indirilmesi için imkanların değerlendirilmesi



1 Ülke genelinde dış ticaret kültürünü ve bilincini yaygınlaştırmak
2 Kurumsal gelişimi sürekli kılmak
3 Sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak
4 Üretimi teşvik edecek ve ekonomiye yönelik zarar ve tehditleri önleyecek ithalat politikaları geliştirmek
5 Kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlayacak politikalar geliştirmek
6 Dış ticareti kolaylaştırıcı politikalar oluşturmak, yurtdışı müteahhitlik ile teknik müşavirlik hizmetlerini geliştirmek

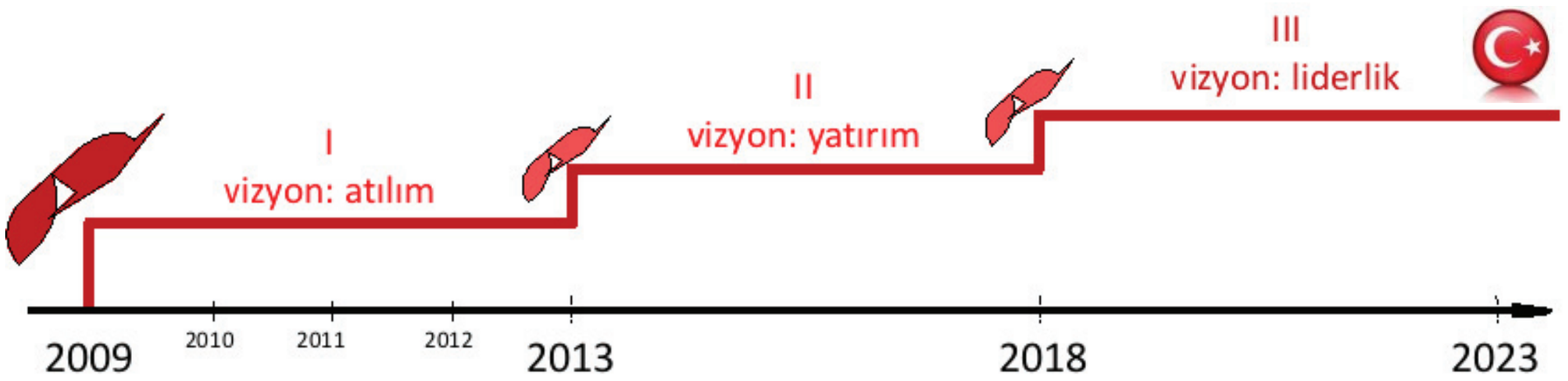


Kaliteli Türk ürünlerinin, başta hedef ülkeler olmak üzere, dış pazarlarda müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlamasını sağlamak.
2 İhracata ilişkin her türlü bilginin eşgüdüm içinde, güncel, etkileşimli ve küresel standartlara uygun olarak kullanımını sağlamak ve Türkiye'nin ihracat potansiyelinin tanıtılması için gerekli altyapıyı oluşturmak.
3 Sektörel öncelikler de dikkate alınarak, ihracatçılara uluslar arası rekabetçi fiyatlardan girdi temin etmek, üretim ve ihracat aşamasında yeterli ve etkin destek sağlayacak mekanizmaları geliştirmek.
4 İkili ve çok taraflı ticari ilişkiler kapsamında, ihracatçıların pazara giriş olanaklarını geliştirmek ve mevcut Pazar paylarını arttırmak.
5 İhracatın geliştirilmesi ve önündeki engellerin kaldırılması amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu sağlayacak yapı ve işleyişleri geliştirmek

- Her bir stratejik hedef ülke nezdinde DPT tarafından yapılan Kalkınma Planı ve DTM tarafından yapılan Stratejik Plan (2009-2013) ve DTM İhracat Stratejisi ile ilişkilendirilerek, geçmiş çalışmalarındaki öncelikleri kapsamasına önem verilmiştir.

		IX. Kalkınma Planı, Dış Ticaret Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2009-2013)						DTM Stratejik Planı (2009-2013)						DTM İhracat Stratejisi (2004-2006)					
		İhracatın mal bileşeninin katma değeri yüksek ürünlerden oluşmasının sağlanması	İhracatın ithalatla bağımlılığının sektörel ve makro bazda azaltılması	Yatırımcıların önündeki tüm engellerin kaldırılması ve yatırımı özendirici tedbirlerin alınması	Kaliteli Türk ürünlerinin müşteri odaklı ve dinamik teknikler ile tanıtım ve pazarlanmasının sağlanması	Bürokrasinin Azaltılması ve Denetim Etkinliğinin sağlanması	AB ile imzalanacak uyum çalışmalarının tamamlanması ve AB dışı ülkelerle ticaretimizdeki teknik engellerin aşamalı indirimi için imkanların değerlendirilmesi	Ülke genelinde dış ticaret bilincinin ve kültürünün yaygınlaştırılması	Kurumsal eğitim sürekli kılınacak	Sürdürülebilir ihracatçıyı sağlamak	Üretimi teşvik edecek ve ekonomiye yön verecek ticaret politikası geliştirmek	Kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlayacak politikalar oluşturmak	Dış ticaret için yapısal politikalar oluşturmak, yurtiçi üretimin ithalatla yarışabilir hale gelmesini sağlamak	Kaliteli Türk ürünlerinin, başta hedef ülkeler olmak üzere, dış pazarlarda müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlanmasını sağlamak.	İhracata ilişkin her türlü bilginin eşgüdüm içinde, güncel, etkileşimli ve küresel standartlara uygun olarak kullanımını sağlamak ve Türkiye'nin ihracat potansiyelinin tanıtılması için gerekli altyapıyı oluşturmak	Sektörel önceliklere de dikkat alınarak, ihracatçıların uluslar arası rekabete dayanabilecek ürün ve ihracat ağırlığında yeterli ve etkin destek sağlayacak mekanizmaları geliştirmek	İkili ve çok taraflı ticari ilişkiler kapsamında, ihracatçıların pazara giriş olanaklarını geliştirmek ve mevcut Pazar paylarını arttırmak.	İhracatın geliştirilmesi ve önündeki engellerin kaldırılması amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu sağlayacak yapı ve işleyişleri geliştirmek
İHRACAT SONUÇLARI	İhracatın Ekonomik Kalkınma içindeki yeri ve Ekonomiye katma değer																		
	İSTİKRARLI İHRACAT ARTIŞI																		
	Mevcut pazar paylarını artır															X			
	Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve pazar payını artır																		
	İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir									X									
İHRACATÇILAR	İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini iderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ilearttır	X	X							X									
	İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla															X			
SÜREÇLER	Invest in Turkey (yabancı yatırımcıların ve sermayenin ülkeye çekilmesi)			X					Kurumsal		İthalat								
	Made in Turkey (ülke imajının arbnlması)				X							X		X					
	İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir																		
	İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumları											X							
	İkili ve çoklu ticaret işbirliklerini güçlendir						X			X							X		
	Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir			X		X	X									X			
	Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et		X									X				X			
TEMEL YETİNLİLİKLER	Düşük-nitelikliden yüksek-nitelikli insan sermayesine geç							X											
	Doğru bilgiye ve Pazar istihbaratına hızlı ulaşımı temin et							X					X		X				
	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır		X					X											X
	Etkin strateji yönetimini (governance) temin et																		

- Ülke seviyesindekli dönüşüm, bugünden yarına gerçekleşmeyecek, uzun bir yol olmakla birlikte, değişimi şekillendirecek stratejilerin çerçevesini doğru olşuturduğumuz takdirde, önemli bir mesafe kat etmiş olacağız. Performans Programı, 5'er yıllık üç vizyon döneminin ilk beş yılı olan 2009-2013 dönemine odaklanmış ve aynı zamanda da önemli temel ölçütler için 2018 ve 2023 başarı seviyeleri de belirlenmiştir.

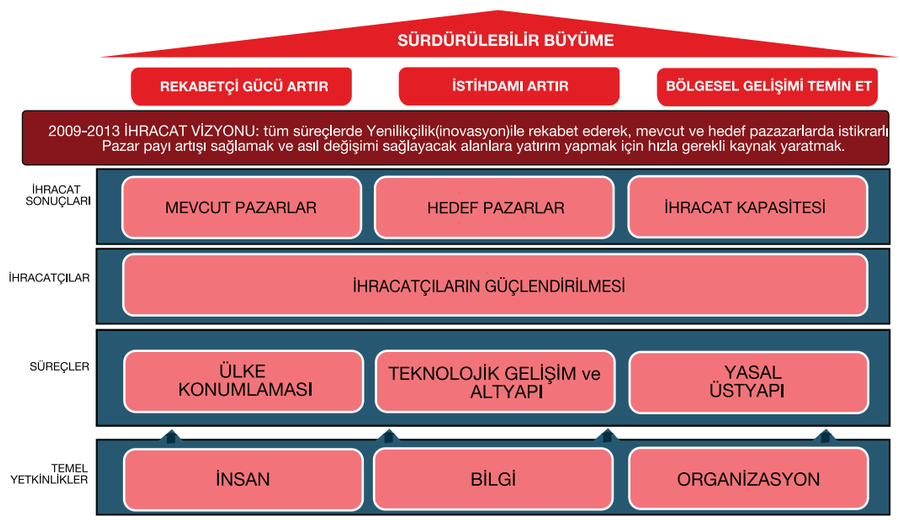


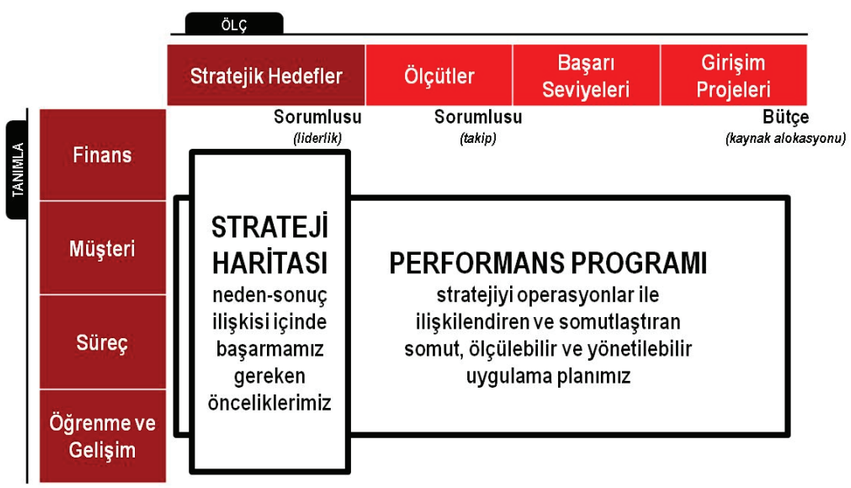
2013'te tüm süreçlerinde yenilikçilik (inovasyon) ile rekabet ediyor, mevcut ve hedef pazarlarda istikrarlı Pazar payı artışı sağlamış ve asıl değişimi sağlayacak alanlara yatırım yapmak için gerekli kaynağı yaratmış olmak.

2023'te Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 ekonomisi içinde yer alabilmesini desteklemek üzere teknolojik dönüşümü tamamlamış, üretim teknolojilerine hakim, belirlenmiş alanlarda liderlik pozisyonuna gelerek, İhracat gelirini 500 milyar $'a çıkarmak.

İhracat Vizyonumuz 5'er yıllık üç dönemde değerlendirilmektedir.

- Strateji Haritası, vizyonumuza ulaşmak için belirlediğimiz oyun planımızı, bütünsellik içinde birbirlerine sebep sonuç ilişkileriyle bağlı olarak tek bir sayfada tanımlamaktadır. 2009-2013 dönemi "Türkiye İhracat Strateji Haritası" vizyonumuzun önceliklerini ortaya koyan 18 Stratejik Hedef ve 72 Ölçüt'ten oluşmaktadır.
- Odak alanların tanımlanmasının ardından her bir alan için öncelikleri gösteren Stratejik Hedefler belirlenmiş ve Strateji Haritası oluşturulmuştur.
- Performans Programı, Strateji Haritası'nda tanımlan Stratejik Hedefleri, ölçümlenebilir, dolayısıyla yönetilebilir kılmaktadır.
- İhracat Strateji Uygulama Modeli genel çerçeveyi tanımlarken Strateji Haritası ve Performans Programı 2023 Vizyonunu gerçekleştirmede ilk 5 yıllık dönem olan 2009-2013 dönemine odaklanmıştır.





- Ulusal ölçekte strateji yönetimi bir değişim programıdır, uzun soluklu bir yola çıkılmaktadır. İşte bu nedenle, yolculuğun ilk beş yılı olan 2009 – 2013 dönemi çok kritik bir dönemdir. Bu dönemin performansının en etkin ve dinamik bir şekilde yönetilmesi, stratejik ana hatlarda ilgili paydaş kuruluş-larda farkındalığının artırılabilmesi ve en üst düzeyde işbirliğinin sağlanabilmesi performans modelinin başarısı için çok önemlidir.

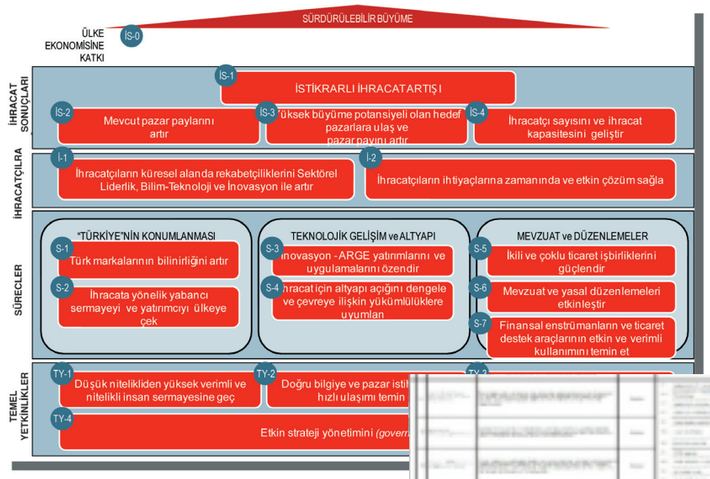
Ekonomik Kalkınma'nın bir unsuru olarak İhracat Stratejisi



Türkiye İhracat Strateji

Uygulama Modeli

Çıktılar: Ulaşılması hedeflenen Stratejik Hedefler



Türkiye İhracat Strateji Haritası 2009-2013

Sürükleyiciler: Amaçlanan çıktılara ulaşmamızı sağla-yacak önceliklerimizi gösteren Stratejik Hedefler

Performans Programı

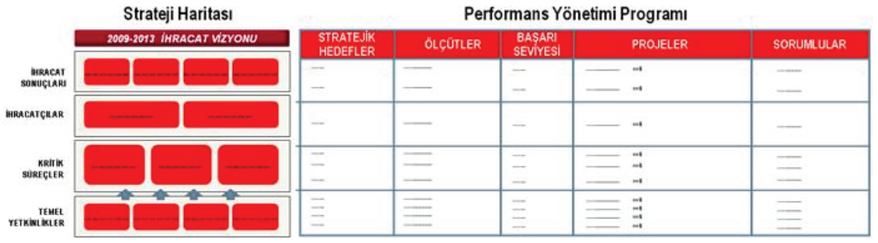
- 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefimize ulaşmamızı sağlayacak ihracat stratejisi çok paydaşlı olup, pek çok kurum ve kuruluşun katkısını, ortak hedeflere uyumunu ve koordinasyonunu gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda, ihracatın ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmasıyla tüm ilgili kurum ve kuruluşların uyumlu hareket etmeleri gerekmektedir.

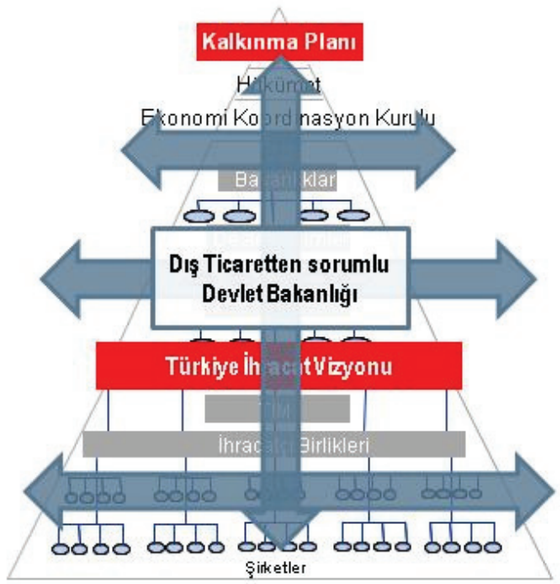
	Stratejik Hedefler	Sorumlu	İlgili Kurum ve Kuruluşlar
İHRACAT SONUÇLARI	İS0- İhracatın ekonomik kalkınma içindeki yeri ve ekonomiye katma değer	Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı	Ulaşılması hedeflenen sonuçlar
	İS1- İstikrarlı ihracat artışı	DTM Müsteşarı	
	İS2- Mevcut pazar paylarını artır	DTM Müsteşarı	
	İS3- Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve pazar payını artır	DTM Müsteşarı	
	İS4- İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir	DTM Müsteşarı	
İHRACATÇILAR	İ1- İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ile artır	DTM Müsteşarı	
	İ2- İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla	TİM	
SÜREÇLER – KONUMLAMA	S1- Türk markalarının bilinirliğini artır	D.T. Sor. Devlet Bak.	
	S2- İhracata yönelik yabancı sermayeyi ve yatırımcıyı ülkeye çek	D.T. Sor. Devlet Bak.	Hazine Yabancı Sermeye Genel Müdürlüğü, Yatırım Ajansı, YASED
SÜREÇLER – TEKNOLOJİ ve ALTYAPI	S3- İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir	D.T. Sor. Devlet Bak.	TÜBİTAK, TTGV, Sanayi Bakanlığı - KOSGEB
	S4- İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumlan	D.T. Sor. Devlet Bak.	Sanayi Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, UND, Enerji Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, DPT
SÜREÇLER – MEVZUAT	S5- İkili ve çoklu ticaret işbirliklerini güçlendir	DTM Müsteşarı	DTM, TİM
	S6- Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir	DTM Müsteşarı	DTM, TİM
	S7- Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et	DTM Müsteşarı	Eximbank, Bankalar Birliği, Merkez Bankası, KOSGEB, Hazine – Gelir İdaresi, DTM
TEMEL YETKİNLİKLER	TY1- Düşük nitelikliden yüksek verimli ve nitelikli insan sermayesine geç	TİM	TİM, İGEME, KOSGEB, Milli Eğitim Bakanlığı, TOBB
	TY2- Doğru bilgiye ve pazar İstihbaratına hızlı ulaşımı temin et	İGEME	İGEME
	TY3- Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	D.T. Sor. Devlet Bak.	Tüm paydaşlar
	TY4- Etkin strateji yönetimini (governance) temin et	TİM	DTM, TİM

Türkiye İhracat Strateji Haritası ve Performans Programı



- 2009-2013 dönemi Türkiye İhracat Strateji Haritası bütünsellik içinde tanımlanmış, ihracat vizyonumuzun önceliklerini ortaya koyan 18 Stratejik Hedef'ten oluşmaktadır.
- Haritadaki her bir ifade Stratejik Hedeflerimizi göstermektedir. Haritadaki Stratejik Hedefler, İhracat Sonuçları, İhracatçılar, Süreçler ve Temel Yetkinlikler olmak üzere dört perspektifte yapılandırılmıştır.
- Sebep sonuç ilişkisine göre ihracat sonuçlarına ulaşabilmek için ihracatçıların küresel arenada güçlendirilmesi hedeflenmektedir. İhracatçıları küresel alanda güçlendirebilmek ve hedeflenen ihracat sonuçlarına ulaşabilmek için odaklanılması gereken kritik süreçlerin iyileştirilmesi ve insan sermayesi, bilgi sermayesi ve organizasyonel sermayenin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Strateji Haritası'nın kurgusu yukarıdan aşağı doğru yapılırken, gerçekleşme aşağıdan yukarıya doğru oluşur.
- Strateji Haritası'nın oluşturulmasında ve sürekliliğinin sağlanmasında en önemli faktör Liderlik'tir. Ülke ölçeğindeki Strateji Haritası'nın sahibi, dikey ve yatay uyumlanmayı temin edecek olan Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanlığı'dır.
- Performans Programı, stratejiyi operasyonlar ile ilişkilendiren ve somutlaştıran somut, ölçülebilir ve yönetilebilir uygulama planımızdır.
- 2009-2013 Performans Programı'nda toplam 72 ölçüt bulunmaktadır. Her bir ölçüt için 5 yıllık (2009-2013) başarı seviyeleri ve ilgili girişim projeleri belirlenmiştir.





Türkiye'nin Kalkınma Planı'na ve ekonomik büyümesine Dış Ticaret açısından "rekabetçi gücü, istihdamı artırmak ve bölgesel gelişime katkıda bulunmak üzere; Devlet Bakanlığı, DTM ve TİM aracılığı ile; knowhow geliştirmiş, teknolojik dönüşümü tamamlamış, üretim teknolojilerine hakim şekilde; belirlenmiş alanlarda liderlik pozisyonuna gelerek 2023 yılında İhracat gelirini 500 milyar $'a çıkarmayı amaçlanmaktadır.

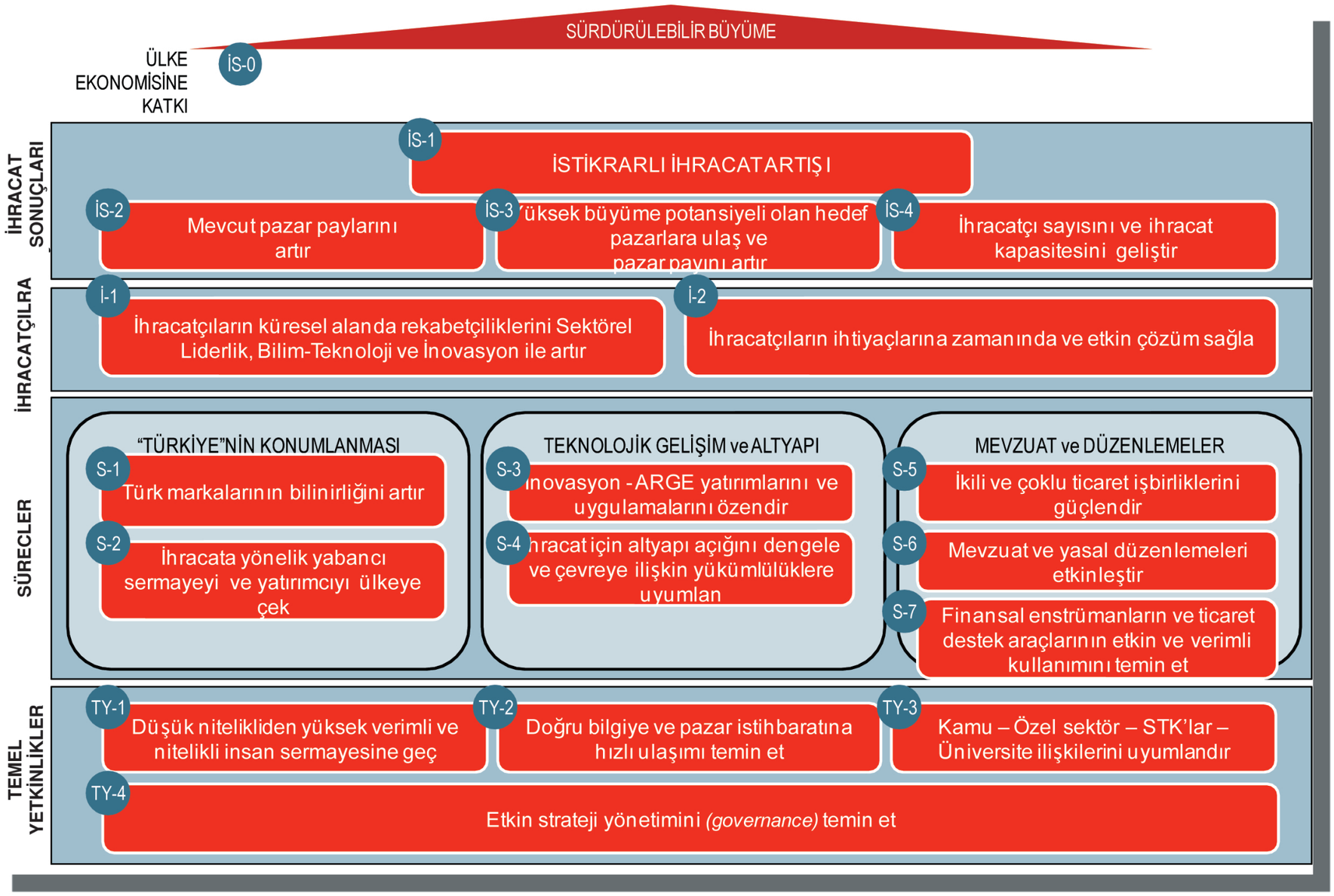
Dünya ekonomisi ve ticaretinin daraldığı, dolayısı ile talebin azaldığı ve fiyatların düştüğü ilk olarak odaklanılan 2009-2013 döneminde yıllık %12 ihracat büyümesi sağlamak rakiplerden pazar payı almak anlamına gelmektedir. Stratejinin ilk beş yılı, tüm süreçlerinde Yenilikçilik (inovasyon) ile rekabet ederek, mevcut ve hedef pazarlarda istikrarlı pazar payı artışı sağlamak ve asıl değişimi sağlayacak alanlara yatırım yapmak için hızla gerekli kaynak yaratmak için son derece kritik bir dönemdir:

> Amacımız, mevcut pazarlara yaptığımız satışların ilgili ülke ithalatları içinde aldıkları payların artırılmasıyla halihazırda faaliyet göstermekte olduğumuz pazarlarda pozisyonumuzu güçlendirmek ve dünyadaki ekonomik gelişmeler ve trendler ışığında yüksek büyüme potansiyeli arz eden ve ithalat artışı öngörülen hedef ülkelere yaptığımız satışları ve hedef ülkelerdeki pazar paylarımızı artırmaktır. İstikrarlı ihracat artışı için arzın sürekliliğin sağlanması çok önemlidir. Bu kapsamda, mevcut ihracatçıların kapasitelerinin artırılması, yeni ihracat kapasitelerinin ve ihracatçı şirketlerin oluşturulması hedeflenmektedir.
>
> .

İhracat stratejimizin temel hedefi Liderlik, Bilim-Teknoloji ve Inovasyon vurgusu ile Türk ihracatçılarının küresel alanda rekabetçiliklerini artırmak ve geleneksel sektörlerde sahip olduğumuz bilgi ve birikimi, teknoloji ve yetkinliklerin geliştirilmesi, sektörel yenilikçilik, ve önderlik ile dönüştürerek fırsata çevirmektir.

İhracatçılarımızın satışlarını daha etkin şekilde artırabilmeleri için, üç temel odaklanma alanı ülke konumlanması, teknolojik gelişim, altyapı ve mevzuat düzenlemeleri kritik süreçler olarak belirginleşmektedir. Bu kapsamda, Güçlendirilmiş Türkiye İmajı'nın kaldıraç olarak kullanılması, ülkeye yabancı sermayenin çekilmesi, teknolojik dönüşüm içim ArGe ve altyapı yatırımlarının artırılması; bürokratik işlemlerin, teşvik mekanizmalarının ve ticaret anlaşmalarının iyileştirilmesi ile birlikte, çeşitlendirilmiş finansal modellerle destek sağlamak da çok önemlidir.

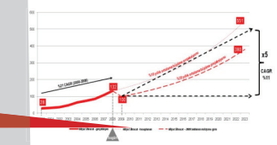
Tüm bu yapının çalışabilmesi için, insan-bilgi-organizasyon-ilişki faktörlerimizi ve yetkinliklerimizi azami ölçüde etkinleştirmeliyiz: kamu kuruluşları, özel sektör ve üniversiteler arasındaki koordinasyonu artırmalı, genç ve dinamik işgücünü nitelikli, verimliliği yüksek insan kaynağına dönüştürmeli, teknik bilgi birikiminin Türkiye'ye getirilmesi için kilit ortaklıkları kurmalı ve doğru bilgiye hızlı ulaşımı temin etmeliyiz.


SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME
ÜLKE EKONOMİSİNE KATKI
İS-0
İHRACAT SONUÇLARI
İS-1
İSTİKRARLI İHRACAT ARTIŞI
İS-2
Mevcut pazar paylarını artır
İS-3
Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve pazar payını artır
İS-4
İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir
İHRACATÇILARA
İ-1
İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ile artır
İ-2
İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla
SÜRECLER
"TÜRKİYE"NİN KONUMLANMASI
S-1
Türk markalarının bilinirliğini artır
S-2
İhracata yönelik yabancı sermayeyi ve yatırımcıyı ülkeye çek
TEKNOLOJİK GELİŞİM ve ALTYAPI
S-3
İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir
S-4
İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumlan
MEVZUAT ve DÜZENLEMELER
S-5
İkili ve çoklu ticaret işbirliklerini güçlendir
S-6
Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir
S-7
Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et
TEMEL YETKİNLİKLER
TY-1
Düşük nitelikliden yüksek verimli ve nitelikli insan sermayesine geç
TY-2
Doğru bilgiye ve pazar istihbaratına hızlı ulaşımı temin et
TY-3
Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır
TY-4
Etkin strateji yönetimini (governance) temin et

Ölçüt	2009	2013	2018	2023
Dünya ekonomileri içinde Türkiye'nin sıralaması (#)	17	15	12	10
İhracatın toplam GSYH içindeki payı (%)	%16.5	%17.5	%22	%25
İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)	%72.5	%65	%75	%80
İthalat (milyar $)	140 milyar $	245 milyar $	378 milyar $	625 milyar $
İhracat (milyar $)	102 milyar $	160 milyar $	284 milyar $	500 milyar $
Yıllık ihracat artış oranı (%)	-%22,6	%11,5	%12.0	%12.0
Toplam dünya ihracatında Türkiye'nin payı (%)	%0.84	% 1	%1.15	%1.5

Perspektif	Stratejik Hedef	Ölçüt		İlgili Kuruluş
İhracat Sonuçları	İS – 0 İhracatın Ekonomik Kalkınma içindeki yeri ve Ekonomiye katma değer	İS-0.1 İS-0.2 İS-0.3 İS-0.4 İS-0.5 İS-0.6	Dünya ekonomileri içinde Türkiye'nin sıralaması İhracatın toplam GSYH içindeki payı (%) İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%) İthalat artış oranı ihracat artış oranı ilişkisi (%) İthalat (Milyar $) İhracatın ithalata bağımlılık oranı (%)	DTM
	İS – 1 İstikrarlı ihracat artışı sağla	İS-1.1 İS-1.2 İS-1.3 İS-1.4	İhracat gelirleri (Milyar $) Toplam Dünya İhracatında Türkiye'nin Payı (%) İhracat miktarı (endeks) Yıllık ihracat artış oranı (%)	DTM ve TİM
	İS – 2 Mevcut pazar paylarını artır	İS-2.1 İS-2.2 İS-2.3 İS-2.4 İS-2.5 İS-2.6	Mevcut pazarlardaki pazar payı - ilk 40 ülke (%) 1-5 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı 5-10 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı 10-25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı >25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı İhracat içinde İşlenmiş Tarım'ın payı (%)	
	İS – 3 Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve pazar payını artır	İS-3.1 İS-3.2 İS-3.3 İS-3.4 İS-3.5	Hedef pazarlardaki pazar payı - ilk 20 ülke (%) 1-5 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı 5-10 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı 10-25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı > 25 milyar $ ihracat yapılan ülke sayısı	
İhracatçılar	İS – 4 İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir	İS-4.1 İS-4.2 İS-4.3 İS-4.4 İS-4.5 İS-4.6	Yeni (ilave) ihracatçı sayısı 1 milyar $'ın üzerinde ihracat yapan firma sayısı 1-5 milyar $ ihracat yapan il sayısı 5-10 milyar $ ihracat yapan il sayısı 10-25 milyar $ ihracat yapan il sayısı >25 milyar $ ihracat yapan il sayısı	
	İ – 1 İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ile artır	İ-1.1 İ-1.2 İ-1.3 İ-1.4 İ-1.5 İ-1.6	Dünyada en çok ihraç edilen 25 ürün grubu içinde Türkiye'nin sıralaması Yüksek teknolojinin toplam ihracat içindeki payı (%) Dünya ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı Avrupa ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı Avrupa İnovasyon sıralaması (endeks) European Innovation Scoreboard Küresel Rekabetçilik sıralaması (endeks) Global Competitiveness Index	DTM ve TİM
	İ -2 İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla	İ-2.1 İ-2.2 İ-2.3	İhracatçı memnuniyeti (endeks) İhracat gerçekleşme zamanı İthalat gerçekleşme zamanı	DTM ve TİM

Perspektif			Stratejik Hedef	Ölçüt	İlgili Kuruluş
Süreçler	Türkiye'nin konumlanması	S – 1	Türk markalarının bilinirliğini artır	S-1.1 Hedef pazarlarda Türk markaları algılaması (endeks) S-1.2 Ulusal Marka sıralaması (endeks) Nation Brands Index S-1.3 Perakende network sayısı S-1.4 Toptancı network sayısı	DTM
		S – 2	İhracata yönelik yabancı sermayeyi ve yatırımcıyı ülkeye çek	S-2.1 İhracata yönelik DYY girişi (Milyar $) S-2.2 Dünya toplam DYY hareketleri içinde Türkiye'nin payı (%) S-2.3 Küresel Yatırım Promosyon Kıyaslaması (endeks) S-2.4 Dünya Bankası "Doing Business in Turkey" Türkiye'nin iş yapış kolaylığına öre sıralaması (endeks)	Hazine, Yabancı Sermeye Genel Mdrl. Yatırım Ajansı, YASED
	Teknolojik Gelişim ve Altyapı	S – 3	İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir	S3-1 ARGE harcamaları S3-2 ARGE harcamalarının toplam GSYH'ye oranı S3-3 Özel sektör tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının toplam Ar-Ge harcamalarına oranı	Sanayi Bakanlığı, TÜBİTAK TTGV, KOSGEB
		S – 4	İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumlan	S4-1 Lojistik maliyetleri S4-2 Gerekli altyapının temini (yatırımlar, kapasite, fiyat ve kalite) S4-3 Elektrik enerjisi kurulu gücünün yeterliliği S4-4 Çevre ile ilgili yatırımlar	UND, DPT Sanayi Bakanlığı Ulaştırma Bakanlığı Enerji Bakanlığı Çevre Bakanlığı
	Mevzuat ve Düzenlemeler	S – 5	İkili ve çoklu ticaret işbirliklerini güçlendir	S-5.1 STA sayısı S-5.2 Karma Ekonomik Komisyon (KEK) sayısı S-5.3 Ticari Heyet sayısı S-5.4 Alım Heyeti sayısı S-5.5 Tercihli Ticaret Anlaşması sayısı S-5.6 Ulusal ve uluslararası fuar sayısı	DTM ve TİM
		S – 6	Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir	S-6.1 Ticarete ilişkin engeller sayısı	DTM ve TİM
		S – 7	Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et	S7-1 Verilen desteğin ihracat hacmine oranı S7-2 İhracat kredisinin ihracat hacmine oranı S7-3 Finansal enstrümanlar - En iyi uygulama örnekleri ile kıyaslama	DTM, Hazine – Gelir İdaresi Eximbank, Bankalar Birliği Merkez Bankası, KOSGEB
Temel Yetkinlikler		TY – 1	Düşük nitelikliden yüksek verimli ve nitelikli insan sermayesine geç	TY1-1 İhracatçıların eğitim programlarına (pazarlama,dil) katılımı TY1-2 Özel sektör tarafından istihdam edilen tam zaman eşdeğer ARGE personeli sayısı TY1-3 İhracatçı şirketlerin yüksek okul ve üniversite mezunu sayısı	İGEME, KOSGEB Milli Eğitim Bakanlığı TOBB
		TY – 2	Doğru bilgiye ve pazar İstihbaratına hızlı ulaşımı temin et	TY-2.1 İleri teknoloji sektörü ve yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara yönelik yeni rapor sayısı TY-2.2 Hedef sektör ve pazar raporlarının güncellenme sıklığı	İGEME
		TY – 3	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	TY-3.1AB fonlarından yararlanan proje sayısı TY-3.2 AB fonlarının kullanım oranı (%) TY-3.3 Dünya Bankası fonları kullanım oranı (%)	ABGS, Dünya Bankası Hazine
		TY – 4	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	TY4-1 Yılda yapılan performans gözden geçirme toplantısı sayısı TY4-2 Ortak hedef uyum toplantı sayısı	DTM ve TİM



SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME

REKABET GÜCÜNÜ ARTIR

İSTİHDAMI ARTIR

BÖLGESEL GELİŞİMİ TEMİN ET

Türkiye'nin en büyük 10 ekonomi içinde yer alabilmesi için, tüm süreçlerinde Yenilikçilik (inovasyon) ile rekabet ederek ve istikrarlı Pazar payı artışı sağlayarak 15 yılda İhracat gelirini 5 katına çıkarmak.

İHRACAT SONUÇLARI

MEVCUT PAZARLAR

HEDEF PAZARLAR

İHRACAT KAPASİTESİ

İHRACATÇILAR

SÜREÇLER

TEMEL YETKİNLİKLER

STRATEJİK HEDEF		SORUMLU	TANIMLAMA								
İS – 0	İhracatın Ekonomik Kalkınma içindeki yeri ve Ekonomiye katma değer	Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı	Ekonomi politikamızın temel hedeflerinden biri Türkiye'nin 2023 yılında dünyanın ilk 10 büyük ülkesi arasında yer almasıdır. Bu kapsamda, ihracatın ülke ekonomisi için önemi-nin vurgulanması ve ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak değerlendirilmesi önemlidir. Ülke ölçeğinde ihracatın ekonomiye katma değerinin artırılması için ihracatın ithalata bağımlılığının azaltılması ve ihracat artış oranı ile ithalat artış oranı arasındaki ilişki gözetilerek pozitif dış ticaret dengesine ulaşılması hedeflenmektedir. Yaratılan istihdam ülke ekono-misine katkının ölçümlenmesinde bir gösterge olarak dikkate alınmaktadır.								
	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ						
						2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
İS 0.1	Dünya ekonomileri içinde Türkiye'nin sıralaması (#)	DTM		Yıllık	17	17	17	16	16	15	12	10
İS 0.2	İhracatın toplam GSYH içindeki payı (%)		İhracatın ülke ekonomisi için öneminin vurgulanması ve ihracatın ekonomik kalkınmanın parçası olarak değerlendirilmesi önemlidir.	Yıllık	% 17,8	%16,5	%15,3	%16,3	%16,9	%17,5	% 22	% 25
								OVP verisi				
İS 0.3	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)		İhracatın ithalata olan bağımlılığının azaltılmasıyla, pozitif dış ticaret denge-sine ulaşılması hedeflenmektedir.	Yıllık	% 65,4	%72,48	%61,4	%63,7	%64,5	%65	%75	%80
								OVP verisi				
İS 0.4	İthalat artış oranı ihracat artış oranı ilişkisi (%)		(İthalat artıış oranı / İhracat artış oranı) İhracat ve ithalat aynı oranda ar-tarsa 1, ihracat artış oranı ithalat artış oranının üzerinde gerçekleşirse <1	Yıllık	>1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1
İS0.5	İthalat (Milyar $)		Dış ticaret açığının kontrol altında tutulabilmesi için ithalat değerleri önemlidir.	Yıllık	201,9	140,9	185,49	199,5	222,5	245	378	625
								OVP verisi	İS-0.3 varsayımına göre			
İS0.6	İhracatın ithalata bağımlılık oranı (%)		Ara mamul, hammadde ithalatı bağımlılığının azaltılması. Sektörel düzeyde ölçümlenmesi çok önemlidir. Halihazırda bu değer önemlidir. DIR kapsamında yapılan ithalatın toplam ithalata oranı	Yıllık	30,8 Milyar $ %15,2	%14,8	% 14,2	% 13,8	% 13,4	% 13	% 12	%10

OVP: Orta Vadeli Program, Ekim 2010

STRATEJİK HEDEF		SORUMLU	TANIMLAMA								
İS – 1	İstikrarlı İhracat Artışı Sağla	DTM Müsteşarı	2023 yılında ulaşılması hedeflenen 500 milyar dolar ihracat hedefi önemli bir büyüme hedefidir. İstikrarlı artış, pazar dinamikleri paralelinde düzenli artış gösteren ihracat gelirleri ile tarif edilmektedir.								
	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ						
						2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
İS 1.1	İhracat gelirleri (Milyar $)	DTM		Yıllık	132	102,1	113,93	127	143,5	160	284	500
								OVP verisi		2012'den % 13,0 yıllık artış		
İS 1.2	Toplam dünya ihracatında Türkiye'nin payı (%)		Dünya ihracat öngörüsüne paralel olarak revize edilecektir. Dünya ticaretindeki büyüme TIM referans senaryosuna göre alınmıştır. Bu payla ilk 20 ihracatçı arasına girilmesi öngörülmektedir.	Yıllık	% 0.8	%0,84	%0.85	%0,86	%0,87	%0,95	%1,15	%1,5
İS 1.3	İhracat miktarı (endeks)		TÜİK verilerine göre 2003 yılı 100 olarak alınmıştır.	Yıllık	167.1	139,7	161	172	184	197	276	387
İS 1.4	Yıllık ihracat artış oranı (%)		CAGR (ithalatın üzerinde büyüme hızı kontrol noktası olarak dikkate alınmaktadır.)	Yıllık	% 23	- % 22,6	% 11,5	%13,7	% 13,0	% 11,5	12,0	%12,0
								OVP verisi				

STRATEJİK HEDEF		SORUMLU	TANIMLAMA
İS – 2	Mevcut pazar paylarını artır	DTM Müsteşarı	Dünya ekonomisi ve ticaretinin daraldığı, dolayısıyla talebin azaldığı ve rekabetin daha da arttığı ilk beş yıllık plan döneminde (2009-2013) yıllık %12 ihracat büyümesi sağlamak rakiplerden pazar payı almak anlamına gelmektedir. Mevcut pazarlara yaptığımız satışların ilgili ülke ithalatları içinde aldıkları payların artırılmasıyla, halihazırda faaliyet göstermekte olduğumuz pazarlarda pozisyonumuzun güçlenmesi ve toplam dünya ticareti içinde aldığımız payın artırılması amaçlanmaktadır.

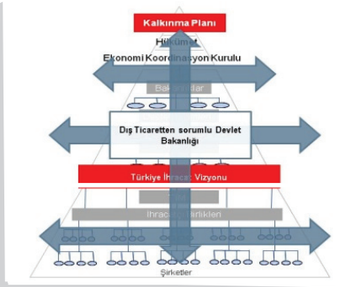
ÖLÇÜT		İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ						
						2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
İS 2.1	Mevcut pazarlardaki pazar payı (ilk 40 ülke) (%)	DTM	İlk 40 ülke odakta olmak üzere pazar paylarında artış hedeflenmektedir.	Yıllık	%1,07	%1.07	%1,07	%1,1	%1,13	%1,15	%1,35	% 1,50
İS 2.2	1-5 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#)		Sektörel çalışmalar ışığında netleştirilerek, revize edilecektir.	Yıllık	11	12	12	10	10	9	8	7
İS 2.3	5-10 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#		Sektörel çalışmalar ışığında netleştirilerek, revize edilecektir.	Yıllık	4	4	4	4	4	5	3	2
İS 2.4	10-25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#)		Sektörel çalışmalar ışığında netleştirilerek, revize edilecektir.	Yıllık	4	3	4	5	5	4	6	6
İS 2.5	>25 milyar $ ihracat yapan sektör sayısı (#)		Sektörel çalışmalar ışığında netleştirilerek, revize edilecektir.	Yıllık	0	0	0	0	0	1	3	7
İS 2.6	İhracat içinde işlenmiş tarımın payı (%)			Yıllık	%1,3	%1,4	% 1,5	% 1,8	% 2	% 2,3	% 3	% 5

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
İS – 3	Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara ulaş ve Pazar payını artır	DTM Müsteşarı	2008 yılsonu itibariyle toplam . . .ülkeye ihracat gerçekleştirmekteyiz. Amacımız, dünyadaki ekonomik gelişmeler ve trendler ışığında yüksek büyüme potansiyeli arz eden ve ithalat artışı öngörülen hedef ülkelere yaptığımız satışları ve hedef ülkelerdeki mevcut pazar paylarımızı artırmaktır.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ						
						2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
İS 3.1	Hedef pazarlardaki pazar payı – ilk 20 ülke (%)	DTM	TIM Kuresel ve Sektorel Ongoruler Raporu - paralel ülke detayı	Yıllık	0,17	0,20	0,22	0,30	0,35	0,40	0,8	%1,25
İS 3.2	1-5 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı (#)		2009,2010 ve 2011 değerleri KEP'ten alınmıştır.	Yıllık	24	21	22	24	26	29	36	50
İS 3.3	5-10 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı (#)		2009,2010 ve 2011 değerleri KEP'ten alınmıştır.	Yıllık	5	5	4	5	5	5	6	12
İS 3.4	10-25 milyar $'ın üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı (#)		2009,2010 ve 2011 değerleri KEP'ten alınmıştır.	Yıllık	1	0	1	1	1	1	5	8
İS 3.5	> 25 milyar $ ihracat yapılan ülke sayısı (#)		2009,2010 ve 2011 değerleri KEP'ten alınmıştır.	Yıllık	0	0	0	0	0	0	1	4

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
İS – 4	İhracatçı sayısını ve ihracat kapasitesini geliştir	DTM Müsteşarı	İstikrarlı ihracat artışı için arzın sürekliliğin sağlanması çok önemlidir. Bu kapsamda, mevcut ihracatçıların kapasitelerinin artırılması, yeni ihracat kapasitelerinin ve ihracatçı şirketlerin oluşturulması, bu sayede ihracatçı tabanının genişletilmesi amaçlanmaktadır.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ						
						2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
İS 4.1	İhracatçı sayısı (#)	DTM	Yeni kurulan şirket sayısına bağlı bir yüzdeyle hesaplanması öngörülüyor. (%2-3)	Yıllık	48143	48586	50000	52000	53000	54000	60000	70000
İS 4.2	1 milyar $'ın üzerinde ihracat yapan firma sayısı (#)		TİM İlk 1000 araştırması	Yıllık	15	8	14	16	17	18	30	50
İS 4.3	1-5 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#)			Yıllık	8	8	9	8	9	10	16	16
İS 4.4	5-10 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#)			Yıllık	3	3	3	3	3	3	2	5
İS 4.5	10-25 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#)			Yıllık	1	0	1	1	1	1	4	3
İS 4.6	> 25 milyar $ ihracat yapan il sayısı (#)			Yıllık	1	1	1	1	1	1	1	3
İS 4.7	KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payı (%)		Cirosu 25 milyon TL'nin altında ve çalışan sayısı 250 kişi olan şirketlerin toplam ihracat içindeki paylarının artırılması	Yıllık	%32,5	%37,79	% 33,5	% 34	%34,5	% 35	% 37	% 40



İHRACAT SONUÇLARI

İHRACATÇILAR

İHRACATÇILARIN GÜÇLENDİRİLMESİ

SÜREÇLER

TEMEL YETKİNLİKLER

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
İ – 1	**İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerini Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve İnovasyon ile artır**	**DTM Müsteşarı**	İhracat stratejimizin temel hedefi Sektörel Liderlik, Bilim-Teknoloji ve Inovasyon vurgusu ile Türk ihracatçılarının küresel alanda rekabetçiliklerini artırmak ve geleneksel sektörlerde sahip olduğumuz bilgi ve birikimi, teknoloji ve yetkinliklerin geliştirilmesi, sektörel yenilikçilik, ve önderlik ile dönüştürerek fırsata çevirmektir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
İ 1.1	Dünyada en çok ihraç edilen 25 ürün grubu içinde Türkiye'nin sıralaması	DTM – TÜBİTAK -TTGV	İSO Çalışmasına göre.	Yıllık	3	3	3	3	4	5
İ 1.2	Orta - Yüksek teknolojinin toplam ihracat içindeki payı (%)		İSO çalışmasına göre , İspanya %11, Malezya %84, Çin %35, İsrail %26, Almanya %20, Brezilya %9.5 (2005 yılı verisi)	Yıllık	%38	%39,1	40	42	43	45
İ 1.3	Dünya ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı (#)		SITC fasıllarına göre, TİM için yapılan ESD tarafından yapılan çalışma.	Yıllık	9	8	10	10	10	11
İ 1.4	Avrupa ihracatında ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı (#)			Yıllık	22	21	23	23	24	25
İ 1.5	Avrupa İnovasyon Sıralaması (endeks) *European Innovation Scoreboard*		2023'te ilk 15'e girilmesi hedeflenmektedir.	Yıllık	32. sırada (sonuncu)	32. sıra	31. sıra	30. sıra	29.sıra	28. sıra
İ 1.6	Küresel Rekabetçilik sıralaması (endeks) *Global Competitiveness Index*		Sabanci Üniveristesi Rekabet Forumu eski direktörünün değerlendirmeleri de göz önünde tutuldu.	Yıllık	63.sıra	61. Sıra	73. sıra	55. sıra	53. sıra	50. sıra

İ – 2	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
	İhracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözüm sağla	TİM	İhracatçıların ihtiyaçlarının planlı bir şekilde takip edilmesi ile ticaretin önündeki engellerin kaldırılması ve ihracatçıların ihtiyaçlarına zamanında ve etkin çözümler sağlanması hedeflenmektedir.

ÖLÇÜT		İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
İ 2.1	İhracatçı memnuniyeti (endeks)	TİM	TİM'in ihracatçı firmalara yaptığı üç aylık anket içinden, İhracatçının iş yaptığı 20 kamu kurumuna verdiği değerlerden oluşmaktadır.	Yıllık	-	44,3	68	54	57	60
İ 2.2	İhracat gerçekleşme zamanı	DTM	Dünya Bankası – Doing Business in Türkiye alt bileşen (OECD ortalaması 10,5)	Yıllık	14	14	13	13	12	11
İ 2.3	İthalat gerçekleşme zamanı	DTM	Dünya Bankası – Doing Business in Türkiye alt bileşeni (OECD ortalaması11)	Yıllık	15	15	14	13	12	11



İHRACAT SONUÇLARI

İHRACATÇILAR

SÜREÇLER

- ÜLKE KONUMLAMASI
- TEKNOLOJİK GELİŞİM ve ALTYAPI
- YASAL ÜSTYAPI

TEMEL YETKİNLİKLER

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 1	Türk markalarının bilinirliğini artır	Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı	Güçlendirilmiş Türkiye İmajı'nın kaldıraç olarak kullanılması ürünlerimizin uluslararası pazarlarda konumlamalarında çok önemlidir. Amacımız, dünya standartlarında ürünler üreten, sosyal sorumluluk şartlarını yerine getiren, çevreye karşı duyarlı bir ülke imajına ulaşmak ve Türk markalarının bilinirliğini artırmaktır.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ 2009	2010	2011	2012	2013
S 1.1	Türk markalarına ilişkin algı (endeks)	DTM	En çok ihracat yaptığımız ilk 33 ülke ve hedef pazarlarda yapılacak anket çalışması.	Yıllık	Konu ile iligli bir çalışma bulunmamaktadır, ancak böyle bir çalışma ihtiyacı olduğu için bu konunun projelendirilmesi gerekir.					
S 1.2	Ulusal Marka sıralaması (endeks) *Nation Brands Index*	DTM	Nations Brands Index (NBI), GFK tarafından 1996 yılından beri 50 ülkede yapılıyor. Kriterleri ihracat, yönetişim, kültür, insan kaynağı, turizm ve yatırımlar.	Yıllık	36. sırada	32. sıra	33.sıra	30. sıra	27. sıra	25. sıra
S 1.3	Perakende network sayısı (#)	DTM		Yıllık	–	–	2000	3000	4000	5000
S1.4	Toptancı network sayısı (#)	DTM		Yıllık	Konu ile iligli bir çalışma bulunmamaktadır, ancak böyle bir çalışma ihtiyacı olduğu için bu konunun projelendirilmesi gerekir.					

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 2	Yabancı sermayeyi ve yatırımcıyı ülkeye çek	Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı	Başta ihracata yönelik yeşilsaha yatırımları olmak üzere, yabancı sermaye yatırımları ülkeye kaynak, hızlı teknoloji ve bilgi-birikimi transferi sağlamaktadır. Bu kapsamda ülkeye yabancı sermayenin çekilmesi ve dünya toplam doğrudan yabancı yatırımları içinde Türkiye'nin payının artırılması hedeflenmektedir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
S 2.1	DYY girişi (Milyar $)	Hazine Yabancı Sermeye Genel Müdürlüğü, Yatırım Ajansı, YASED		Yıllık	18,1	7,9	11,2	15	15	15
S 2.2	Dünya toplam DYY hareketleri içinde Türkiye'nin payı (%)		Toplam dünya DDY miktarı 2007 yılında 1,979 trilyon dolar, 2008 yılında 1,697 trilyon dolar oldu.	Yıllık	% 1,06	%0,7	%0,9	% 1	% 1	% 1
S2 .3	Küresel Yatırım Promosyon Kıyaslaması (endeks)		Dünya Bankası (Global Investment Promotion Benchmarking)	Yıllık	15.sıra	15. sıra	13.Sıra	12. sıra	11.sıra	10. sıra
S2.4	Dünya Bankası "Doing Business in Turkey" sıralaması		Türkiye'nin iş yapış kolaylığına göre 181 ülke sıralaması	Yıllık	59.sıra	63. sıra	52.Sıra	48.sıra	44.sıra	40.sıra

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 3	İnovasyon - ARGE yatırımlarını ve uygulamalarını özendir	Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı	İstikrarlı ihracat artışını sağlayacak rekabetçi yapının oluşturulabilmesi ve teknolojik dönüşüm amacıyla ihracatçılarımıza sağlanan ARGE teşviklerine, inovasyona yönelik çalışan firmaların ve projelerin desteklenmesine büyük önem verilmektedir. Hedefimiz, 2023'e kadar kendi know-howını geliştirmiş, yerli teknoloji üretimine sahip bir Türkiye olabilmektir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ 2009	2010	2011	2012	2013
S 3.1	ARGE harcamaları (Milyon $)	TÜBİTAK, TTGV, Sanayi Bakanlığı - KOSGEB	Şirketlerin ARGE kullanım kapasiteleri	Yıllık	4.680 (2007 rakamı)	6893	6.410	8.697	12.291	15.472
S 3.2	ARGE harcamalarının toplam GSYH'ye oranı (%)		Çin'in 2020 hedefi %2.5	Yıllık	% 0,71 (2007)	%0,72	% 1,0	% 1,3	% 1,7	% 2
S 3.3	Özel sektör tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının toplam Ar-Ge harcamalarına oranı		Özel sektörün Ar-Ge harcamalarında payının artması ve teknoloji üretmesi	Yıllık	% 48,4	%44,22	% 50	% 52	% 55	% 60

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 4	İhracat için altyapı açığını dengele ve çevreye ilişkin yükümlülüklere uyumlan	Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı	500 milyar dolarlık ihracat artışının gerçekleştirilmesi için altyapı ve lojistik ihtiyacının tamamlanması, gerekli karayolu, demiryolu, liman ve hava kargo terminali kapasitelerinin uzun dönem (2030/2050) ihtiyaca uygun planlanması gereklidir. Gerekli kapasitelerin temininde, özel sektörün altyapı yatırımlarına katılımının özendirilmesi, kamu ve özel sektörde gerekli yetkinliklerin mevcudiyetinin sağlanması önemlidir. Nakliye maliyetlerinin düşürülmesi ve alternatif enerji kaynaklarına yapılacak yatırımlarla enerji fiyatlarının küresel alanda rekabet edilebilir düzeylerde tutulması hedeflenmektedir.

ÖLÇÜT		İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
S 4.1	Lojistik maliyetleri (Milyon USD)	Ulaştırma Bakanlığı ve Sektör	Lojistik hizmetlerinin geliştirilmesi ve maliyet avantajı yakanlaması için lojistik köylerinin kurulması	Yıllık	-	79,5	77,7	51,9	38,2	21,5
S 4.2	Gerekli altyapının temini (yatırımlar, kapasite, fiyat ve kalite) (Milyar $)	DPT, Ulaştırma Bakanlığı, Enerji Bakanlığı	Karayolu, demiryolu, havayolu liman yatırımları ve kapasiteleri ile haberleşme yatırımları ve hizmetin kalitesi	Yıllık	6,77	6,66	7	7,5	8,5	10
S 4.3	Elektrik enerjisi kurulu gücünün yeterliliği	Enerji Bakanlığı	Kurulu güçün miktarı (MW)	Yıllık	41817	44782	46000	48000	50500	53000
S 4.4	Çevre ile ilgili yatırımlar (Milyar $)	Çevre Bakanlığı	TUİK tarafından kamu ve girişimimlerin çevresel harcamaları ayrı ayrı yıllık bazda izlenmektedir.	Yıllık	7,7 milyar USD	2011 belli olacak	7,0	6,0	5,5	5,0

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 5	İkili ve çoklu ticaret iş birliklerini güçlendir	DTM Müsteşarı	İkili ve çoklu ticaret iş birliklerinin güçlendirilmesi ile uluslararası pazarlardaki ticari fırsatların satış hacmine dönüş türülmesi ve potansiyel alıcılar ile üst düzeyde bağlantı kurulması hedeflenmektedir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
S 5.1	STA sayısı (#)	DTM	Hedef pazar pazında	Yıllık	13	1	3	5	3	5
S 5.2	Karma Ekonomik Komisyon (KEK) sayısı (#)	DTM	Hedef pazar pazında	Yıllık	27	32	44	57	46	61
S 5.3	Ticaret Heyeti sayısı (#)	DTM		Yıllık	25	54	30	30	30	30
S 5.4	Alım Heyeti sayısı (#)	DTM		Yıllık	60	34	45	45	45	45
S 5.5	Uluslararası fuar sayısı (#)	DTM, TİM		Yıllık	2078	2138	2100	2248	2250	2250

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 6	Mevzuat ve yasal düzenlemeleri etkinleştir	DTM Müsteşarı	Gerekli mevzuat, yasal düzenlemeler ve idari prosedürler ile tarife ve tarife dışı engellerin azaltılması ve ihracatçının önünün açılması sağlanmaktadır.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009	2010	2011	2012	2013
S 6.1	Ticarete ilişkin engeller sayısı (#)	TİM	İhracatçı memnuniyet anketinin bulgularına göre engellerin gruplanması ve gerekli aksiyon planları ile ilişkilendirilerek engellerin azaltılması	Yıllık	224	248	224	210	200	150

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
S – 7	Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının etkin ve verimli kullanımını temin et	DTM Müsteşarı	İhracat kredileri ihracatı artırmada en önemli destek mekanizmaları arasında yer almaktadır. Bu kapsamda, ihracat destek araçlarının etkin ve verimli kullanımı ve türev finansman enstrümanlarla ihracatın finansmanı ve ihracatçıların desteklenmesi hedeflenmektedir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ 2009	2010	2011	2012	2013
S 7.1	Verilen desteğin ihracat hacmine oranı (%)	DTM	DTM kapsamındaki destek	Yıllık	% 0,20	%0,41	% 0,35	% 0,40	% 0,60	% 1
S 7.2	İhracat kredisinin ihracat hacmine oranı (%)	Eximbank, Bankalar Birliği, Merkez Bankası, KOSGEB		Yıllık	%3,3	%7	% 5	% 5	% 4,5	% 4
S 7.3	Finansal enstrümanlar - En iyi uygulama örnekleri ile kıyaslama	Eximbank	Toplam sağlanan kredi içinde uzun vadeli kredilerin oranı	Yıllık	% 1	%2	% 5	% 7	% 8	% 10



İHRACAT SONUÇLARI

İHRACATÇILAR

SÜREÇLER

TEMEL YETKİNLİKLER

İNSAN – BİLGİ – İLİŞKİ SERMAYESİ

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
TY – 1	Düşük nitelikliden yüksek verimli ve nitelikli insan sermayesine geç	TİM	Ülke olarak en önemli güçlü alanlarımızdan biri sahip olduğumuz genç ve dinamik işgücümüzdür, ancak söz konusu işgücü nitelik yönünden zayıf ve düşük verimliliktedir. İhracat açısından ele alındığında ise ucuz işgücü rekabetinden nitelikli ve verimli işgücüne dönüşümü gerçekleştirebilmek için insan kaynağımızda temel yetkinliklerin ve bilgi birikiminin artırılması hedeflenmektedir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ 2009	2010	2011	2012	2013
TY 1.1	İhracatçıların eğitim programlarına (pazarlama, dil) katılımı	İGEME, KOSGEB, Milli Eğitim Bakanlığı, TOBB	İhracatın artırılması için kritik olan temel yetkinliklerin artırılmasına ilişkin eğitim programlarına katılım	Yıllık	120 eğitim, 6000 katılım	105 eğitim, 6635 Katılım	90 eğitim, 5000 katılım	90 eğitim, 5000 katılım	90 eğitim, 5000 katılım	90 eğitim, 5000 katılım
TY 1.2	Özel sektör tarafından istihdam edilen tam zaman eşdeğer ARGE personeli sayısı (#)		TÜİK anketlerinden izlenecek.	Yıllık	24.261 (2007 gerçekleşme)	67244	28000	30000	32000	35000
TY 1.3	İhracatçı şirketlerin yüksek okul ve üniversite mezunu, dil bilen personel sayısı (#)		İlk 1000 şirket	Yıllık	2009 yılından itibaren ankete dahil edildi.					

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
TY – 2	Doğru bilgiye ve pazar İstihbaratına hızlı ulaşımı temin et	İGEME	İhracatçıların doğru bilgiye hızlı ulaşımları ile hedef pazar ve sektörlerdeki güncel talep bilgilerine erişimleri hedeflenmektedir.

	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ 2009	2010	2011	2012	2013
TY 2.1	İleri teknoloji sektörü ve yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlara yönelik yeni rapor sayısı	İGEME		Yıllık	13	-	25	5	5	5
TY 2.2	Hedef sektör ve pazar raporlarının güncellenme sıklığı	İGEME	Tüm sektörel raporlar her yıl şubat ayında güncelleniyor.	Yıllık	Yıllık	Aylık	Yıllık	Yıllık	Yıllık	Yıllık

STRATEJİK HEDEF		SORUMLU	TANIMLAMA							
TY – 3	Kamu – Özel sektör – STK'lar – Üniversite ilişkilerini uyumlandır	DTM Müsteşarı	Kamu, üniversite, sanayi işbilirliği ile yapılan araştırmaların ve kaynakların etkin ve verimli kullanımları ve paydaşlar arasında artan farkındalık hedeflenmektedir.							
ÖLÇÜT		İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009 Gerçek leşme	2010	2011	2012	2013
TY 3.1	AB fonlarından yararlanan proje sayısı	ABGS		Yıllık	-	155	200	225	250	300
TY 3.2	AB fonlarının kullanımı (Milyon €)	ABGS		Yıllık	-	71,0	80	90	110	120
TY 3.3	Dünya Bankası fonları kullanımı (Milyon $)	Dünya Bankası, Hazine		Yıllık	-	1.635	1.650	1.750	1.750	2.000

	STRATEJİK HEDEF	SORUMLU	TANIMLAMA
TY – 4	Etkin strateji yönetimini (governance) temin et	DTM - TİM	Hazırlanan Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta dış faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli kılmaktadır. 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefimize ulaşmamızı sağlayacak ihracat stratejisi çok paydaşlı olup, pekçok kurum ve kuruluşun katkısını, ortak hedeflere uyumunu ve koordinasyonunu gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda, ihracatın ekonomik kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmasıyla tüm ilgili kurum ve kuruluşların uyumlu hareket etmeleri gerekmektedir.

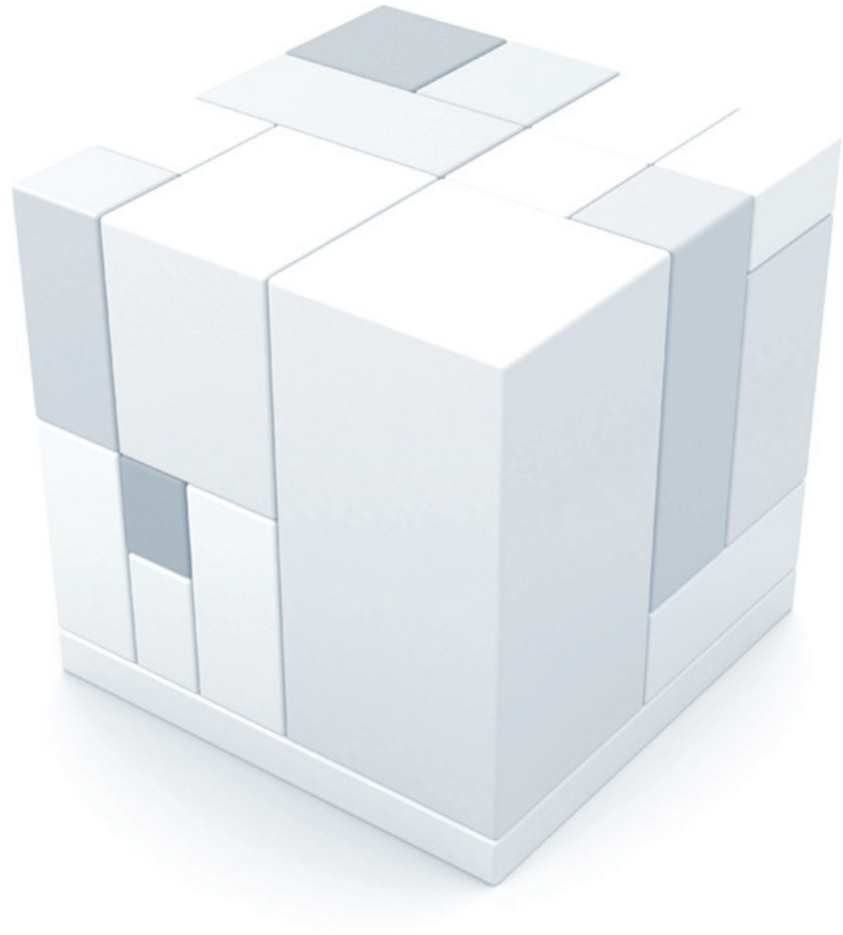
	ÖLÇÜT	İLGİLİ KURULUŞ	AÇIKLAMA (ölçütle ilgili yorum)	ÖLÇÜM SIKLIĞI	REFERANS DEĞER (2008 sonu gerçekleşme)	BAŞARI SEVİYELERİ				
						2009 tahmin	2010	2011	2012	2013
TY 4.1	Yılda yapılan performans gözden geçirme toplantısı sayısı	DTM-TİM		Yıllık	Proje 2009yılında başladı.	2	2	2	2	2
TY 4.2	Ortak hedef uyum toplantı sayısı	DTM - TİM		Yıllık	2	4	4	4	4	4



2. Adım – Sektör ölçeğinde Strateji ve Performans Yönetimi Çerçevesi

Türkiye’nin 100. kuruluş yılında ihracata dayalı büyüme için 24 sektörün topyekûn atılımı

- Türkiye’nin 100. kuruluş yılında ihracata dayalı büyüme için 24 sektörün topyekûn atılımı
- 24 Liderlik Toplantısı
- Yeni Sektörler beyin fırtınası toplantısı

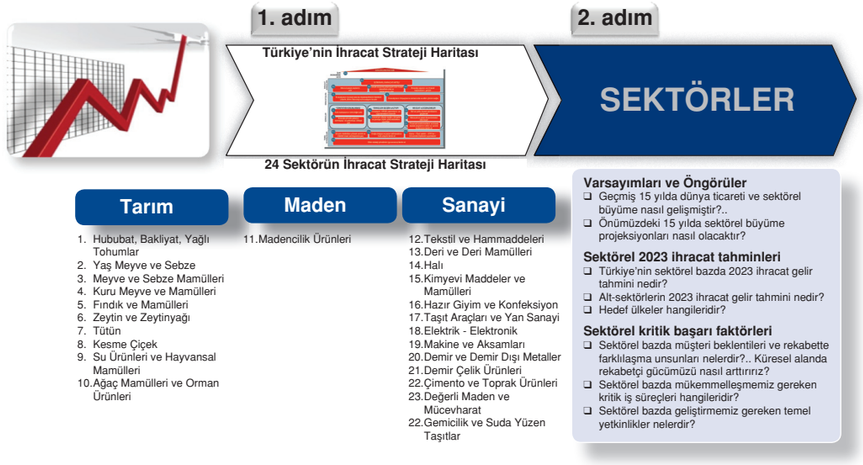


24 sektörün ayrı ayrı stratejik yönlenmeleri, hedefleri ve gelecek iddiaları

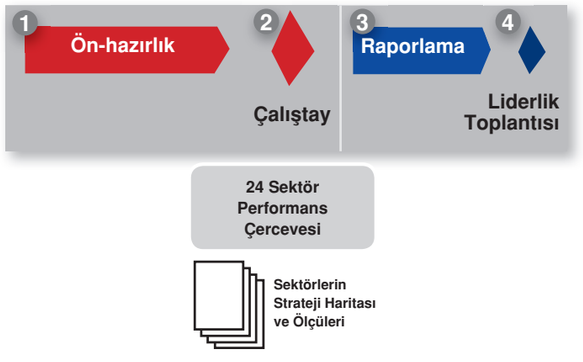
- Dünya ticareti öngörüleri ve sektörel Değişim gündemleri
- 24 Strateji Haritası ve Performans Ölçütleri
  - Sektörel büyüme iddiaları
  - Alt-sektörlerin büyüme iddiaları
  - Hedef pazarlar
  - Kritik başarı faktörleri
- Katılımcıların çalıştay notları
- Faydalanılan 180 rapor/ dokümandan alıntılar



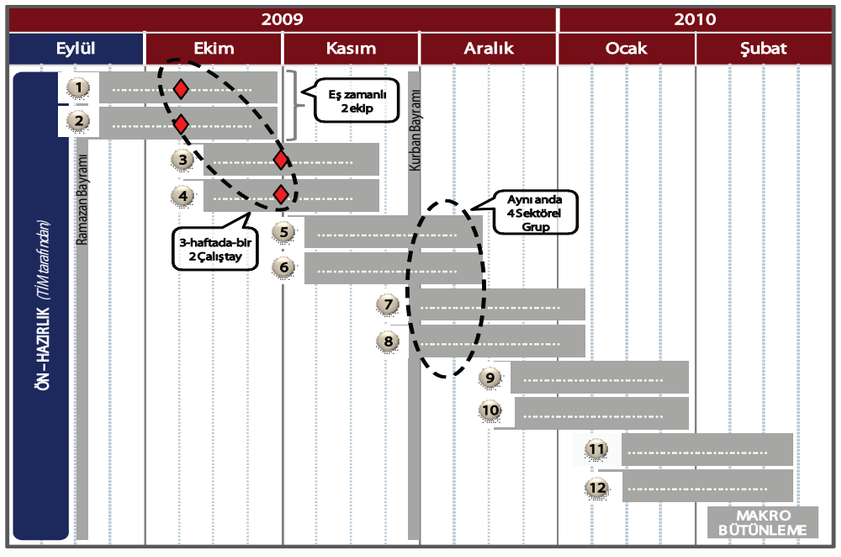
- İkinci adım olarak Eylül 2009 - Mart 2010 tarihleri arasında, “2023 Türkiye İhracat Stratejisinin Sektörel Kırılım Projesi” ağırlıklı özel sektör olmak üzere, kamu ve özel sektörü temsilen pekçok kurum, kuruluş ve düşünce önderlerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

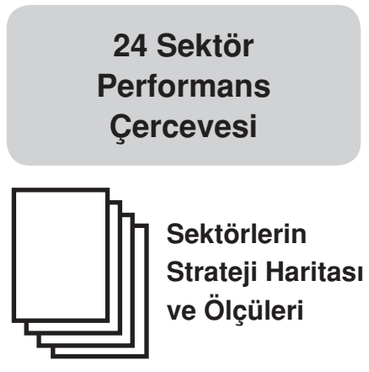


- Sektörlerin, 2023 büyüklüğü ve 2013, 2018 dönemsel ihracat hedefleri ile ilgili kritik başarı faktörlerini belirlemek ve Yol Haritası oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen Çalıştaylar proje sürecinin en önemli halkalarından biridir.



- 24 sektörün stratejik öncelikleri ve ölçütlerinin belirlendiği proje, son derece zorlu bir işplanı ile gerçekleştirilmiştir. Çalıştaylar, 13 ana sektör gruplamasına göre organize edilmiştir.
- 24. sektör olarak “Gemicilik”, Ağaç-Orman sektörü ile birlikte çalışılmış, ihracat büyüklüğü proje sonunda ayrıca raporlanmıştır.
- Projenin temel çıktısı sektörlerin stratejik hedeflerini gösteren, Sektör Strateji Haritası ve Stratejik Performans Göstergeleri (Ölçütler)’dir.





- Projenin amacı, ülke ölçeğinde yapılan 2023 İhracat Stratejisini sektörler düzeyine yansıtmaktır.
- Sektörel düzlemde yürütülen çalışma, şu soruların yanıtlarını bulmaya çalışmıştır:
  - Uzun vadeli ulaşılmak istenen ihracat sonuçları nedir?
    - Sektör genelinde,
    - Alt-sektörler bazında
  - Sektör genelinde öncelikli / hedef pazarlar hangileridir?
  - Başarı için gerekli kritik faktörler nelerdir?



1. adım

Türkiye'nin İhracat Strateji Haritası



24 Sektörün İhracat Strateji Haritası

2. adım

SEKTÖRLER

Tarım

1. Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar
2. Yaş Meyve ve Sebze
3. Meyve ve Sebze Mamülleri
4. Kuru Meyve ve Mamülleri
5. Fındık ve Mamülleri
6. Zeytin ve Zeytinyağı
7. Tütün
8. Kesme Çiçek
9. Su Ürünleri ve Hayvansal Mamülleri
10. Ağaç Mamülleri ve Orman Ürünleri

Maden

11. Madencilik Ürünleri

Sanayi

12. Tekstil ve Hammaddeleri
13. Deri ve Deri Mamülleri
14. Halı
15. Kimyevi Maddeler ve Mamülleri
16. Hazır Giyim ve Konfeksiyon
17. Taşıt Araçları ve Yan Sanayi
18. Elektrik - Elektronik
19. Makine ve Aksamları
20. Demir ve Demir Dışı Metaller
21. Demir Çelik Ürünleri
22. Çimento ve Toprak Ürünleri
23. Değerli Maden ve Mücevharat
24. Gemicilik ve Suda Yüzen Taşıtlar

Varsayımları ve Öngörüler

- Geçmiş 15 yılda dünya ticareti ve sektörel büyüme nasıl gelişmiştir?..
- Önümüzdeki 15 yılda sektörel büyüme projeksiyonları nasıl olacaktır?

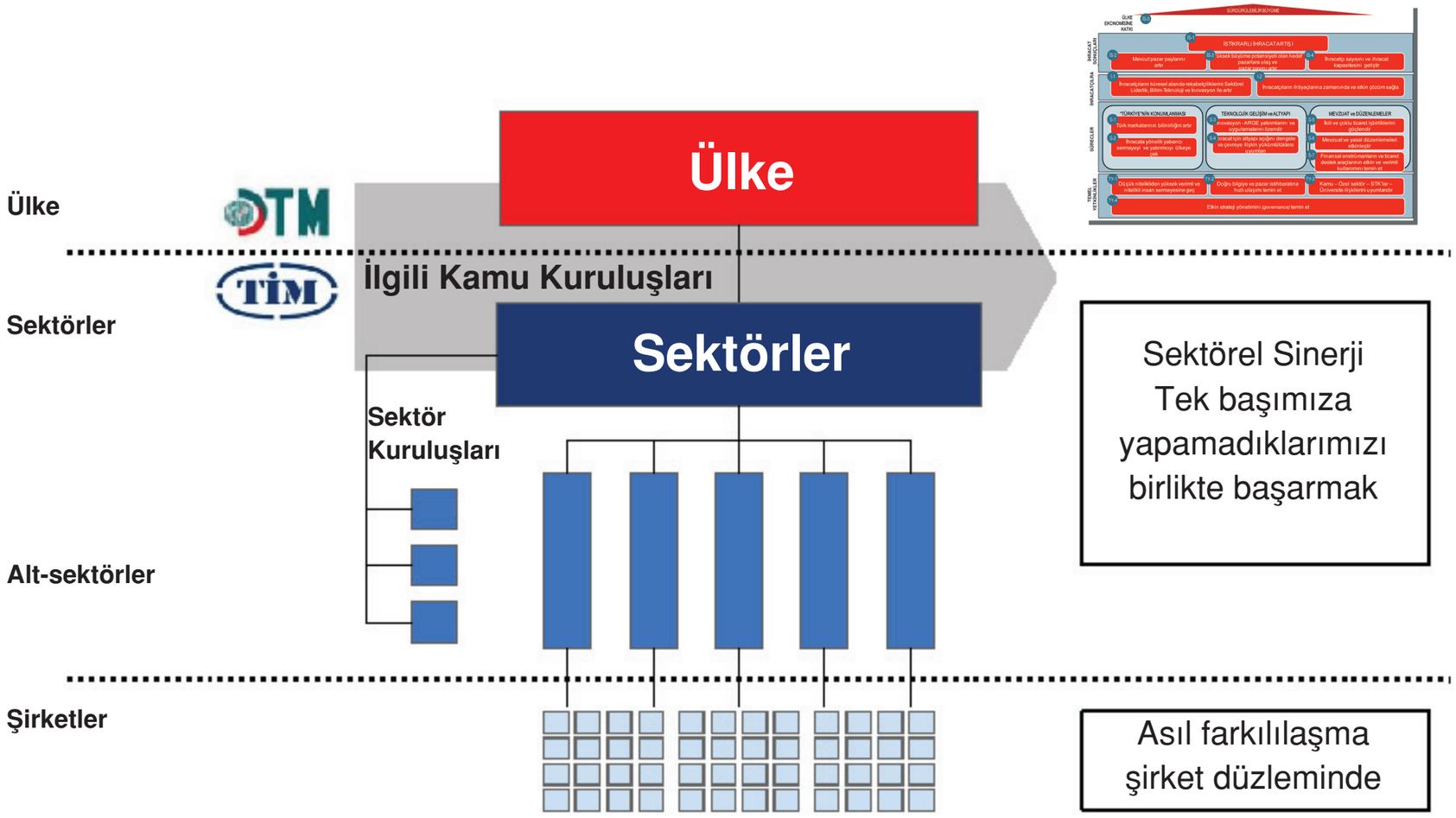
Sektörel 2023 ihracat tahminleri

- Türkiye'nin sektörel bazda 2023 ihracat gelir tahmini nedir?
- Alt-sektörlerin 2023 ihracat gelir tahmini nedir?
- Hedef ülkeler hangileridir?

Sektörel kritik başarı faktörleri

- Sektörel bazda müşteri beklentileri ve rekabette farklılaşma unsunları nelerdir?.. Küresel alanda rekabetçi gücümüzü nasıl arttırırız?
- Sektörel bazda mükemmelleşmemiz gereken kritik iş süreçleri hangileridir?
- Sektörel bazda geliştirmemiz gereken temel yetkinlikler nelerdir?

- Proje süresince, sektör genelinde yaratılabilecek sinerjilere odaklanılmıştır, asıl başarı ve farklılaşma şirket düzleminde gerçekleşecektir.



Yönetim Katmanları-arası Uyumlanma, İşbirliği ve Koordinasyon

Yukarıdan-aşağı doğru
Odak alanlarının ve
Önceliklerin belirlenmesi

1 **2023 İtibariyle sektörün ulaşacağı büyüklüğü tahmin etmek**

2 **Pazar Dinamiklerini İncelemek**

3 **Sektörün Kritik Başarı Faktörlerini Belirlemek**

❑ Ulaşmak istediğimiz ihracat sonuçları nedir ?

1. Sektörün 2023 İhracat öngörüsüdüzeyine yansıtmaktır.
2. Alt-sektörlerin 2023 ihracat gelir tahminleri

Aşağıdan-yukarı doğru başarılı sonuçların elde edileceği İş Dinamikleri'nin çalıştırılması

❑ Rekabet gücümüzü artırma unsurları nelerdir ?

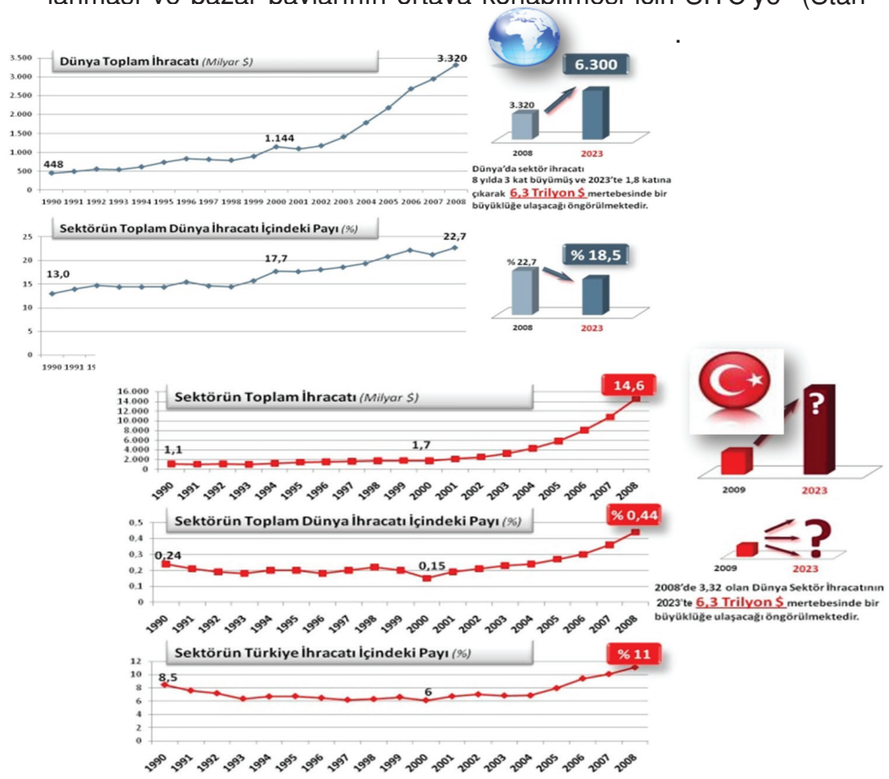
3. Sektör genelinde öncelikli / hedef pazarlar
4. Sektörde ihracat lideri ülkeler neleri iyi yapıyorlar ? Müşteriler ürünlerde hangi vasıfları önemsiyor ve "tercih edilen" olmak için hangi vasıflarda mükemmelleşmeliyiz ?

Aşağıdan-yukarı doğru başarılı sonuçların elde edileceği İş Dinamikleri'nin çalıştırılması

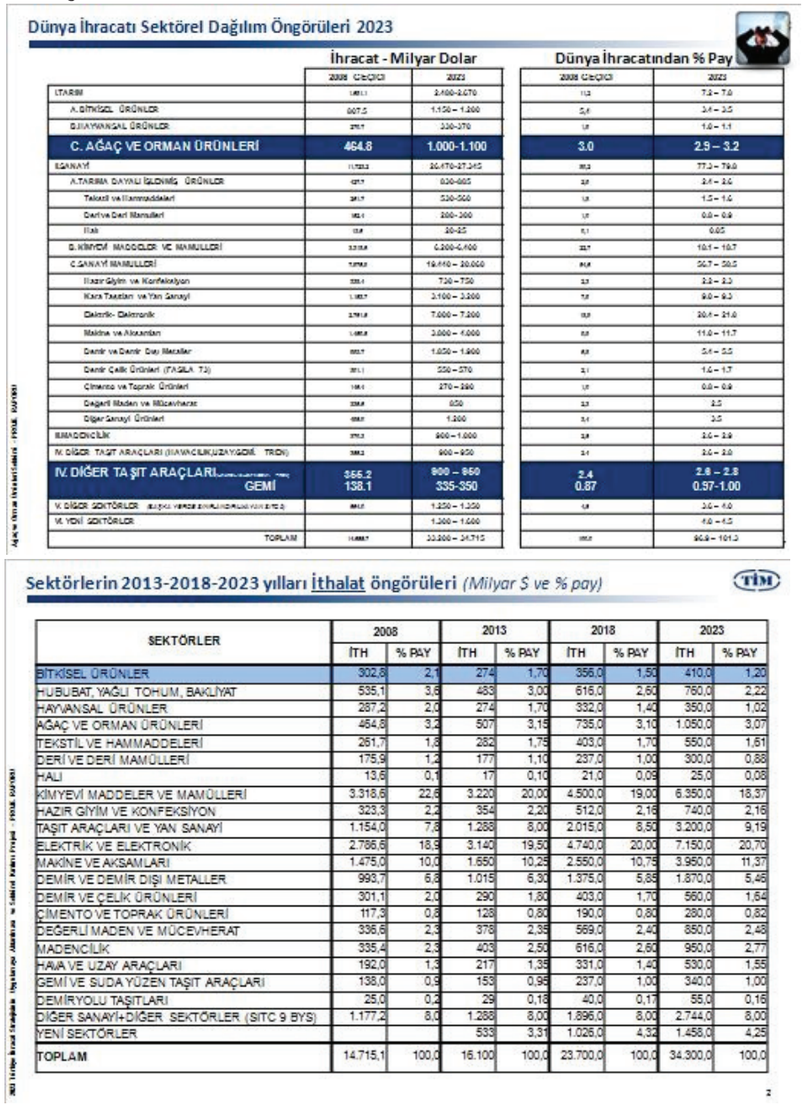
❑ Başarı için gerekli kritik faktörler nelerdir ?

5. Sektörümüzün değer zincirinde iyileştirmemiz gereken öncelikli konular hangileridir ?
6. Sektörümüzde geliştirmemiz gereken temel yetkinlikler nelerdir ? (insan – bilgi teknolojileri – kurumlar arası koordinasyon faktörleri)

- Proje süresince TIM tarafından yaptırılan 1990-2008 dönemi dünya ve Türkiye ilgili sektör ihracat gelişimleri, sektörlerin toplam ticaret içindeki paylarının ve Türkiye'nin ilgili sektör dünya ticareti içindeki paylarının gelişimlerini gösteren veri ve trend analizi çalışmaları önemli katkı sağlamıştır.
- Uluslararası mal gruplandırma sistemi ile (Türkiye İstatistik Kurumu'nun da ihracat verileri için kullandığı), İhracatçı Birlikleri'nin mal grupları arasında farklılıklar bulunabilmektedir. Bu nedenle, İhracatçı Birlikleri verileri ile, TUİK ve Uluslararası ihracat verileri arasında sayısal farklarla karşılaşmaktayız.
- Çalışmada kullanılan tüm veriler uluslararası standartlara uyum sağlanması ve pazar paylarının ortaya konabilmesi için SITC'ye (Stan-



- Dünya ihracatı 2008-2023 karşılaştırmalı sektörel dağılım öngörüleri ve dünya ticaretinden paylar dikkate alınmıştır.
- 2013-2018-2023 yılları itibariyle sektörel ithalat öngörüleri değerlendirilmiştir.



Dünya İhracatı Sektörel Dağılım Öngörüleri 2023

	İhracat - Milyar Dolar		Dünya İhracatından % Pay	
	2008 Gerçekleşen	2023	2008 Gerçekleşen	2023
I.TARIM	1.461,1	2.400-2.670	11,3	7,3 – 7,0
A. DİNSEL ÜRÜNLER	667,5	1.150 – 1.300	5,1	3,4 – 3,5
B.HAYVANSAL ÜRÜNLER	376,1	330-370	1,8	1,0 – 1,1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	**464.8**	**1.000-1.100**	**3.0**	**2.9 – 3.2**
II.SANAYİ	11.723,3	26.170-27.245	89,3	77,3 – 79,0
A.TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	427,7	830-905	3,3	2,4 – 2,6
Tekstil ve Hammaddeleri	241,7	530-560	1,8	1,5 – 1,6
Deri ve Deri Mamulleri	162,1	260-300	1,2	0,8 – 0,9
Halı	13,9	20-25	0,1	0,05
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	3.318,6	9.200-9.400	22,7	10,1 – 10,7
C.SANAYİ MAMULLERİ	7.976,5	16.440 – 20.000	60,8	50,7 – 58,5
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	323,1	720 – 750	2,3	2,1 – 2,3
Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	1.165,7	2.100 – 3.200	7,9	6,0 – 9,3
Elektrik- Elektronik	2.791,8	7.000 – 7.200	19,0	20,1 – 21,0
Makina ve Aksamları	1.498,8	3.000 – 4.000	8,8	11,0 – 11,7
Demir ve Demir Dışı Metaller	993,7	1.650 – 1.900	6,8	5,1 – 5,5
Demir Çelik Ürünleri (FASIL 73)	301,1	550 – 570	2,1	1,6 – 1,7
Cimento ve Toprak Ürünleri	198,1	270 – 290	1,4	0,8 – 0,9
Değerli Maden ve Mücevherat	336,6	800	2,3	2,3
Diğer Sanayi Ürünleri	1.152,8	1.200	7,9	3,5
HAVACILIK	370,3	900 – 1.000	2,5	2,6 – 2,9
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI (HAVACILIK/UZAY/GEMİ, TRDN)	386,3	900 – 950	2,6	2,6 – 2,8
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI GEMİ	**365,2 138.1**	**900 – 950 335-350**	**2,4 0.87**	**2.6 – 2.8 0.97-1.00**
V. DİĞER SEKTÖRLER	894,8	1.200 – 1.300	6,1	3,6 – 4,0
VI. YENİ SEKTÖRLER		1.300 – 1.600		4,0 – 4,5
TOPLAM	14.646,7	33.300 – 34.715	100,0	90,9 – 101,0

Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları İthalat öngörüleri (Milyar $ ve % pay)

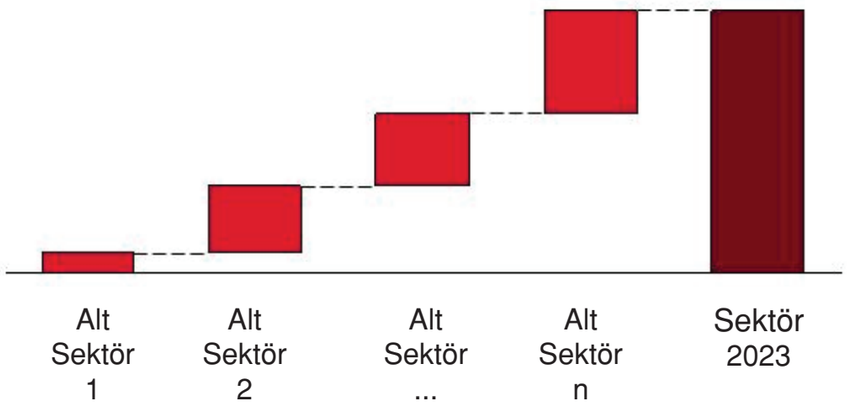
SEKTÖRLER	2008		2013		2018		2023	
	İTH	% PAY	İTH	% PAY	İTH	% PAY	İTH	% PAY
BİTKİSEL ÜRÜNLER	302,8	2,1	274	1,70	356,0	1,50	410,0	1,20
HUBUBAT, YAĞLI TOHUM, BAKLİYAT	535,1	3,6	483	3,00	616,0	2,60	760,0	2,22
HAYVANSAL ÜRÜNLER	287,2	2,0	274	1,70	332,0	1,40	350,0	1,02
AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	454,8	3,2	507	3,15	735,0	3,10	1.050,0	3,07
TEKSTİL VE HAMMADDELERİ	261,7	1,8	282	1,75	403,0	1,70	550,0	1,61
DERİ VE DERİ MAMÜLLERİ	175,9	1,2	177	1,10	237,0	1,00	300,0	0,88
HALI	13,6	0,1	17	0,10	21,0	0,09	25,0	0,08
KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	3.318,6	22,6	3.220	20,00	4.500,0	19,00	6.350,0	18,37
HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON	323,3	2,2	354	2,20	512,0	2,16	740,0	2,16
TAŞIT ARAÇLARI VE YAN SANAYİ	1.154,0	7,8	1.288	8,00	2.015,0	8,50	3.200,0	9,19
ELEKTRİK VE ELEKTRONİK	2.786,6	18,9	3.140	19,50	4.740,0	20,00	7.150,0	20,70
MAKİNE VE AKSAMLARI	1.475,0	10,0	1.650	10,25	2.550,0	10,75	3.950,0	11,37
DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	993,7	6,8	1.015	6,30	1.375,0	5,85	1.870,0	5,46
DEMİR VE ÇELİK ÜRÜNLERİ	301,1	2,0	290	1,80	403,0	1,70	560,0	1,64
ÇİMENTO VE TOPRAK ÜRÜNLERİ	117,3	0,8	128	0,80	190,0	0,80	280,0	0,82
DEĞERLİ MADEN VE MÜCEVHERAT	336,6	2,3	378	2,35	569,0	2,40	850,0	2,48
MADENCİLİK	335,4	2,3	403	2,50	616,0	2,60	950,0	2,77
HAVA VE UZAY ARAÇLARI	192,0	1,3	217	1,35	331,0	1,40	530,0	1,55
GEMİ VE SUDA YÜZEN TAŞIT ARAÇLARI	138,0	0,9	153	0,95	237,0	1,00	340,0	1,00
DEMİRYOLU TAŞITLARI	25,0	0,2	29	0,18	40,0	0,17	55,0	0,16
DİĞER SANAYİ+DİĞER SEKTÖRLER (SITC 9 BYS)	1.177,2	8,0	1.288	8,00	1.896,0	8,00	2.744,0	8,00
YENİ SEKTÖRLER			533	3,31	1.026,0	4,32	1.458,0	4,25
TOPLAM	14.715,1	100,0	16.100	100,0	23.700,0	100,0	34.300,0	100,0

- 2023 yılı ihracat öngörüsünün belirlenmesinde, Türkiye'nin sektörel bazda dünya ticaretinden aldığı pay üzerinden değerlendirme yürütülmüştür (artan / durağan / düşen pay skalası). Sektör Liderlik ekipleri ihracat gelir hedeflerini, sektör alt kırılımlarını da dikkate alarak, dünya ilgili sektör pazar payı öngörüsü çerçevesinde ortaya koymuştur.

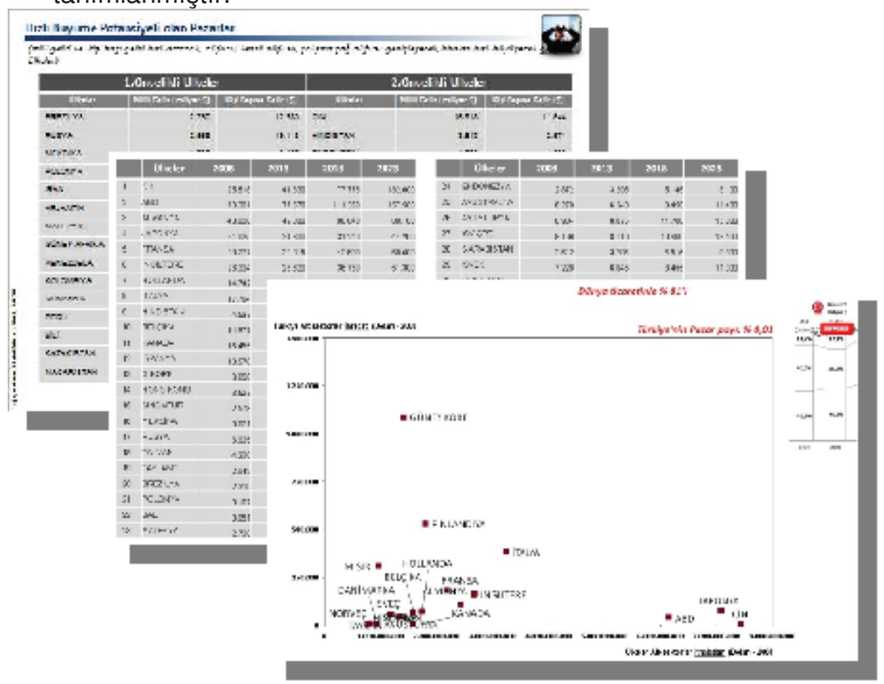
Türkiye Sektör İhracatının Dünya Payındaki Değişim Senaryoları



Alt Sektör Kırılım Öngörüsü



- Hedef pazarların belirlenmesinde hızlı büyüme potansiyeli olan ülkeler, yakın ve komşu ülke pazarlarına ilişkin veriler çalıştay katılımcıları ile paylaşılmıştır. Seçili 45 ülke bazında 2013 – 2018 – 2023 sektöre ithalat öngörüleri irdelenmiştir.
- Hedef ihraç pazarlarının belirlenmesinde alt kırılımlar bazında Türkiye'nin ihracatı ve dünya ithalatlarından faydalanılmıştır.
- Bu bilgiler ışığında hedef pazarlar Sektör Liderlik ekipleri tarafından tanımlanmıştır.

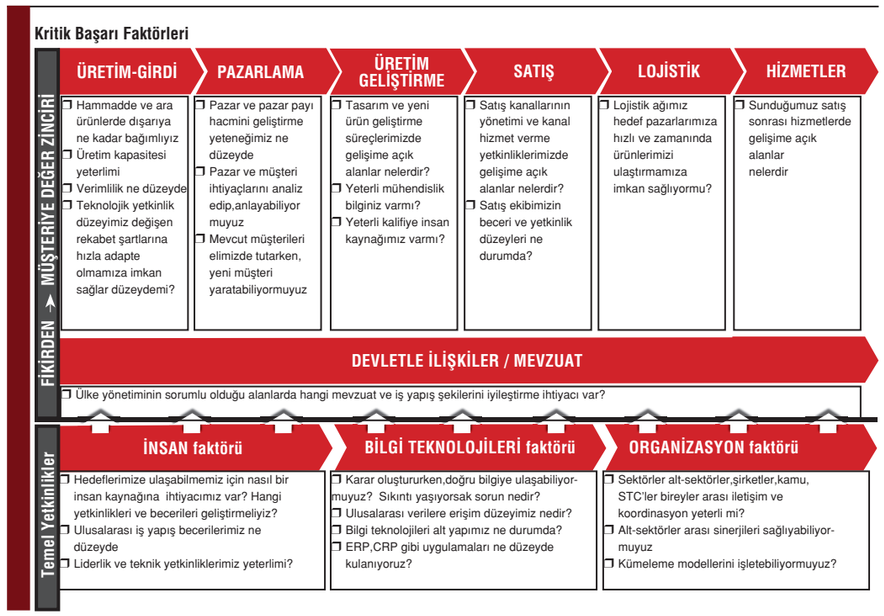


- Çalışmanın asıl çıktısı söz konusu ihracat öngörüsüne ulaşılmasını sağlayacak kritik başarı faktörlerinin belirlenmesidir. Bu kapsamda, kritik başarı faktörleri,
  - Üretim / Girdi Tedarik
  - Pazarlama / Satış
  - Ürün Geliştirme
  - Lojistik
  - Hizmetler
  - Mevzuat
  - Finansman
  - İnsan Kaynakları
  - Bilgi Teknolojileri
  - Organizasyon / Kurumlararası işbirliği

  başlıkları altında irdelenmiştir.

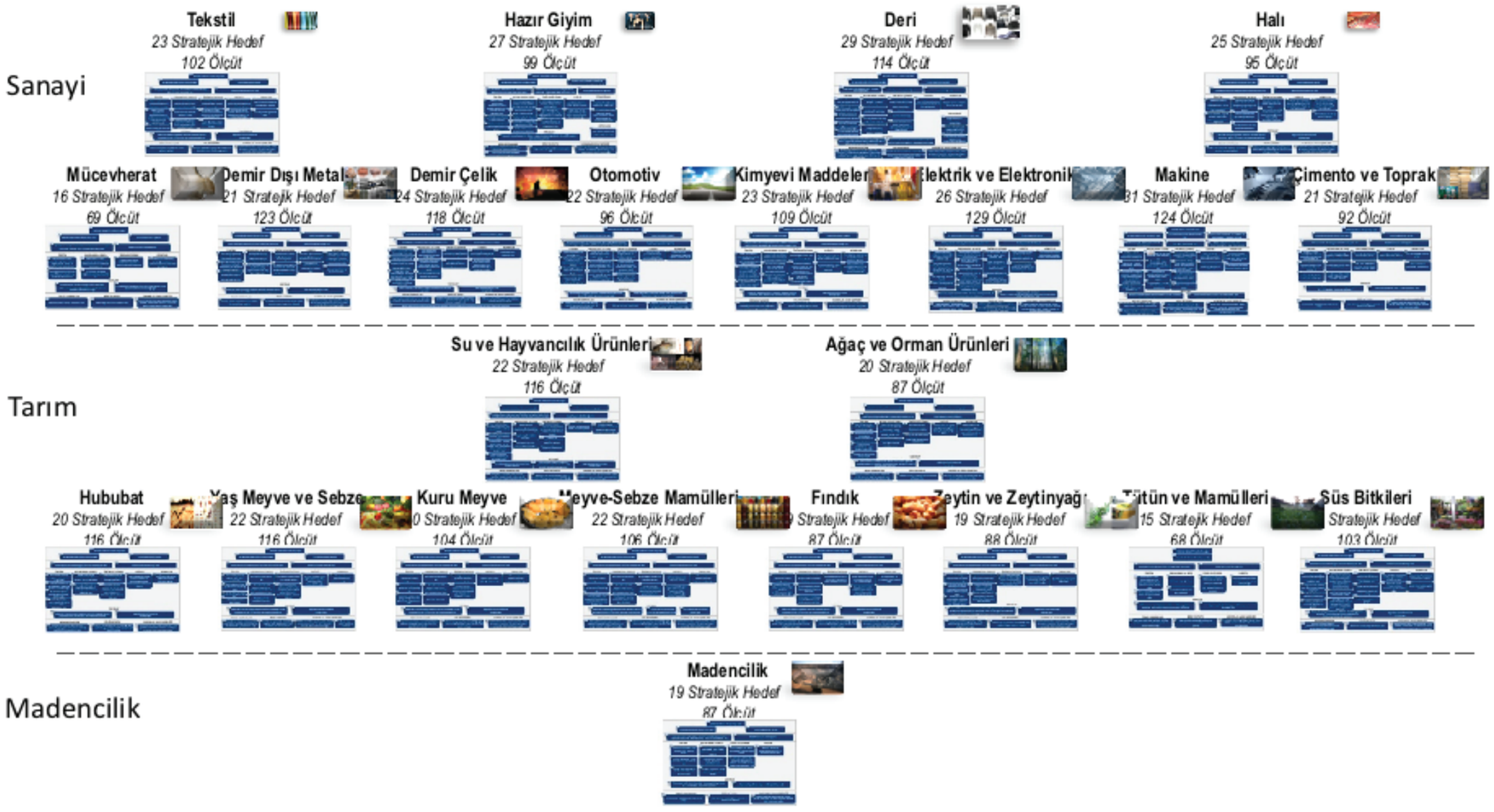


- Bu çalışmalar sonucunda stratejik hipotez, “İhracat Sonuçları”, “Pazar Dinamikleri” ve “Kritik Başarı Faktörleri” olmak üzere üç temel perpektifte yapısallaştırılmıştır.

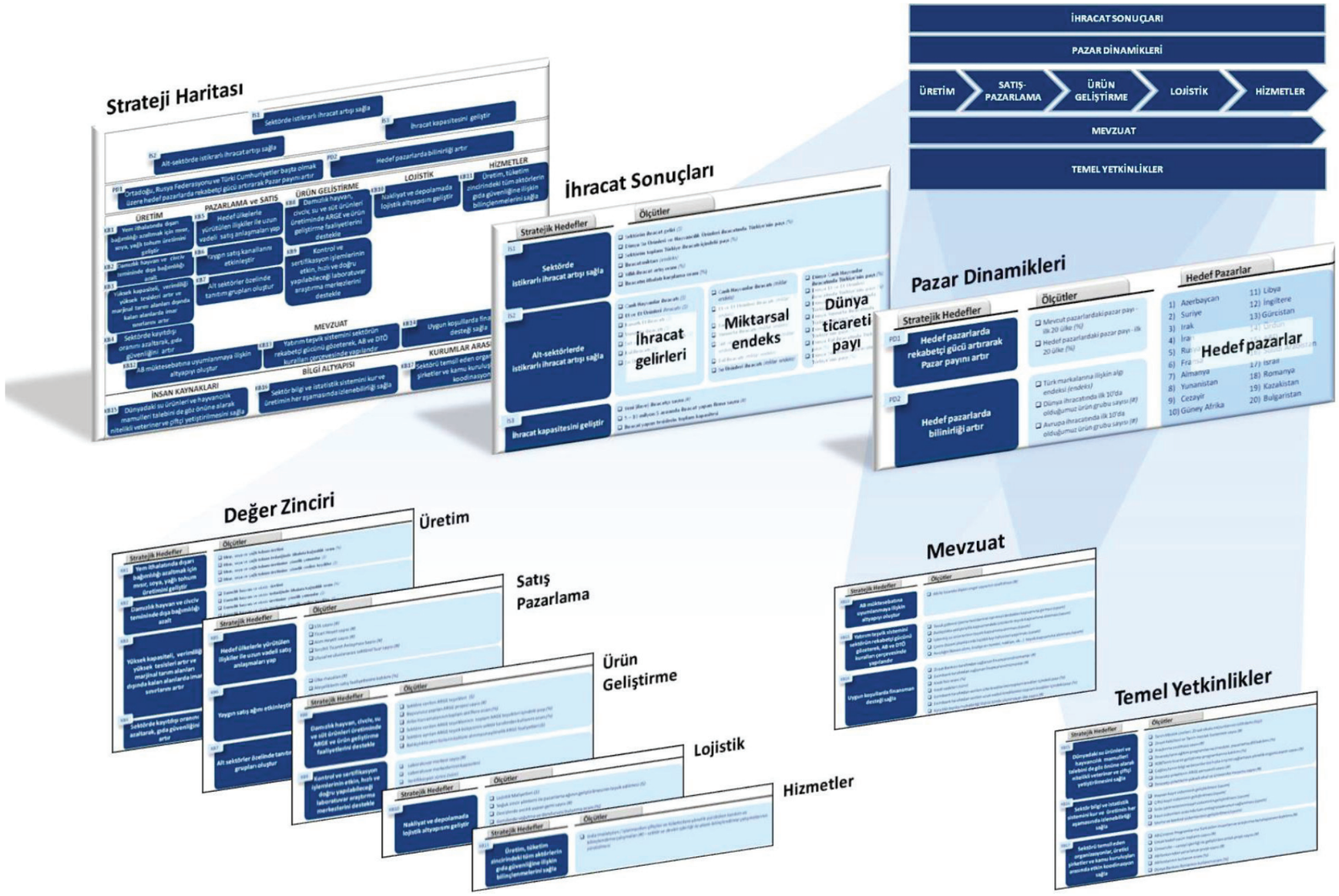


- Sektör Strateji Haritası ve Başarı Ölçütlerine ilgili sektör Proje Raporlarında detaylı olarak yer verilmiştir. Sektör stratejik hedef ve ölçütlerin listesi ekte yer almaktadır.

- Sektörel düşünce önderlerini biraraya getiren Çalıştay'da, geçmiş dönemde başarıyı sağlayan unsurlar ve güncel zorluk alanları değerlendirildi. Sıfırdan bir strateji geliştirme gayreti yerine, mevcut bilgi birikimi, deneyimler ve geçmiş çalışmalar (stratejik plan / rapor, arama konferansı, vb…) ışığında stratejik yönlenme gözden geçirildi ve Yol Haritası netleştirilmeye çalışıldı. Bu kapsamda, çalışma dahilinde gözden geçirilen dokümanlardan referanslara raporda yer verilmiştir.
- 2. adım'ın temel çıktıları 24 sektörün Strateji Haritası ve Performans Ölçütleri'dir.



- Her bir sektörün Strateji Haritası inşa edilirken ihracat sonuçlarına ulaşabilmek için hedef pazarlar, değer zincirindeki üretim, satış, pazarlama, ürün geliştirme, lojistik, hizmetler gibi fonksiyonlardaki kritik başarı faktörleri, mevzuatta karşılaşılan zorluklar ve finansman ihtiyaçları ile insan kaynakları, bilgi teknolojileri ve kurumlararası koordinasyon başlıklarından oluşan temel yetkinlik ihtiyaçları ortaya konmuştur.



- Her bir sektör için 150-200 sayfalık detaylı Proje Raporları hazırlanmıştır. Bu bölümde sektörlerin başlıca büyüme dinamikleri, değişim gündemleri ve stratejik önceliklerinden oluşan kilit çıktılarından alıntılar yapılmıştır. Söz konusu öncelikler gerçekleştiği taktirde Sektör Liderlik ekipleri tarafından gerçekleşmesi öngörülen sektör ve alt sektörler ihracat gelir hedefleri de kilit çıktılar arasında yer almaktadır.

Strateji Haritası

Sektör İhracat Gelir Hedefi

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri

Temel Göstergeler

Hedef Pazarlar

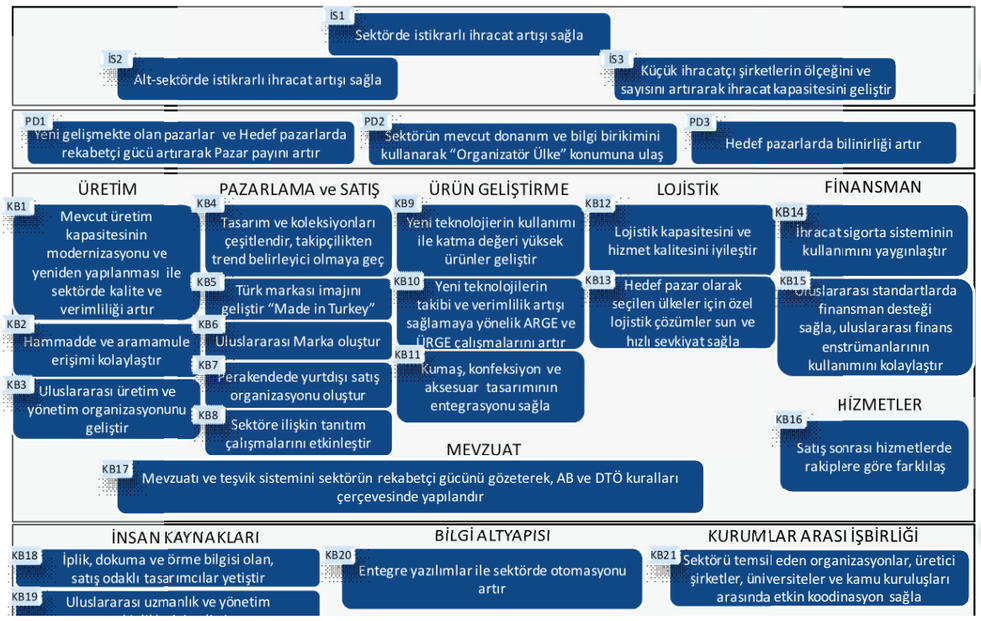
Değişim Gündemi

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

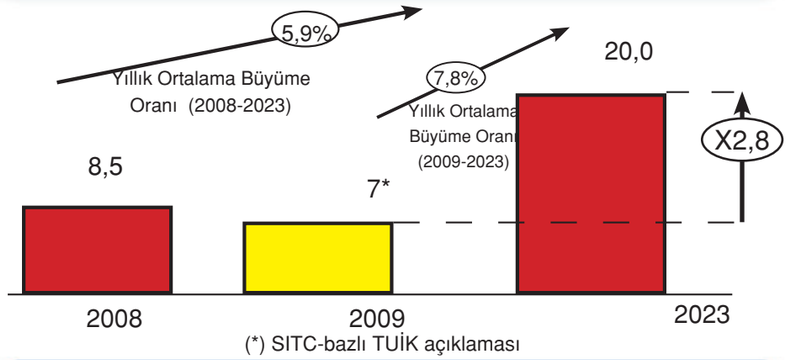




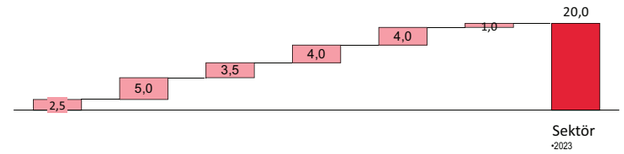
Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü Kritik Çıktılar

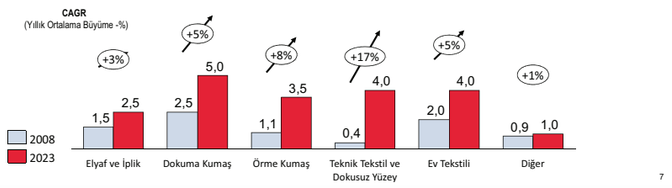


Sektör İhracat Gelir Hedefi



Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

2008		2023
8.5	İhracat Geliri (Milyar $)	20.0
3,26	Dünya Pazar Payı (%)	3,60
2000-2008	Yıllık Ort. Artış Oranı (%)	2008-2023
11,5		5,9
6,86	Türkiye İhracatı Payı (%)	3,67

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

Dokuma

1. Çin
2. Hindistan
3. Brezilya
4. İtalya
5. ABD
6. Meksika
7. İran
8. Rusya
9. Mısır
10. Fas
11. Tunus
12. Suriye

Örme

1. Fas
2. Tunus
3. Cezayir
4. Mısır
5. Eski Rusya ülkeleri
6. Ürdün
7. İran
8. Suriye

Değişim Gündemi

- **Üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile verimlilik artışı sağlamak**
- **Yeni teknolojilerin kullanımı ile özel ve katma değeri yüksek elyaf ve iplik üretimine yönelmek**
- **Arge ve ürge çalışmaları ile teknolojik tekstiller (teknik tekstil) ve çok fonksiyonlu ürünlere odaklanmak.**
- **Markalaşmak, tasarım ve koleksiyonlarla trend belirleyiciliğe geçmek**

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Özel elyaf ve iplikte üretim kapasitesi
- İplikte, “kompakt eğirme” vb yüksek değerli iplik üretim kapsaitesi
- Endüstriyel iplik ve teknik tekstiller üretimi
- Ar-ge ve ür-ge harcamaları
- Ar-ge ve ür-ge alanında çalışan personel sayısı

Pazarlama-Satış

- Yıllık ortalama kolleksiyon sayısı .
- Tasarım harcamaları
- Pazarlamacı vasfına sahip teknik elman sayısı
- Pazarlamaya dönük, tasarımcıya kadar uzanan network ağı kullanımı

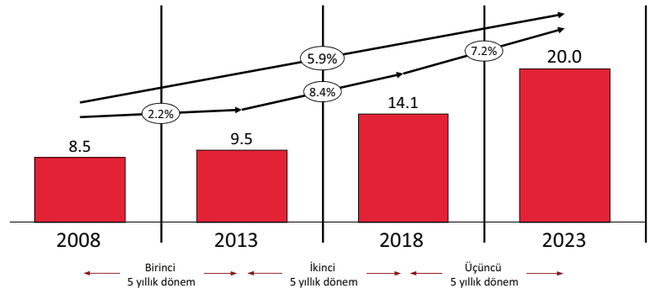
Ürün Geliştirme

- Yenilikçi ürün çeşitleri
- Çok fonkisyonlu ürünlerin üretimi
- Yeni geliştirilen ürünlerle girilen yeni pazarlar ve kazanılan müşteriler

Lojistik

- Lojistik maliyetleri
- Hedef pazarlara yönelik güzergah ve sefer sayısı

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Hizmetler

- Reklamasyon oranı %
- Geri gelen eşya istatistikleri

Mevzuat

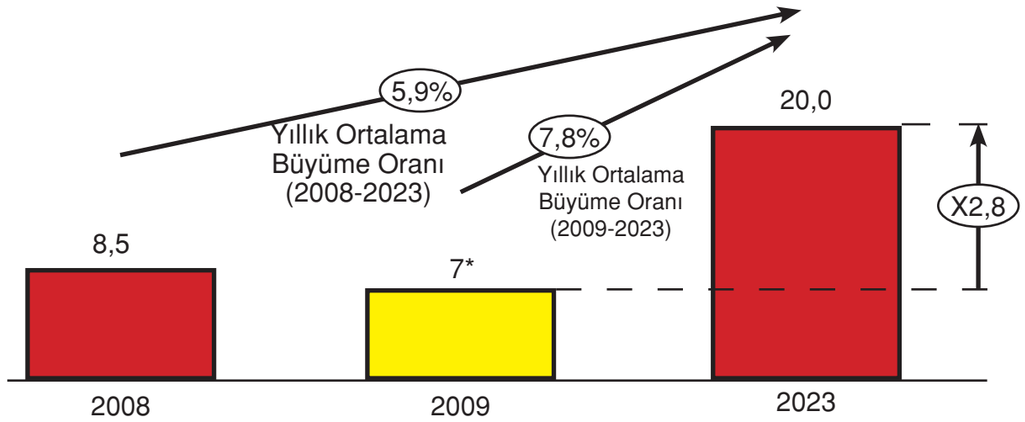
- Tekstil sektöründe tasarımın arge olarak kabul edilmesi
- Sektörün devlet yardımlarından aldığı pay
- Ülkemiz ile rakip ülkelerin üretim maliyetleri karşılaştırması
- SSK ve enerjide uygulanan destek miktarı
- Modernizasyon ve özellikli ürünlerde uygulanan yatırım destekleri

Temel Yetkinlikler

- Yüksek teknolojiyi kullanabilen, çok disiplinli uygulamalara hakim istihdam oranı
- Bilgisayar destekli entegre yönetim sistemi kullanım oranı

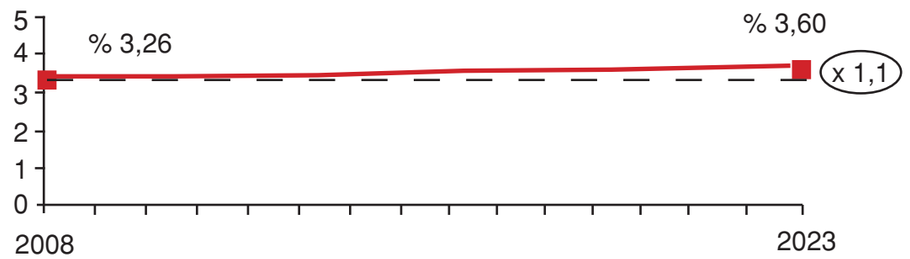
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
550 milyar $)



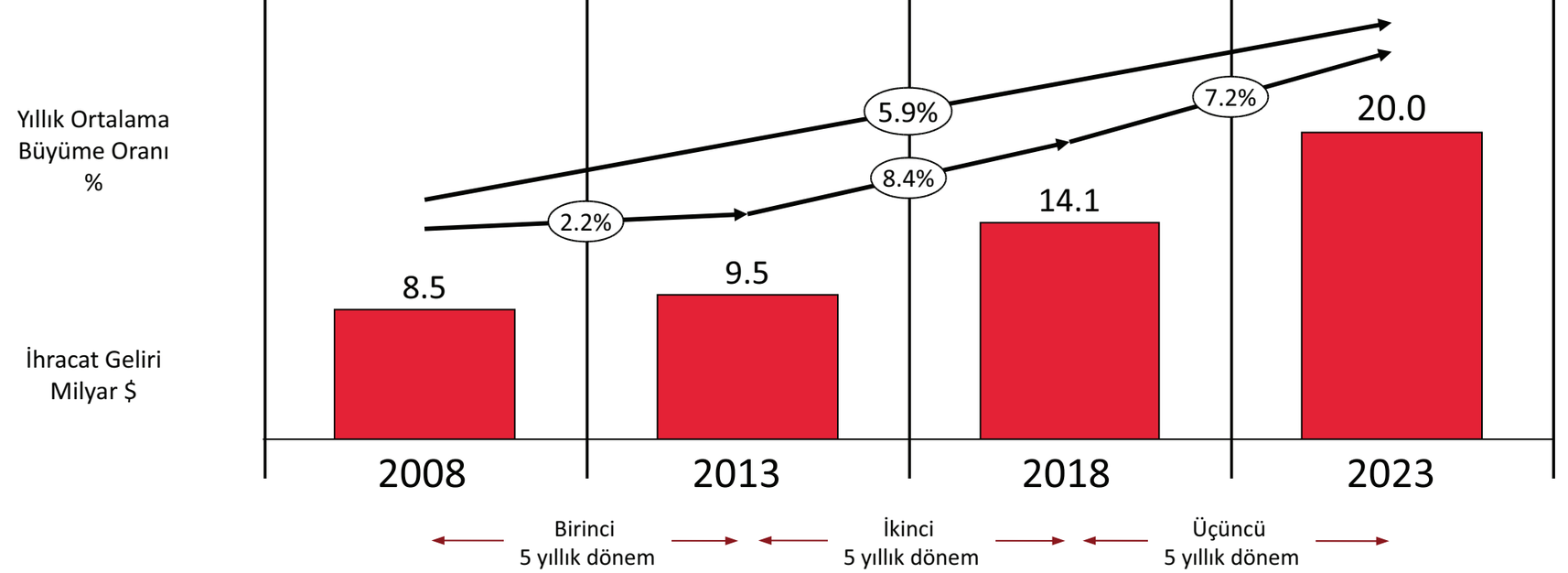
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

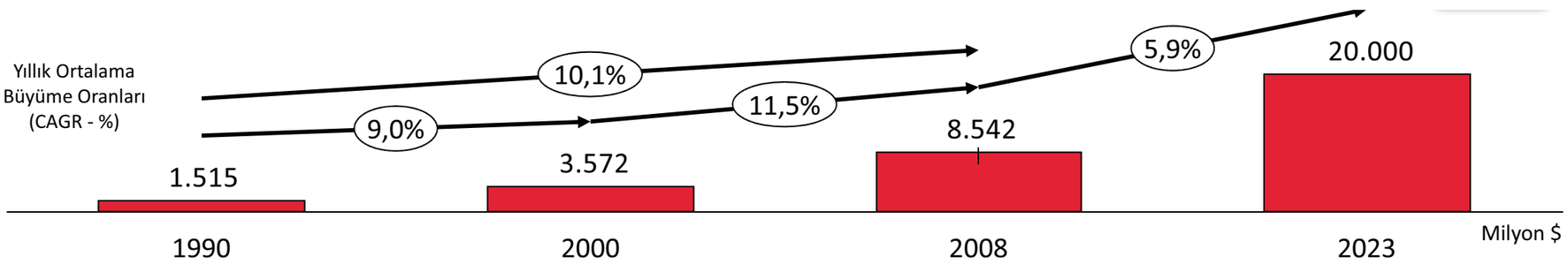
Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %



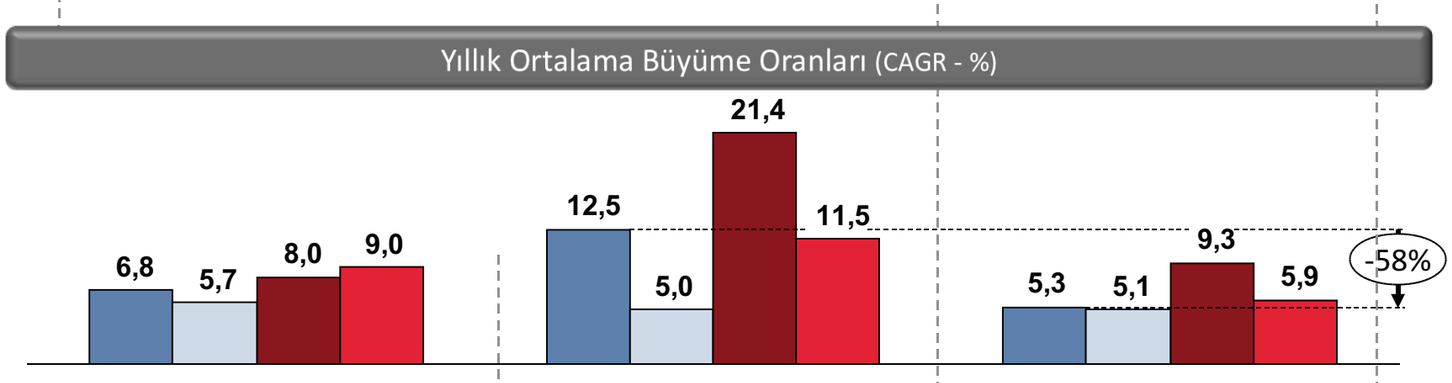


SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**261.7**	**282 ***	**403 ***	**550 ***
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**3.26**	**3.37**	**3.50**	**3.60**





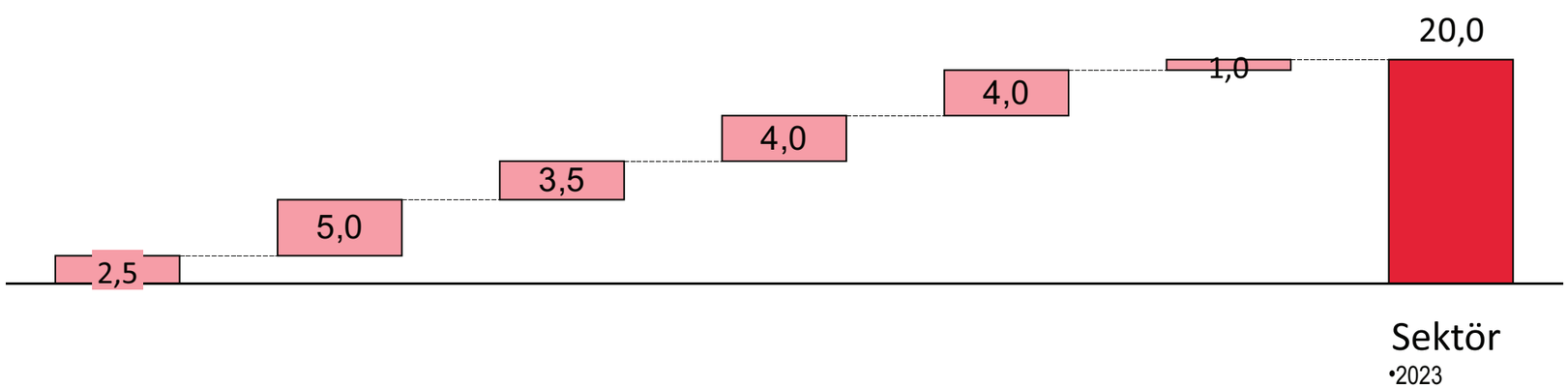
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 7 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

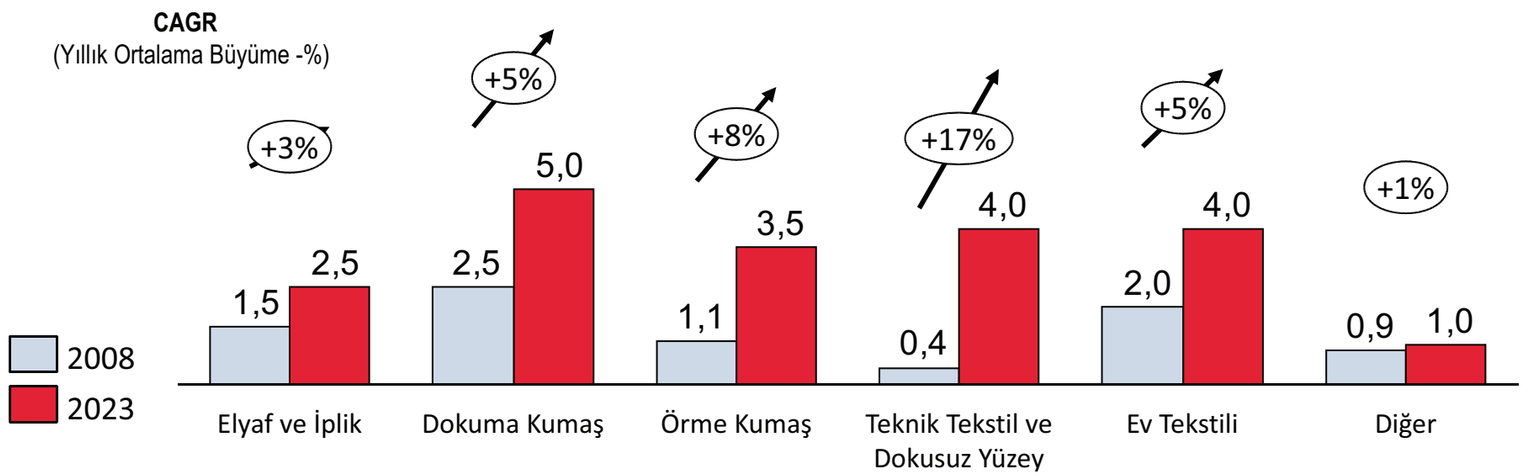


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

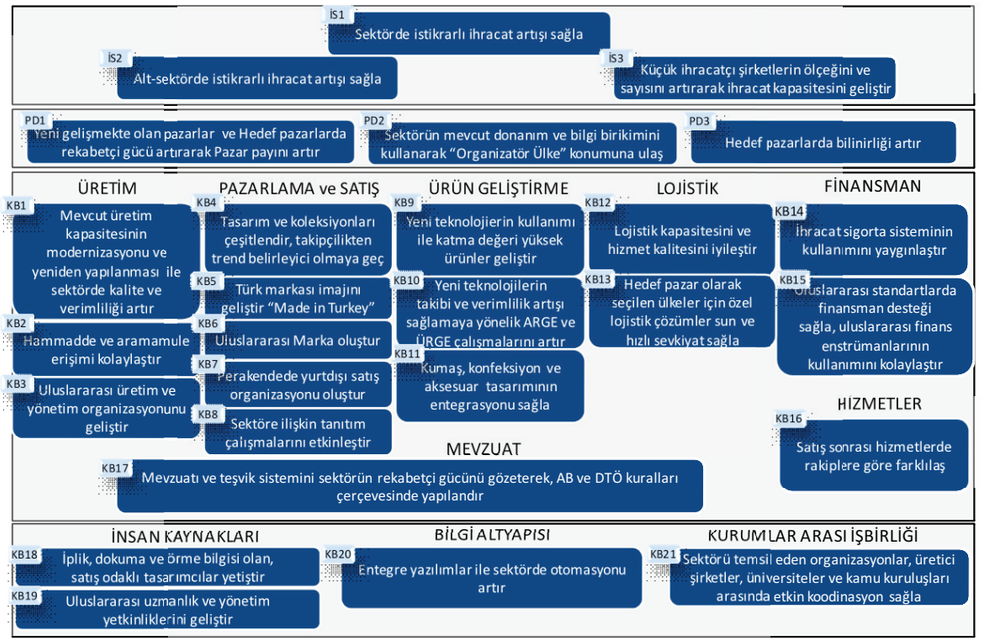
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



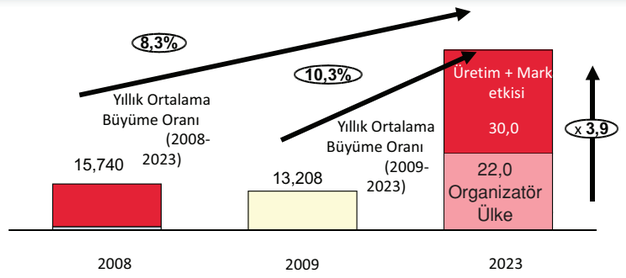


Hazırgiyim ve Konfeksiyon Sektörü Kritik Çıktılar





Sektör İhracat Gelir Hedefi

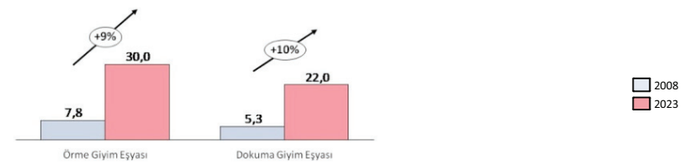


Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

2009		2023
13,2	İhracat Geliri *(Milyar $)*	52,0
3,12	Dünya Pazar Payı *(%)*	4,19
2000-2009 10,0	Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2009-2023 10,3
13	Türkiye İhracatı Payı *(%)*	9,54



Hedef Pazarlar

1. AB ülkeleri
2. Rusya
3. Eski Doğu Bloğu ülkeleri
4. İran
5. Irak
6. Suriye
7. Ortadoğu
8. Mısır
9. Fas
10. Tunus
11. Cezayir
12. Ürdün
13. ABD
14. Çin
15. Hindistan
16. Meksika

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- **Markalaşmak, tasarım ve koleksiyonlarla moda yapıcı ülke konumuna geçiş**
- **Mevcut bilgi birikimi ile "Organizatör Ülke" konumuna gelmek.**
- **Yeni teknolojilerin kullanımı ve uygulamalarla yenilikçi ve çok fonksiyonlu ürünlere yönelmek**
- **Üretim kapasitesinin modernizasyonu ve yeniden yapılanması ile verimlilik artışı**

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- İhracat birim fiyatlarındaki gelişim,
- Yurtdışı üretim yapan firma sayısı
- Ar-ge ve ür-ge harcamaları
- Ar-ge ve ür-ge alanında çalışan personel sayısı
- Kişi başı üretim miktarı

Pazarlama-Satış

- Yıllık ortalama kolleksiyon sayısı .
- Uluslararası konuma sahip marka sayısı
- Yurtdışı mağaza sayısı
- Yeni iletişim araçları ile tanıtım ve pazarlama kullanım oranı

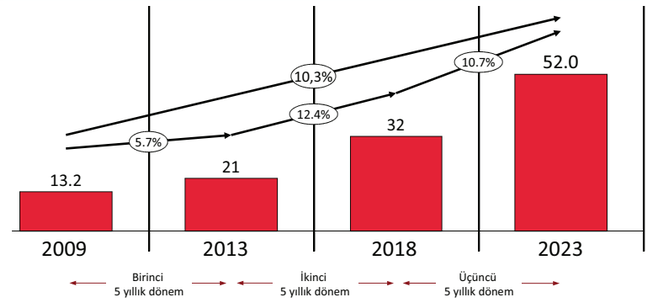
Ürün Geliştirme

- Yeni geliştirilen tasarım sayısı
- Firmalardaki tasarımcı sayısı
- Yeni geliştirilen ürünlerle girilen yeni pazarlar ve kazanılan müşteriler

Lojistik

- Tedarik süreleri
- Hedef pazarlara yönelik teslimat depoları

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Hizmetler

- Reklamasyon oranı %
- Geri gelen eşya istatistikleri

Mevzuat

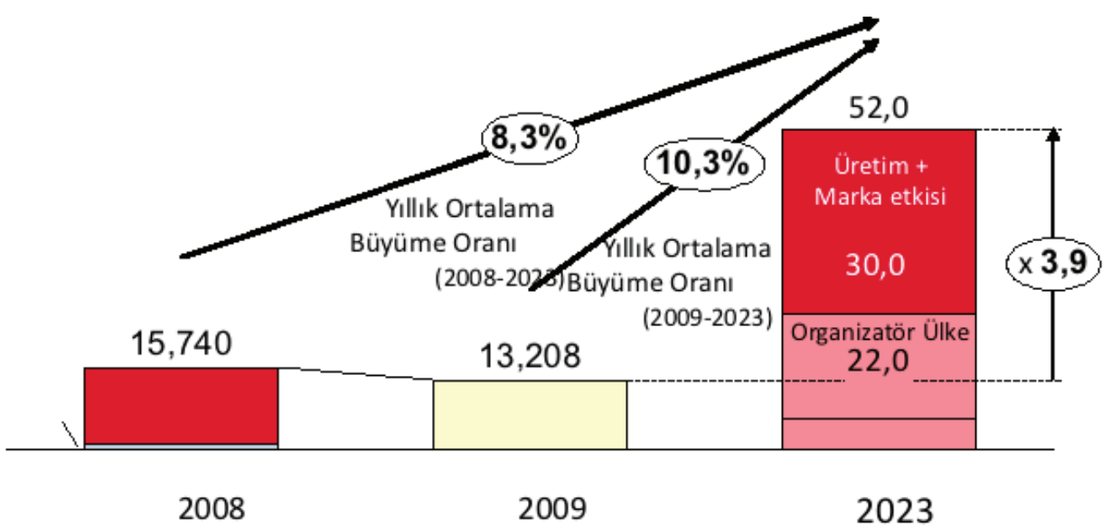
- Hazırgiyim sektöründe tasarımın arge olarak kabul edilmesi
- Sektörün devlet yardımlarından aldığı pay
- Ülkemiz ile rakip ülkelerin üretim maliyetleri karşılaştırması
- Rakip ülkelerin uyguladığı devlet destekleri

Temel Yetkinlikler

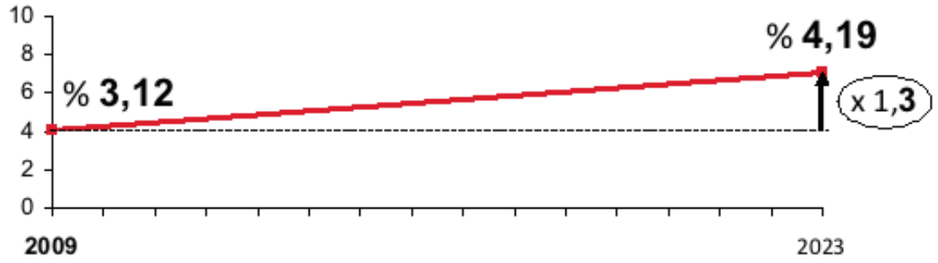
- Meslek liseleri ve üniversite mezunlarının istihdamda payı
- Bilgisayar destekli entegre yönetim sistemi kullanım oranı

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
740 milyar $)

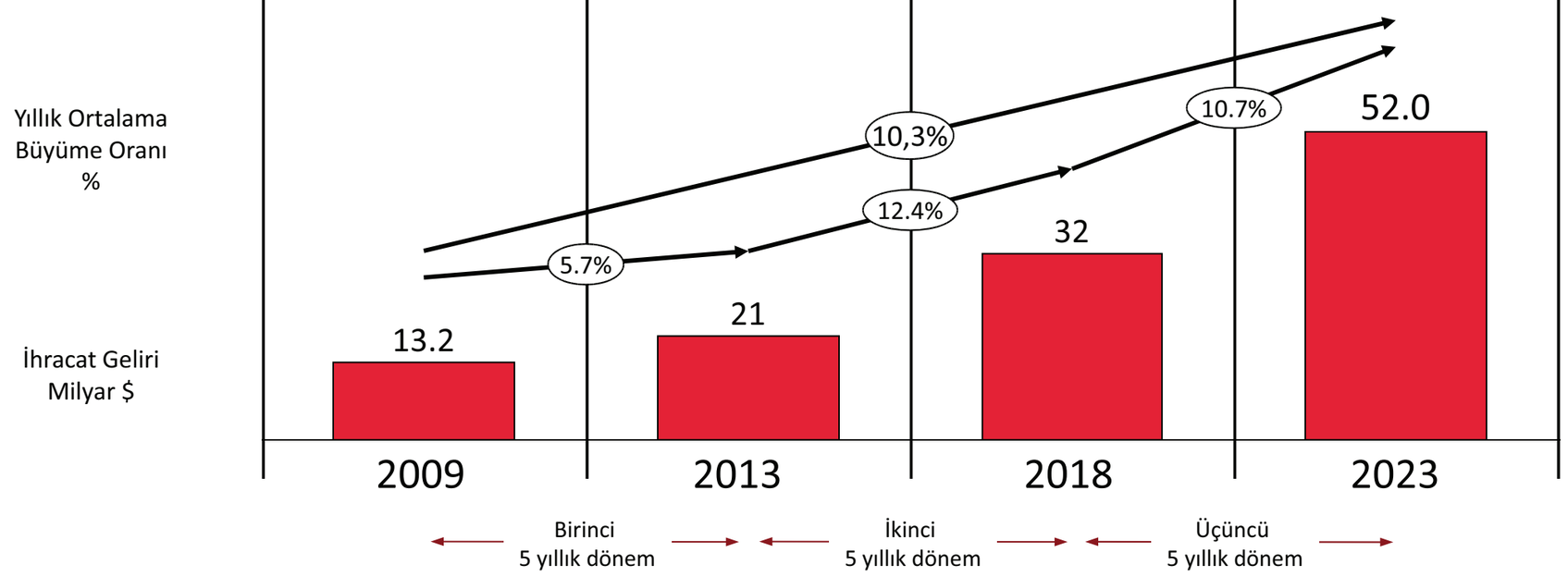


Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %

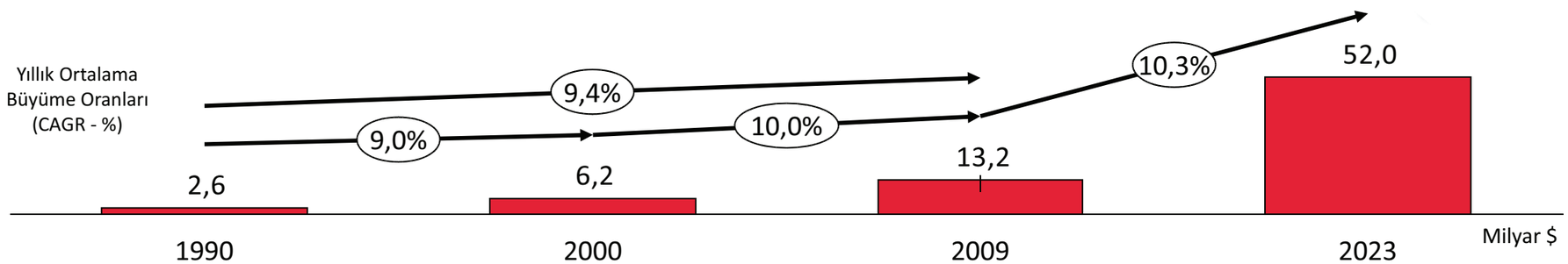




SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**425**	**530**	**810**	**1240**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**3,11**	**3,96**	**3,95**	**4,19**

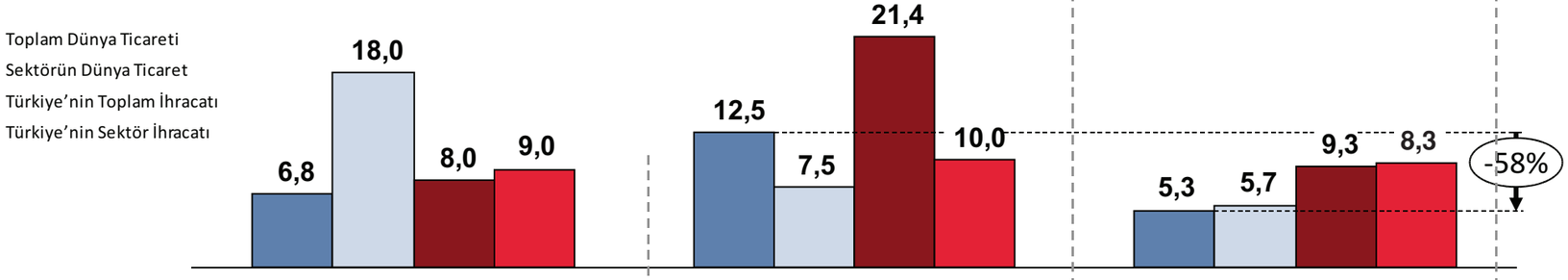


* Sektör dünya ticaret tahminleri sektör kurulu tarafından revize edilmiştir.



Türkiye sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 10,5 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



1990-2000

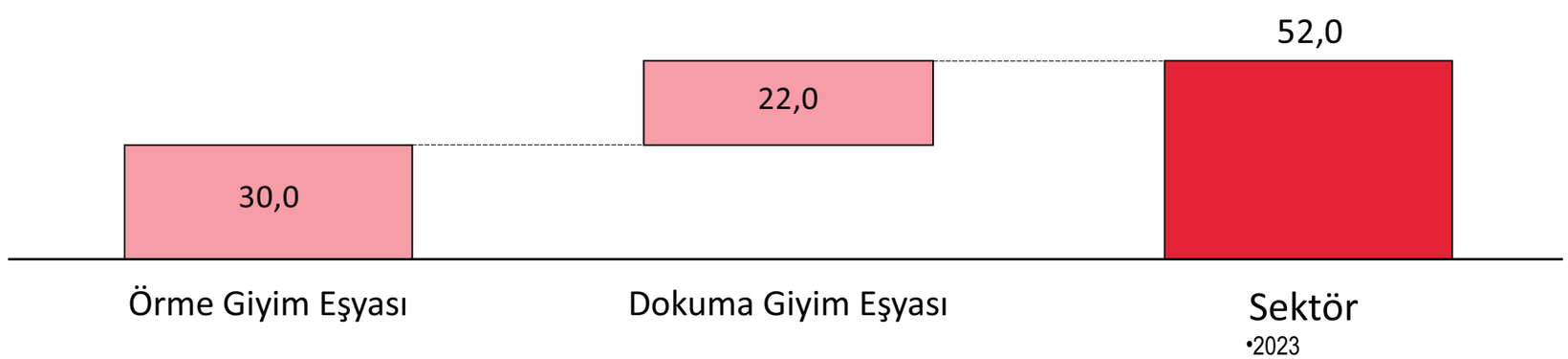
2000-2008

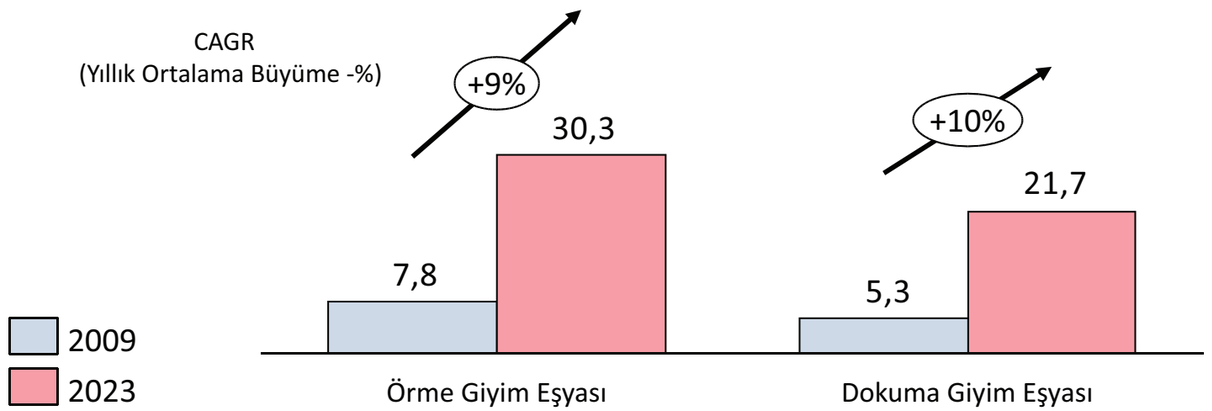
- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

2008-2023

- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

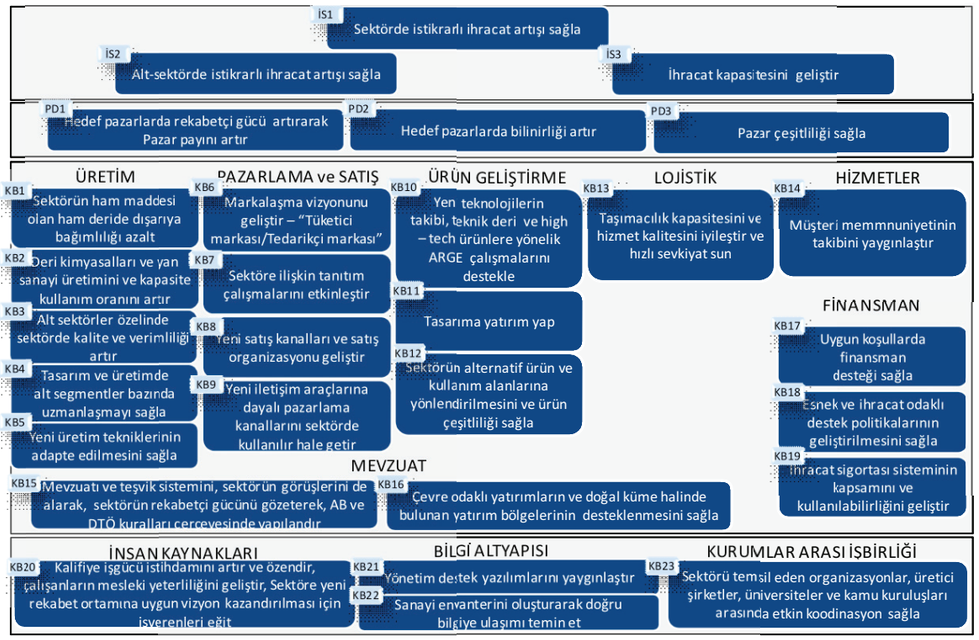
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



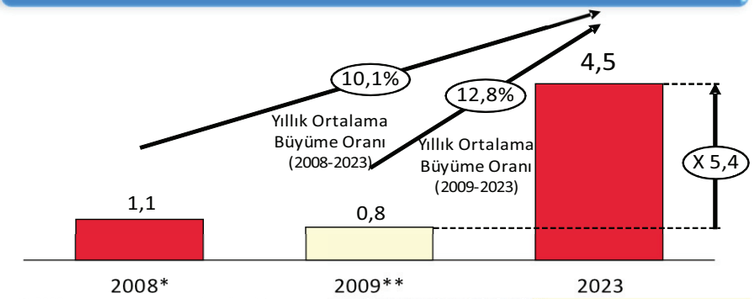




Deri ve Deri Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar



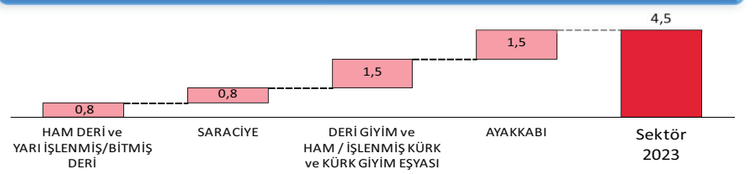
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) 2008 yılı rakamlarına kayda giren özel fatura kapsamındaki ihracat dahil değildir. Sektörün 2023 ihracat öngörüsünde özel faturalı ihracat dikkate alınmıştır.

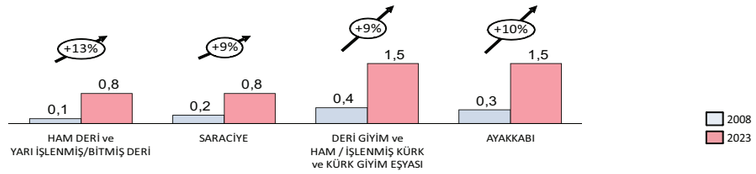
(**) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

2008		2023
1,1	İhracat Geliri *(Milyar $)*	4,5
0,60	Dünya Pazar Payı *(%)*	1,50
2000-2008 5,6	Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2008-2023 10,1
0,85	Türkiye İhracatı Payı *(%)*	0,83



2008 yılı rakamlarına kayda giren özel fatura kapsamındaki ihracat dahil değildir. Sektörün 2023 ihracat öngörüsünde özel faturalı ihracat dikkate alınmıştır.

Hedef Pazarlar

Saraciye
1. İtalya
2. Rusya
3. Çin
4. İngiltere
5. Almanya
6. Türki Cum.

İşlenmiş Deri
1. İtalya
2. Rusya
3. Çin

Ayakkabı
1. Rusya
2. Irak
3. Libya
4. G. Afrika
5. İtalya
6. Türki Cum.
7. Komşu Balkan Ülkeleri
8. Japonya
9. Çin

Deri ve Kürk Giyim
1. Rusya
2. Almanya
3. İtalya
4. ABD
5. Fransa
6. İspanya

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- **Yeni teknolojilerin kullanımı ile teknik ve high-tech ürünlere yönelik ArGe çalışmalarını yaygınlaştırmak**
- **Markalaşmak vizyonu**
- **Tasarım ve üretimin alt segmentleri bazında uzmanlaşmak**

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Canlı hayvan sayısı,
- Ham deri ithalatı
- Et tüketim ve et ithalat rakamları
- Deri kimyasalları ve yan sanayi üretimi
- Yeni üretim teknikleri adapte eden firma sayısı
- Verimlilik

Pazarlama-Satış

- Kolleksiyon hazırlayıp ihracat yapan firma sayısı.
- Uluslararası konuma sahip marka sayısı
- Yeni satış ve pazarlama araçları ile yapılan satışın toplam cirodaki payı

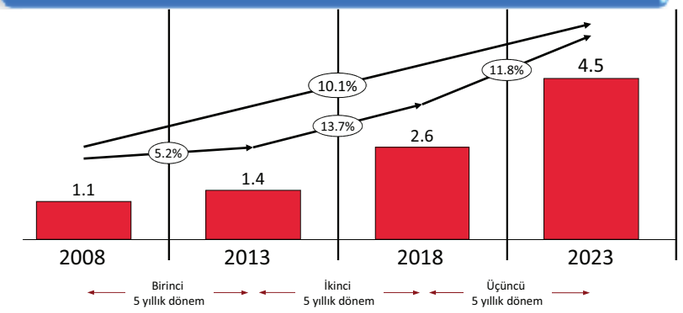
Lojistik

- Lojistik maliyetleri
- Hedef pazarlara yönelik güzergah ve sefer yeterliliği

Ürün Geliştirme

- Yeni geliştirilen tasarım sayısı
- Firmalardaki tasarımcı sayısı
- Yeni geliştirilen ürünler

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Hizmetler

- Reklamasyon oranı %
- Geri gelen eşya istatistikleri

Mevzuat

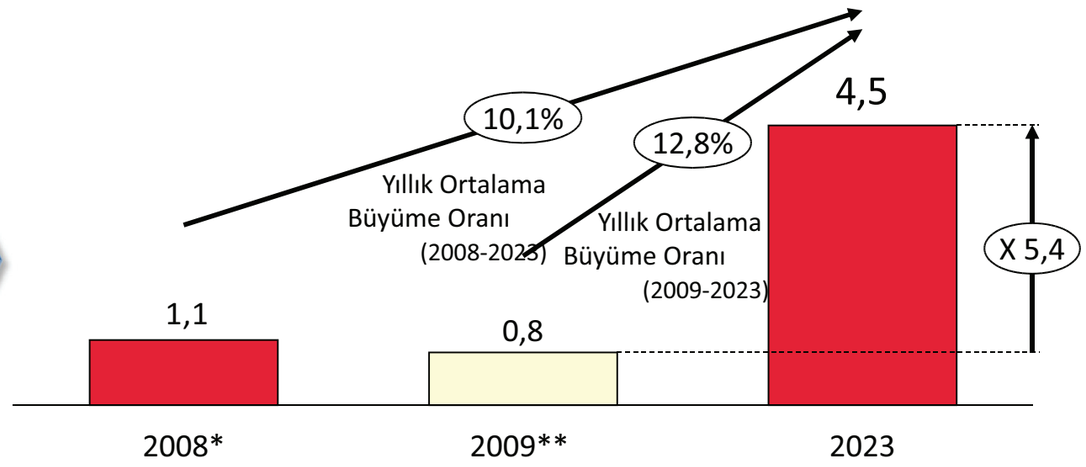
- Organize Sanayi Bölgeleri ve doğal küme bölgelerinden yapılan ihracat ($)
- Sektörün kullandığı çevre destekleri miktarı

Temel Yetkinlikler

- Yönetim destek yazılımı yatırımları
- Yönetim yazılımlarının sektör tarafından kullanım oranı
- Sektörel envanter sayısı ve bilgi kaynakları

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

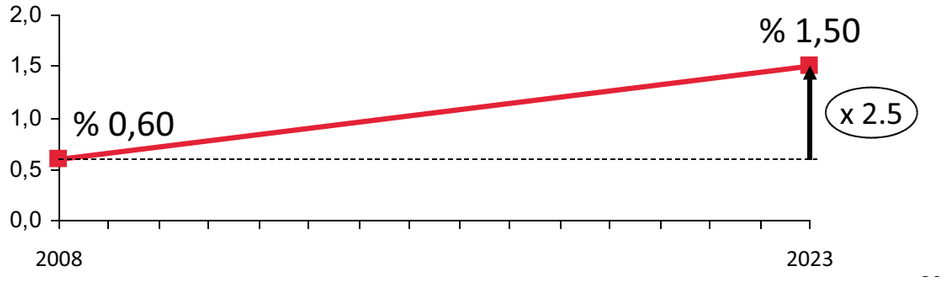
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
300 milyar $)

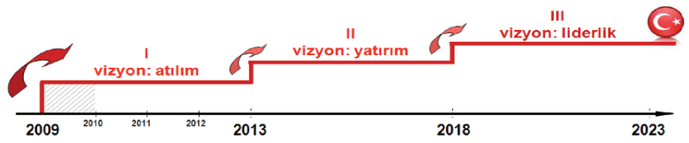


(*) 2008 yılı rakamlarına kayda giren özel fatura kapsamındaki ihracat dahil değildir. Sektörün 2023 ihracat öngörüsünde özel faturalı ihracat dikkate alınmıştır.

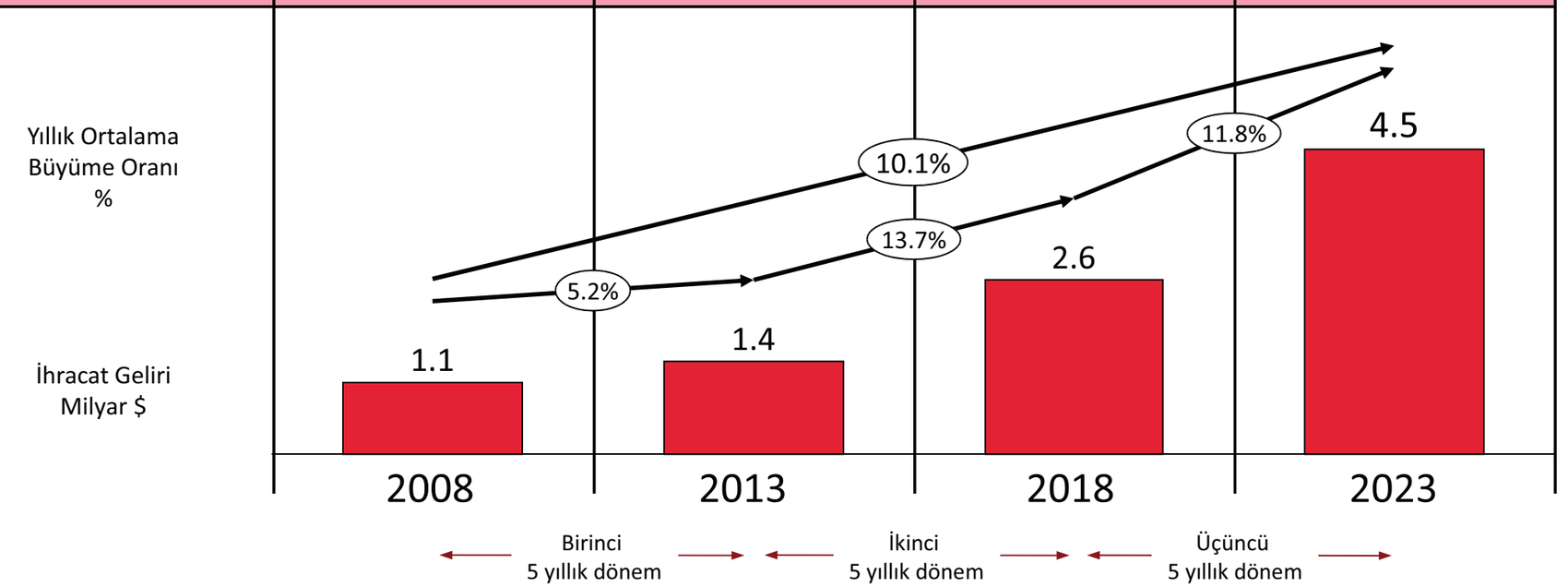
(**) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %

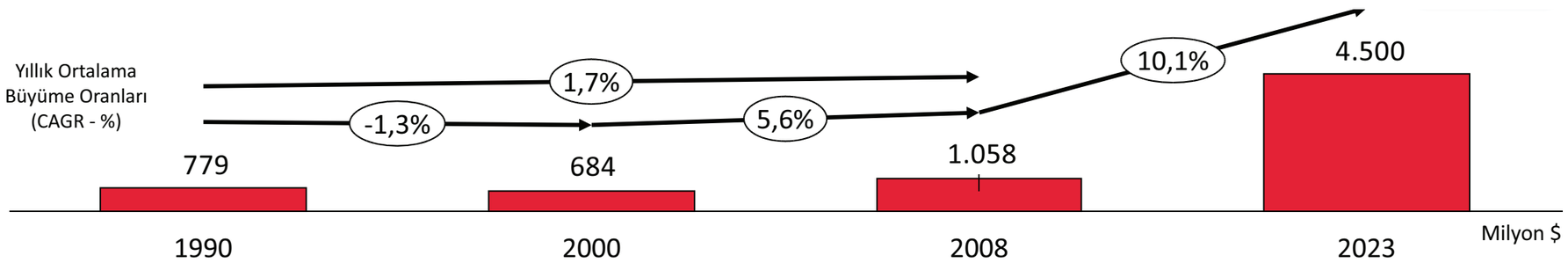




SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**175.9**	**177 ***	**237 ***	**300 ***
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**0.60**	**0.79**	**1.10**	**1.50**

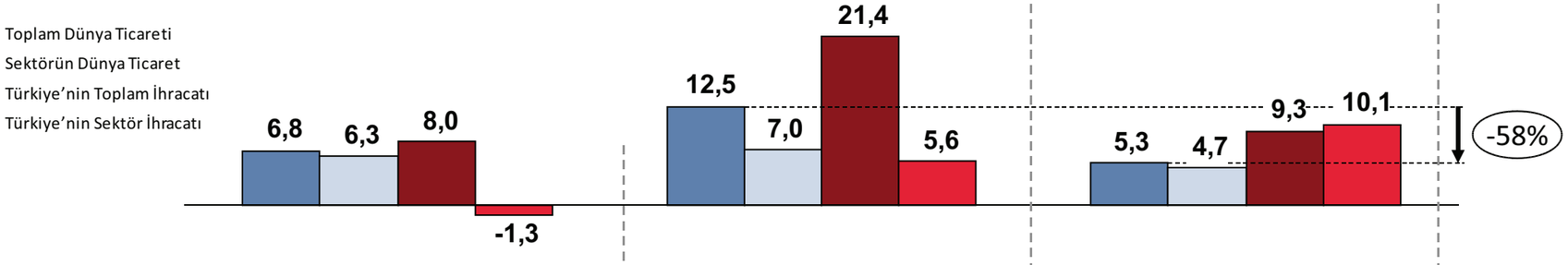


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 279 milyon $ artış gerçekleştirmiştir.

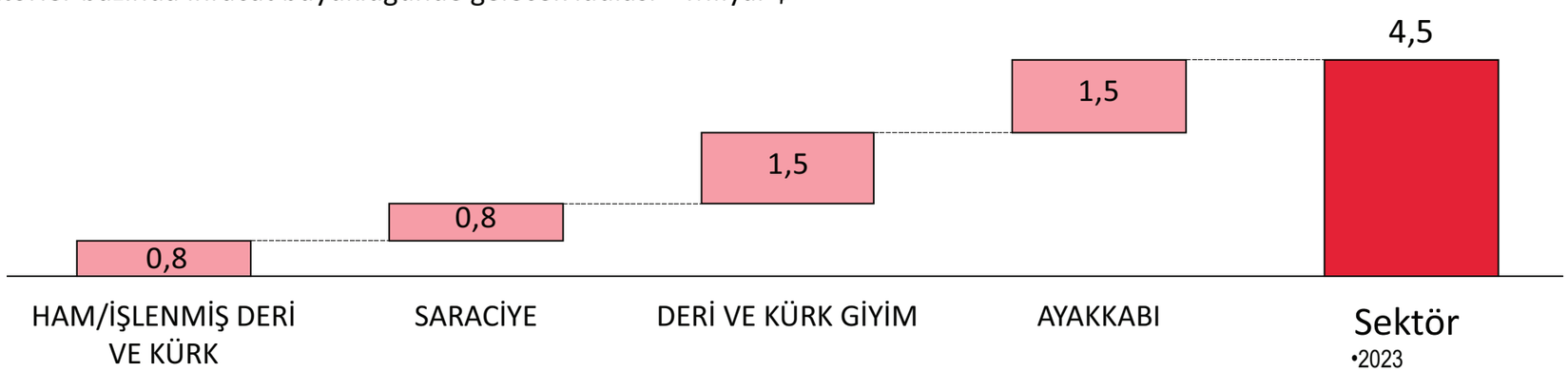
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

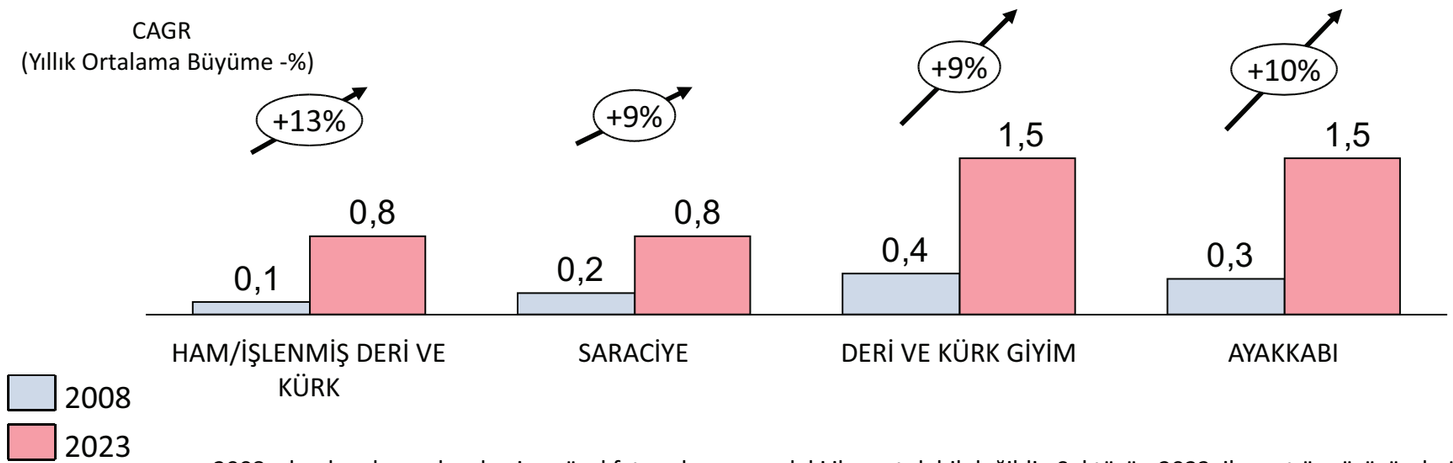


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

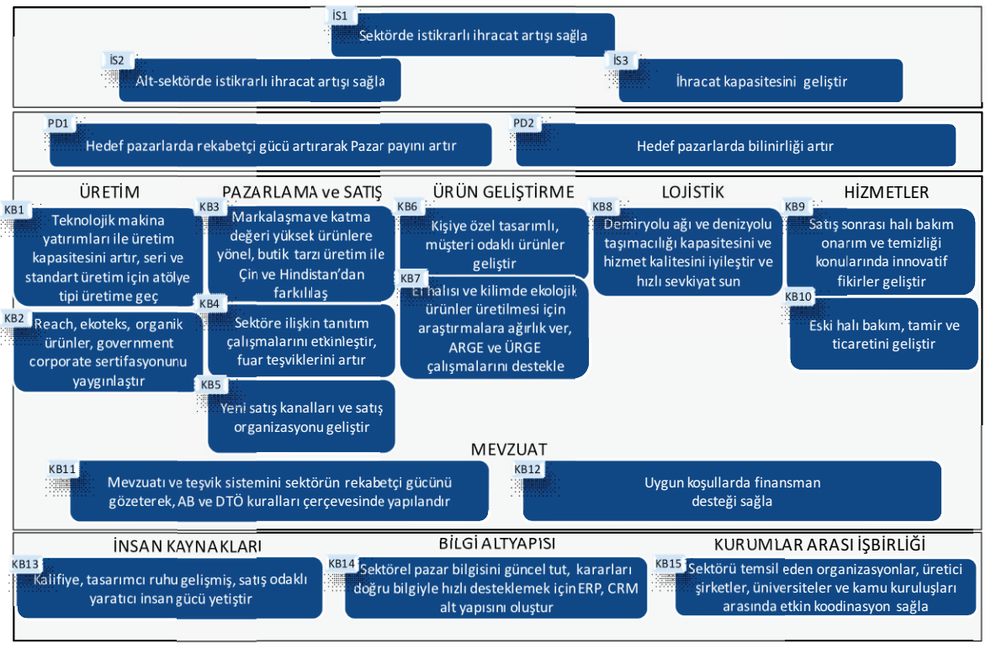




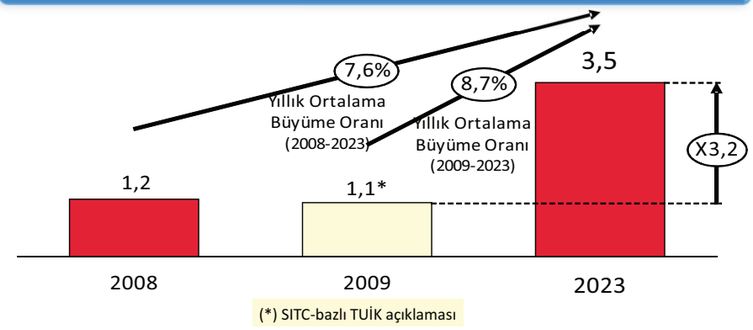
2008 yılı rakamlarına kayda giren özel fatura kapsamındaki ihracat dahil değildir. Sektörün 2023 ihracat öngörüsünde özel faturalı ihracat dikkate alınmıştır.

Halı Sektörü
Kritik Çıktılar





Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Hedef Pazarlar

1. ABD	8. İngiltere	15. BAE
2. Almanya	9. Hollanda	16. AB
3. Fransa	10. Avusturya	17. Avustralya
4. İtalya	11. İsviçre	18. Brezilya
5. İspanya	12. Rusya	19. Meksika
6. Kanada	13. Güney Afrika	20. Arjantin
7. Japonya	14. Kuveyt	21. Venezuela

Temel Göstergeler

	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	1,2	3,5
Dünya Pazar Payı *(%)*	8,50	14,00
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 18,7	2008-2023 7,6
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	0,93	0,64

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- **Tasarım ve Markalaşma ile katma değeri yüksek, kişiye özel ürünler geliştirmek**
- **İhracatta miktar artışına ilave olarak değer artışının sürdürülebilir olmasını sağlamak**
- **Halı sektörünün gelişimi için**
- **"Halı Hastanesi" kavramı doğrultusunda faaliyetleri etkinleştirmek ve ithalatı serbestleştirmek**

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Atölye tipi işletme sayısı,
- Reach, ekoteks, organik ürün sertifikalı firma sayısı
- Yurtdışında üretim yaptıran firma sayısı
- Türkiye'de üretilip ihracatı yapılan halı tutarı
- Tamir ve bakımı yapılıp ihracatı yapılan halı tutarı

Pazarlama-Satış

- Halı ihracat birim fiyatlarındaki artış
- Kolleksiyon hazırlayıp ihracat yapan firma sayısı.

Tasarımcı sayısı

- Uluslararası konuma sahip marka sayısı
- "Türk halısı" alıgısında değişim

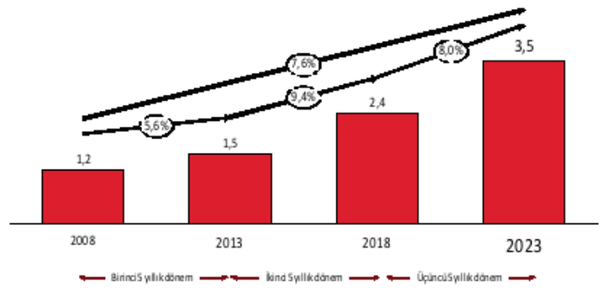
Lojistik

- Lojistik maliyetleri
- Hedef pazarlara yönelik güzergah ve sefer yeterliliği

Hizmetler

- Halı bakım, onarım ve temizliği konusunda innovative uygulamalar ve süre

Sektör İhracat Gelir Hedefi



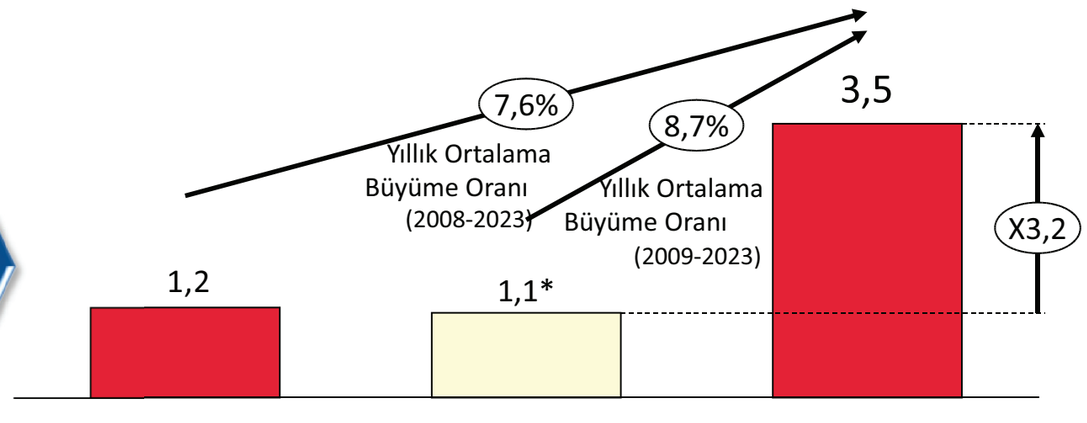
Hizmetler

- Hammadde ithalatında engellerin kaldırılıp kaldırılmadığı,
- Enerji ve işçilik maliyetlerinin rakip ülkelerle karşılaştırılması,
- El halısını yurtdışından ithal edilirken, gümrüklerde yaşanan sorun sıklığı
- Isparta ihtisas gümrüğünün bir benzerinin İstanbul Halkalı'da kurulup kurulmadığı
- İthalatta Uygulanan Referans fiyatların güncellenme sıklığı
- "Halı hastanesi" faaliyetlerinin desteklenmesine yönelik alınan tedbirler
- Eximbank kredilerinde ve kredi sigortasından sektörün yararlanma payı
- Nihai tüketiciye mal satan turistik mağazacılığa destekler.
- Fuar teşviklerinde destek sağlanan stand metrekareleri.
- İhraç edilipte herhangi bir nedenle yurtdışından iadesi yapılan halıların iade sürecine yönelik düzenlemeler.

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

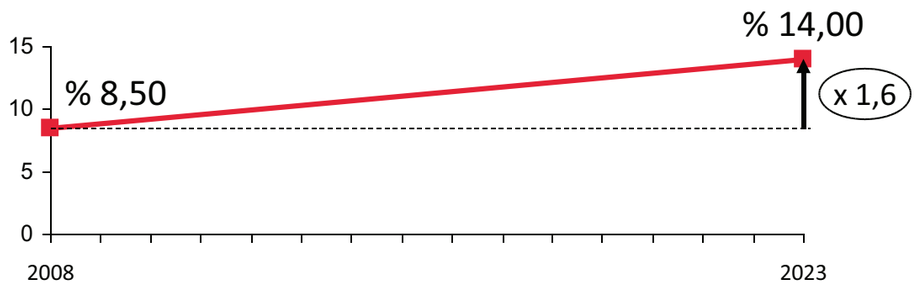
İhracat
Milyar $

(Dünya 2023 öngörüsü
25 milyar $)



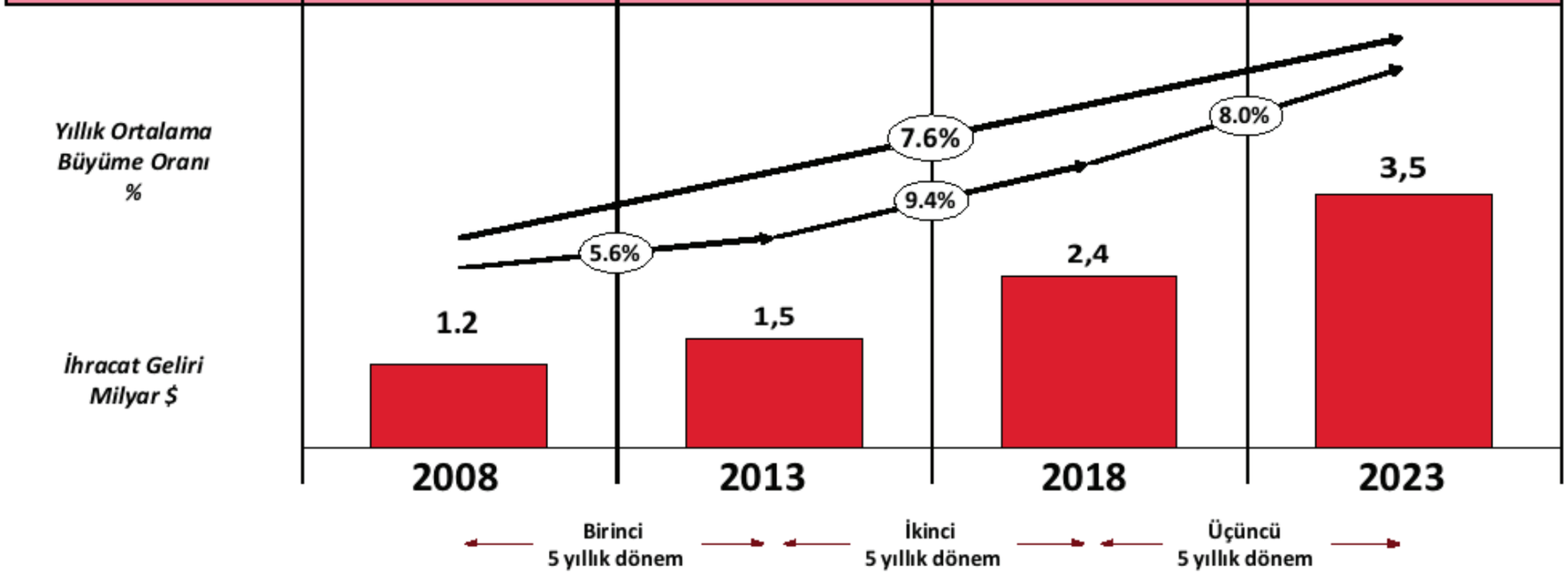
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %

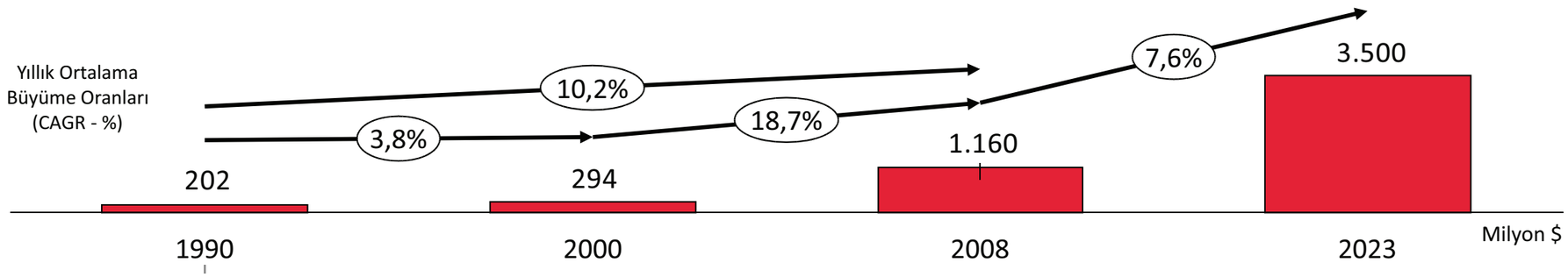




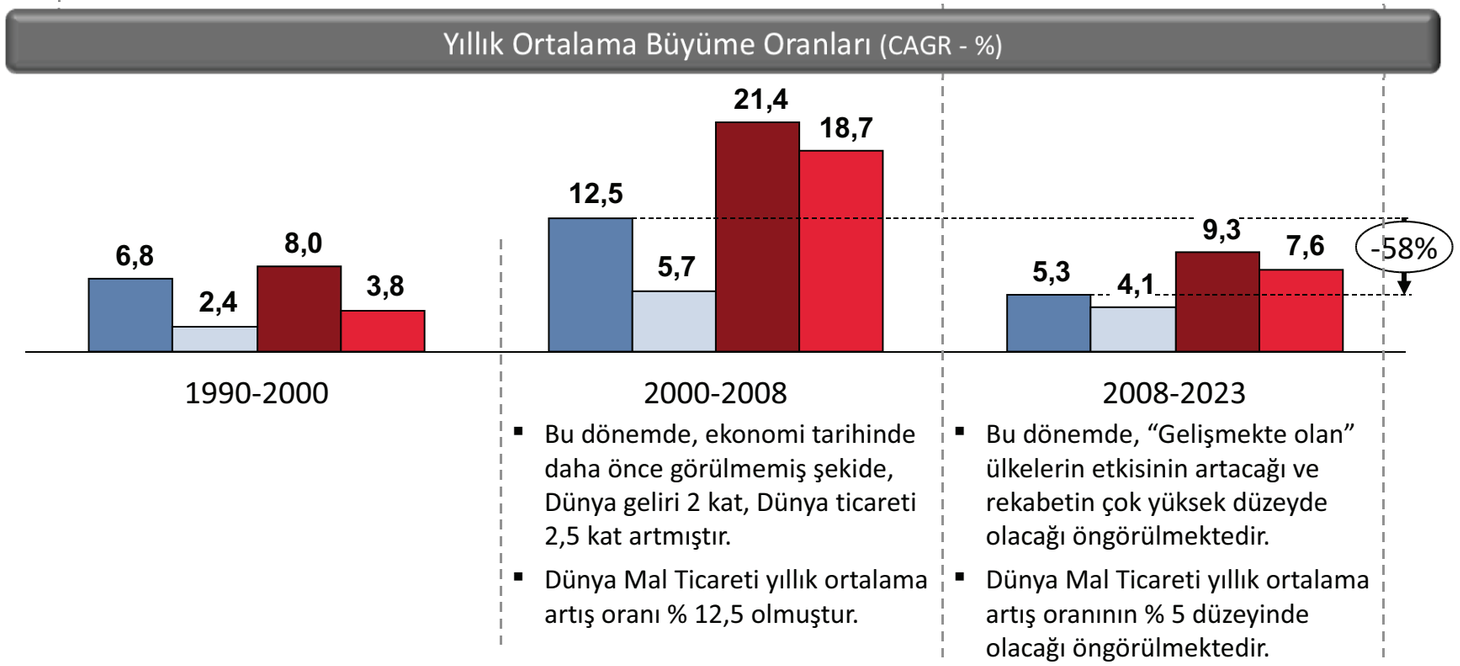
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	13.6	17 *	21 *	25 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	8.50	8.82	11.43	14.00



(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 950 Milyon $ artış gerçekleştirmiştir.

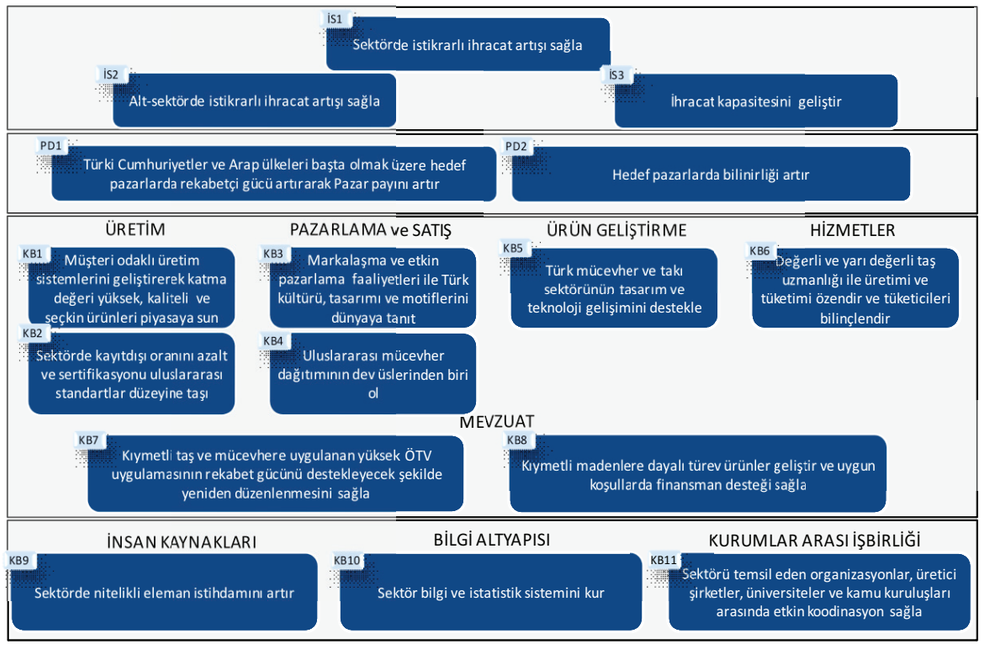


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

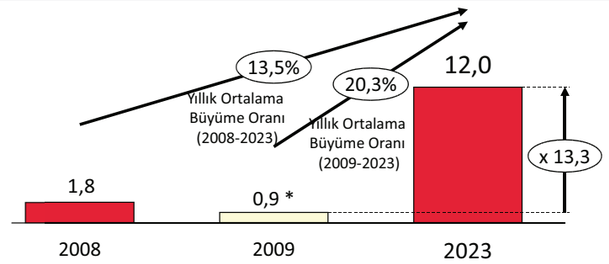
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

Değerli Maden ve Mücevherat Sektörü Kritik Çıktılar



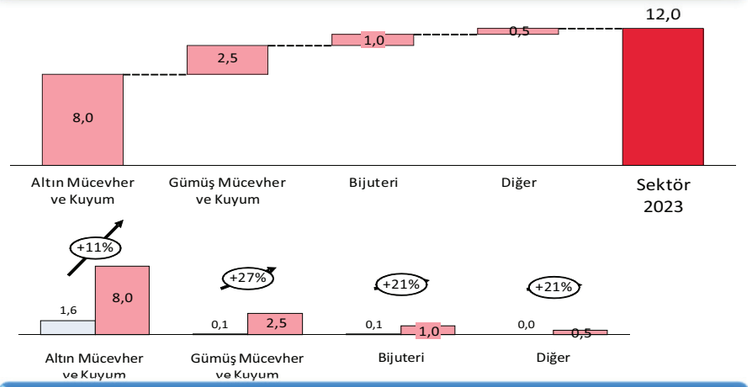


Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM verisi

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	1,8	12,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	0,70	1,80
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 20,7	2008-2023 13,5
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	1,44	2,20

Hedef Pazarlar

1. İran
2. Azerbaycan
3. Irak
4. Cezayir
5. Dubai
6. Fas
7. Güney Afrika
8. Mısır
9. Rusya
10. Suriye
11. Tunus
12. Türkmenistan
13. Hong-Kong
14. Ukrayna
15. Libya
16. Kazakistan
17. Katar
18. ABD
19. Hindistan
20. Çin
21. Nijerya
22. Tanzanya
23. Arjantin
24. Meksika
25. Afganistan
26. Pakistan
27. Özbekistan

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Tasarım alanında uzmanlaşmak
- İşçilikte mükemmelleşmek – Katma değeri yüksek ürünler ile pazarda yer almak
- Fason üretici olmak yerine "Markalaşmak"

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- Takı üretim miktarı
- Kayıtdışı oranı

Pazarlama – Satış
- Düzenlenen tanıtım ve fuar çalışmaları

Hizmetler
- Tüketicilere yönelik yürütülen tanıtım ve bilinçlendirme çalışmaları

Temel Yetkinlikler
- Meslek Liseleri mezunlarının istihdamı
- Dört yıllık eğitim veren üniversite sayısı
- Sektör bilgi sisteminin kurulması

Mevzuat
- Kıymetli taşlara uygulanan ÖTV vergisinin kaldırılması
- Dahilde işleme izni kapsamında yapılan ihracata %2-%10 aralığında fire uygulanması izninin alınması
- İhracat bedellerinin altınla ödenmesinin sağlanması

Sektör İhracat Gelir Hedefi

Üretim
- Takı üretim miktarı
- Kayıtdışı oranı

Pazarlama – Satış
- Düzenlenen tanıtım ve fuar çalışmaları

Hizmetler
- Tüketicilere yönelik yürütülen tanıtım ve bilinçlendirme çalışmaları

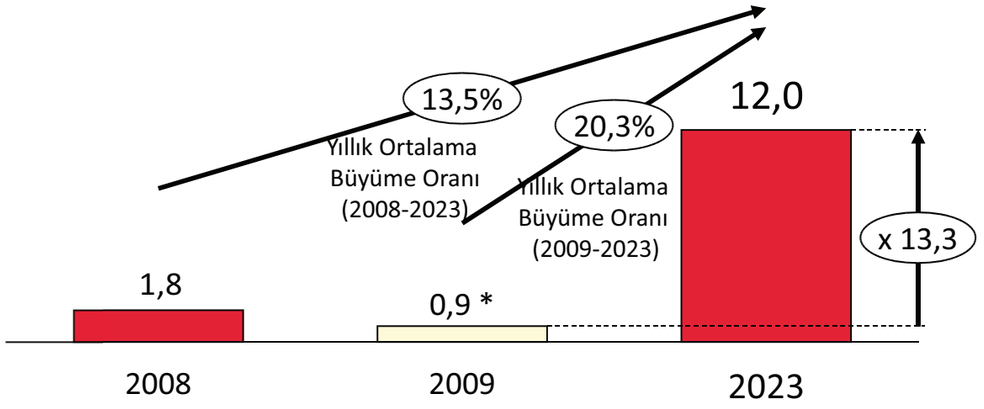
Temel Yetkinlikler
- Meslek Liseleri mezunlarının istihdamı
- Dört yıllık eğitim veren üniversite sayısı
- Sektör bilgi sisteminin kurulması

Mevzuat
- Kıymetli taşlara uygulanan ÖTV vergisinin kaldırılması
- Dahilde işleme izni kapsamında yapılan ihracata %2-%10 aralığında fire uygulanması izninin alınması
- İhracat bedellerinin altınla ödenmesinin sağlanması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

İhracat
Milyar $

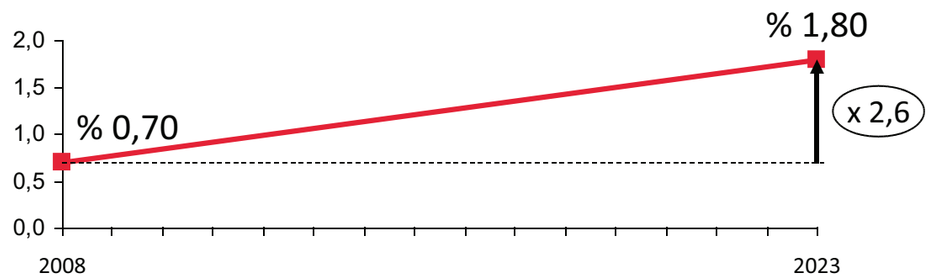
(Dünya 2023 öngörüsü
650 milyar $
işlenmemiş altın hariç)

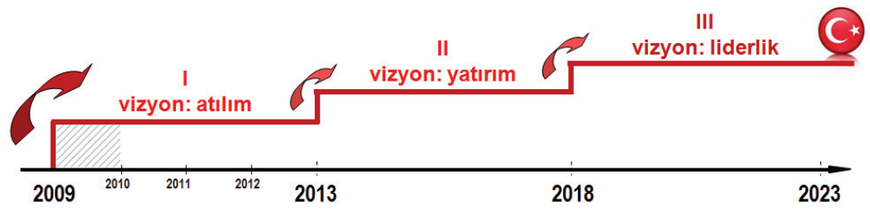


(*) DTM verisi

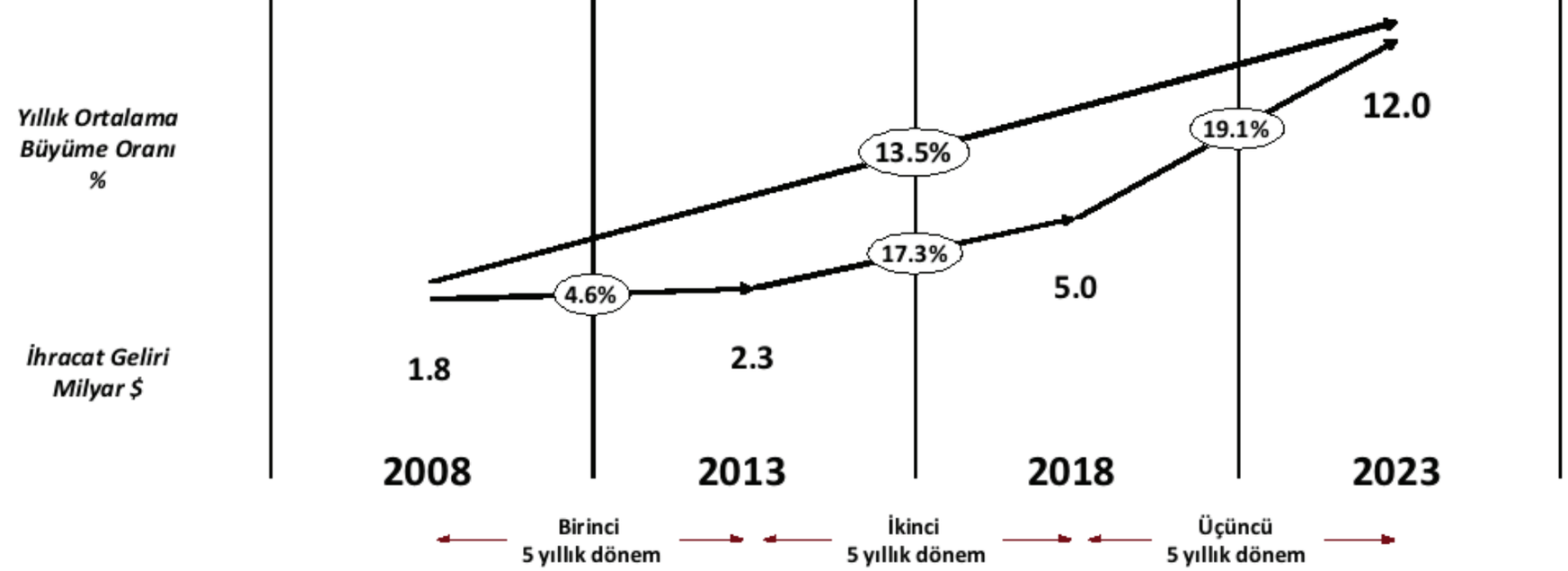
Birlik rakamları Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (G.T.İ.P.) bazında tutulduğu için SITC ile farklılıklar göstermektedir. GTIP'e göre sektörün 2008 yılı ihracat gerçekleşmesi 1.5 milyar $ düzeyindedir.

Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %



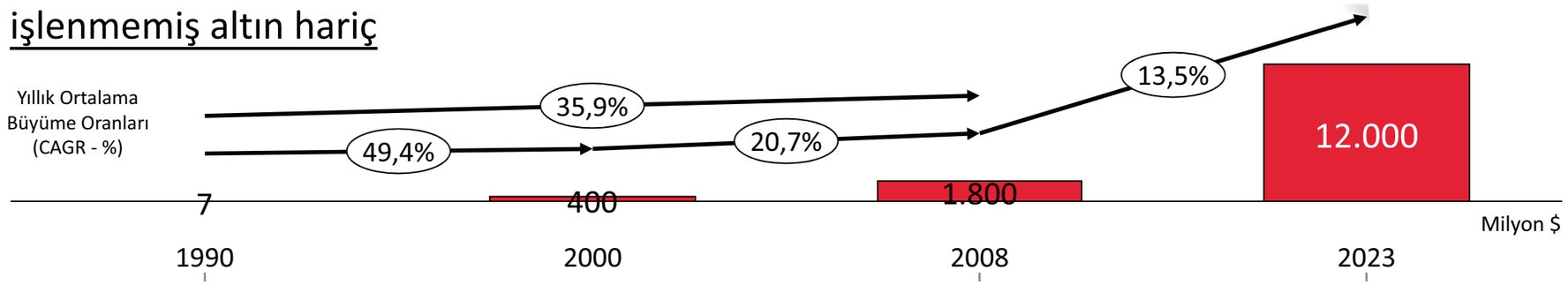


SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	257.1	377 *	569 *	850 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	0.70	1	0.88	1.42



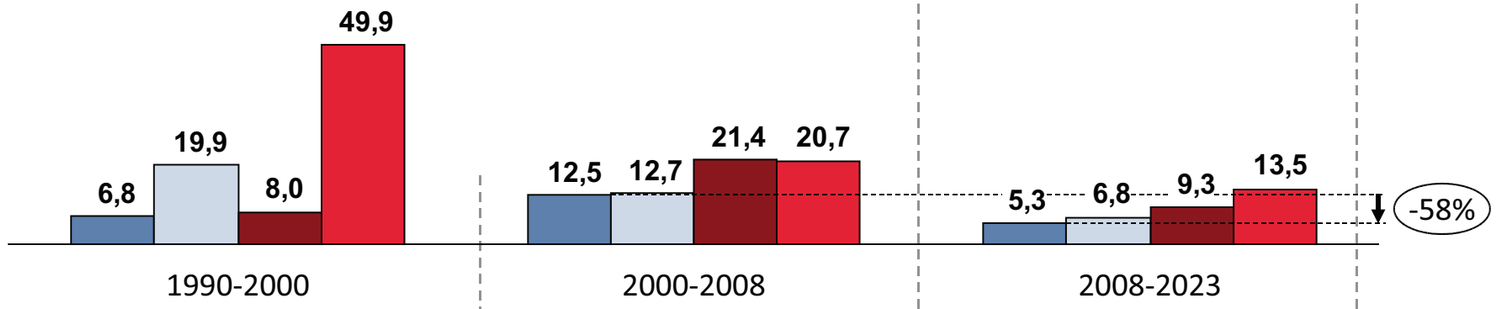
(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri

işlenmemiş altın hariç



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 1,8 milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

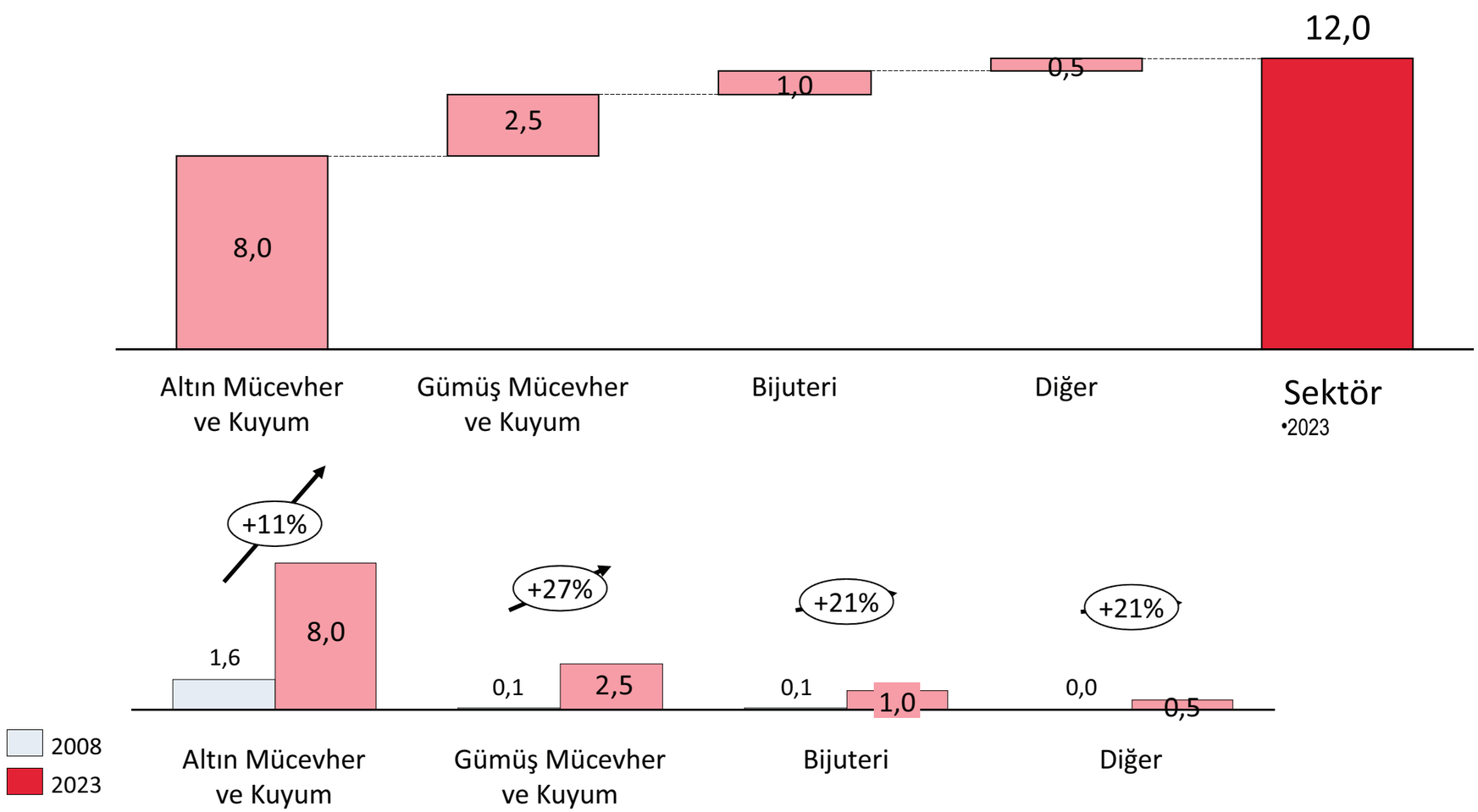
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

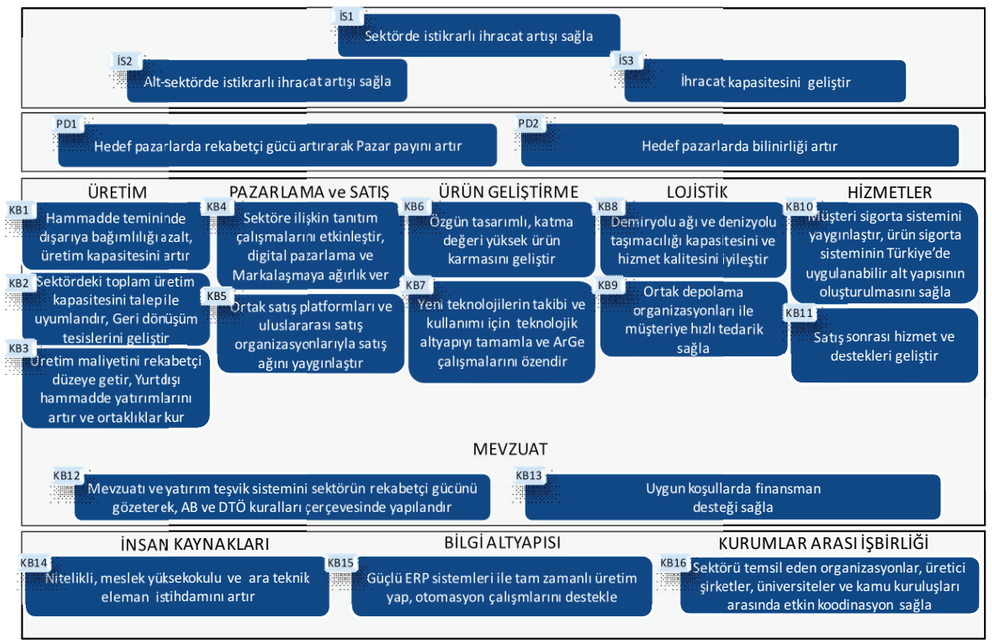
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

- Değerli Maden ve Mücevherat (işlenmemiş altın hariç) alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

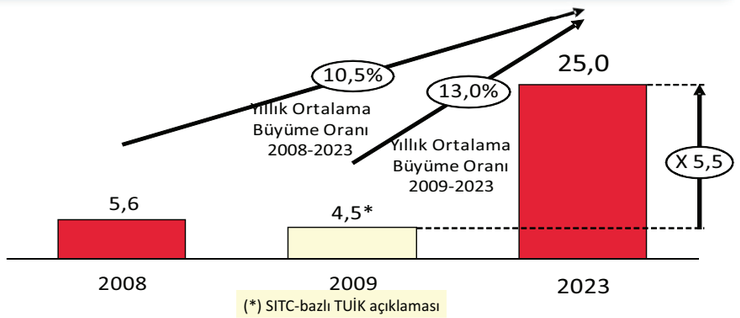




Demir ve Demir Dışı Metaller Sektörü Kritik Çıktılar

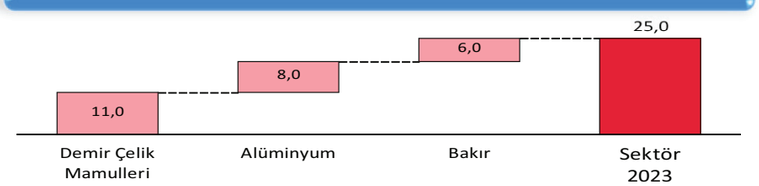


Sektör İhracat Gelir Hedefi



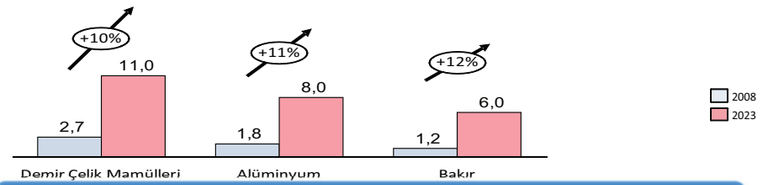
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

	2008		2023
	5,6	İhracat Geliri *(Milyar $)*	25,0
	0,98	Dünya Pazar Payı *(%)*	2,30
2000-2008	26,0	Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2008-2023 10,5
	4,49	Türkiye İhracatı Payı *(%)*	4,59



Hedef Pazarlar

1.	İran	10.	Polonya	19.	ABD	28.	Pakistan	37.	Gürcistan
2.	Irak	11.	Mısır	20.	Suudi Arabistan	29.	Macaristan	38.	Endonezya
3.	Fransa	12.	Belçika	21.	Suriye	30.	İsviçre	39.	Çek Cumh.
4.	Almanya	13.	Rusya	22.	Libya	31.	İsrail	40.	BAE
5.	İtalya	14.	Romanya	23.	Kazakistan	32.	Fas		
6.	İspanya	15.	Nijerya	24.	Danimarka	33.	Bulgaristan		
7.	İngiltere	16.	Meksika	25.	Ürdün	34.	Brezilya		
8.	Hollanda	17.	İsveç	26.	Ukrayna	35.	Slovakya		
9.	Avusturya	18.	Cezayir	27.	Tunus	36.	Katar		

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Hammadde kaynaklarının çeşitliliğini artırarak kendine daha fazla yeten bir ülke konumuna gelmek
- Özgün tasarımlı, katma değeri yüksek, ileri teknoloji ürün karmasını geliştirmek

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- Hammadde ithalatı
- Hammadde üretim kapasitesi
- Geri dönüşüm tesisi sayısı
- ÇED'e uyum modernizasyon çalışmaları
- Tedarikçi sayısı
- Yurtdışı ortaklıklar
- Ortak satın alma platformları

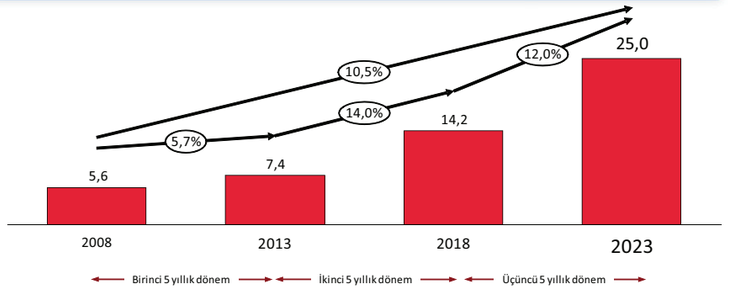
Pazarlama – Satış
- Düzenlenen tanıtım ve fuar çalışmaları
- Satın alınan yurtdışı satış organizasyonu sayısı

Ürün Geliştirme
- Savunma sanayi, uçak, otomotiv ve ambalaj imalat sanayiine dönük ve yüksek teknoloji ürün sayısı
- Patentli ürünlerden elde edilen gelirler
- Uluslararası standartlarda sertifikasyona sahip ürünler

Lojistik
- İhracat yapılan ülkelere direk ulaşım oranı
- Stratejik bölgelerdeki ortak depo sayısı
- Tedarik süresi

Hizmetler
- Müşteri sigorta sisteminin uygulanması (%)
- Ürün sigorta sisteminin uygulanması

Sektör İhracat Gelir Hedefi

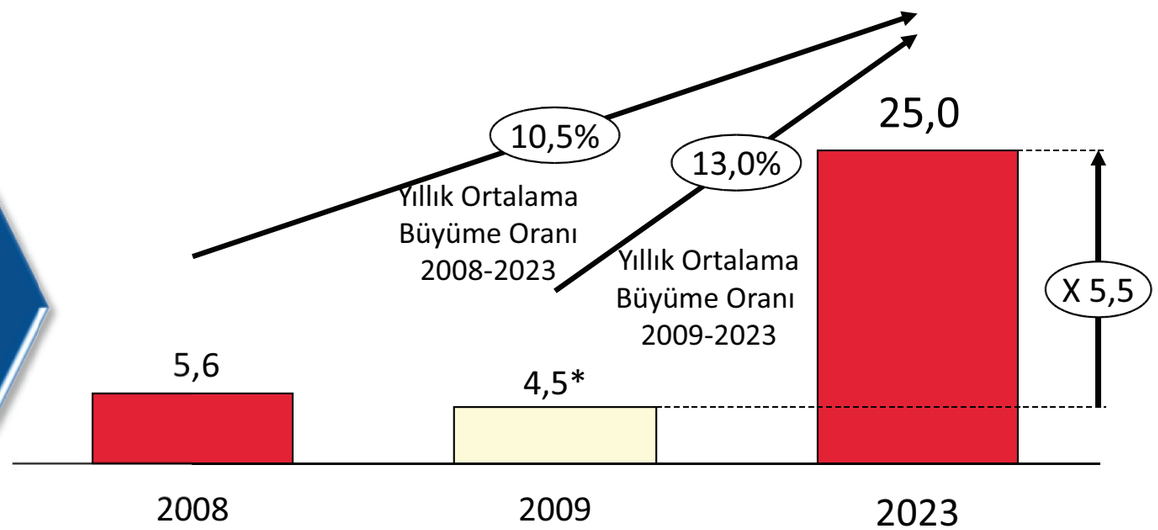


Mevzuat
- Yurtdışı depo ofis destek kapsamınının iyileştirilmesi
- Devletle olan vergi ilişkilerinde mahsuplaşma sisteminin geliştirilmesi
- Ürün mesuliyet yasa tasarısının çıkartılması
- 3213 Maden Kanunun Maden Hakkı Başlığı altındaki 6. maddesinde düzenleme yapılması
- Termik+Hidrolik santrallerinin bir bölümünün işletme hakkının devir edilebilmesi için kanuni düzenlemenin yapılması
- Hammadde ithalatında KKDF' nin kaldırılması
- Hammadde tesliminde uygulanan KDV Tevkifatının kaldırılması ve eski KDV uygulamasına geri dönülmesi
- Sanayi atıklarının sevkiyatında uygun şartlarda yöntemlerin geliştirilmesi
- Kimyasal atık tesislerinin kapasiteleri

Temel Yetkinlikler
- ARGE personeli sayısı
- ERP ve otomasyon yatırımları

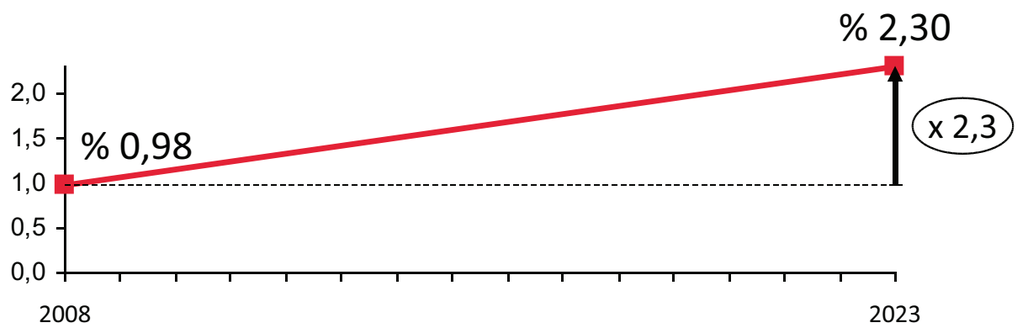
İhracat
Milyar $

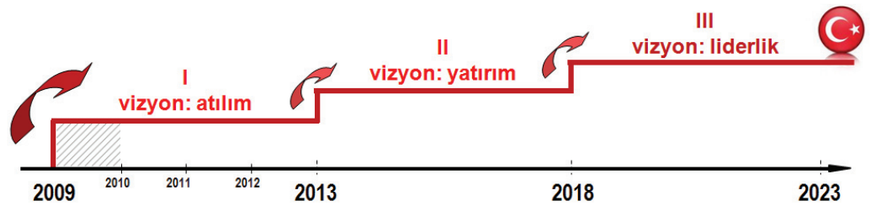
(Dünya 2023 öngörüsü
1.100 milyar $)



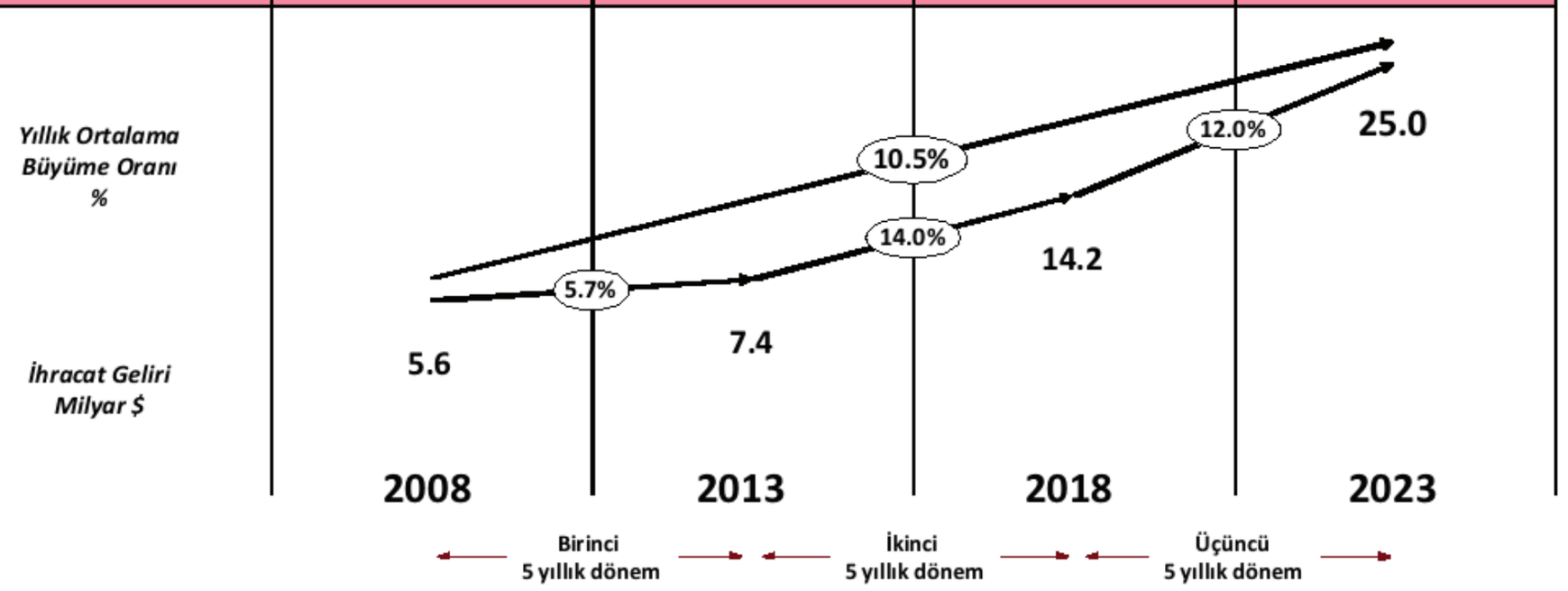
(*) DTM verisi

Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %

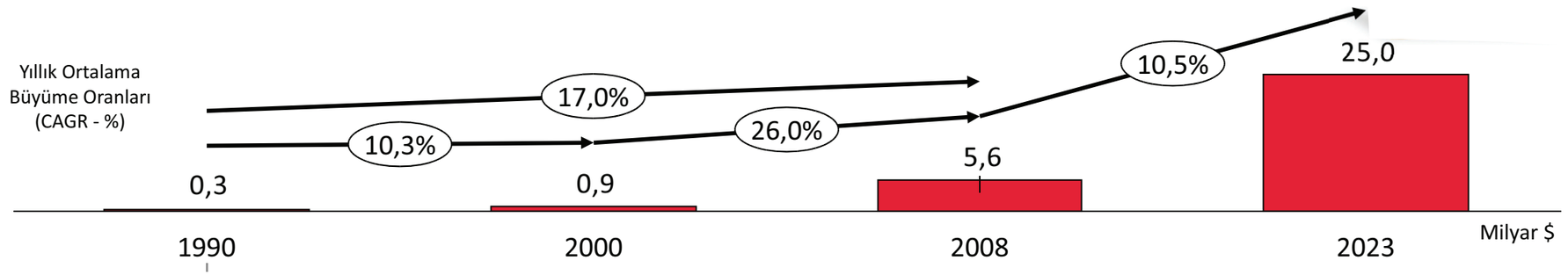




SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**894**	**1,015 ***	**1,375 ***	**1,870 ***
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**0.57**	**0.73**	**1.04**	**1.34**

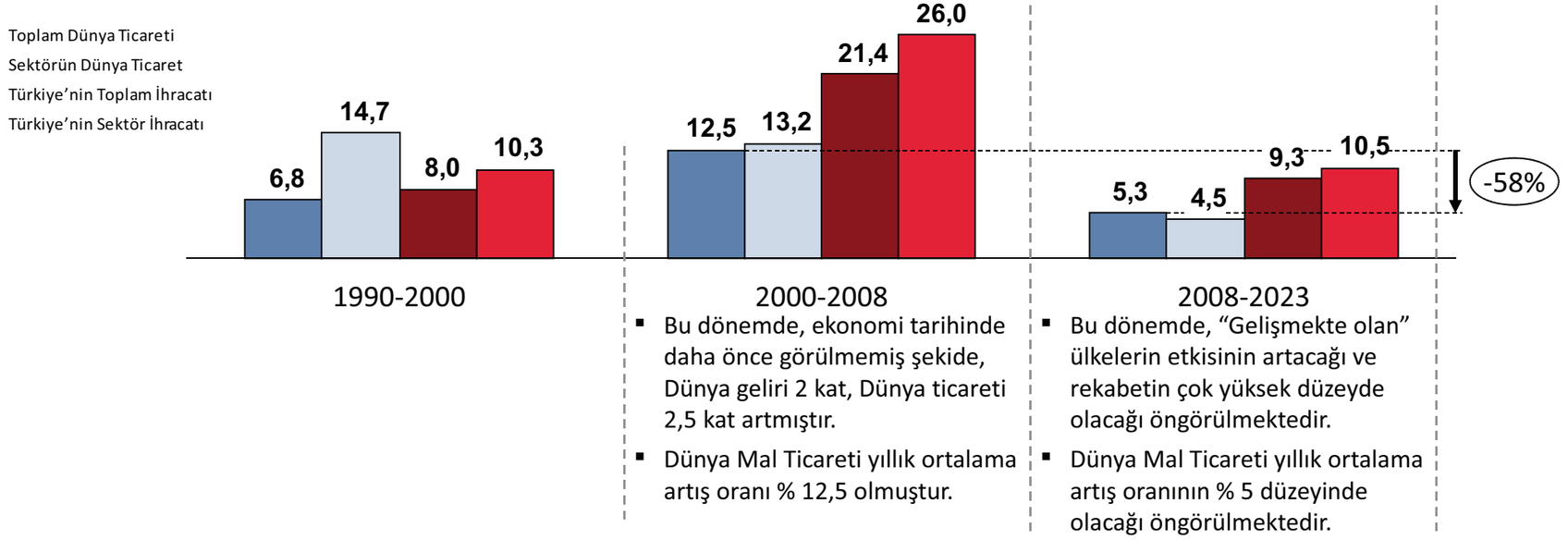


(*) Sek in 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 5,3 milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

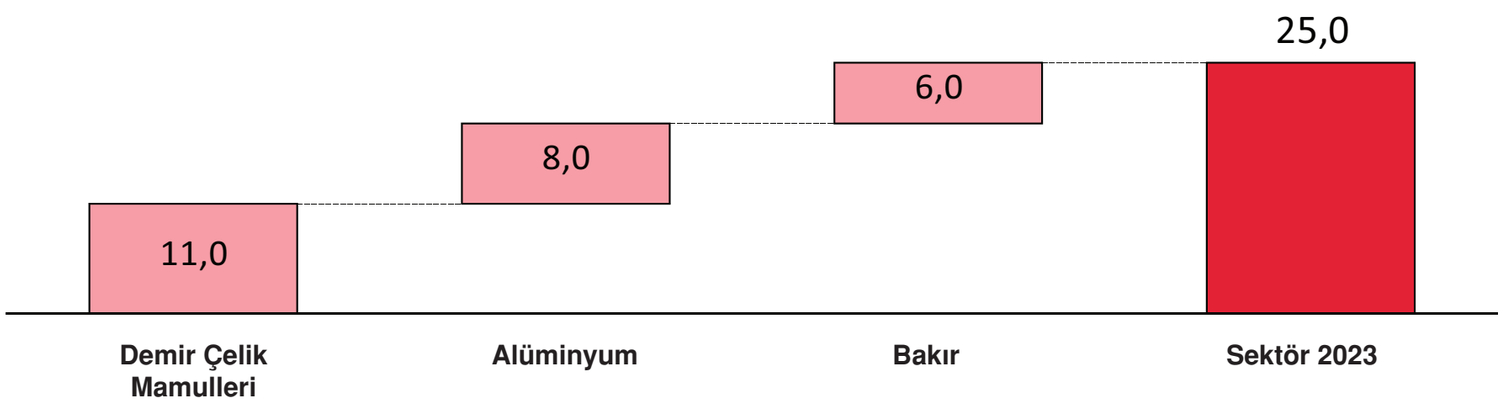
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

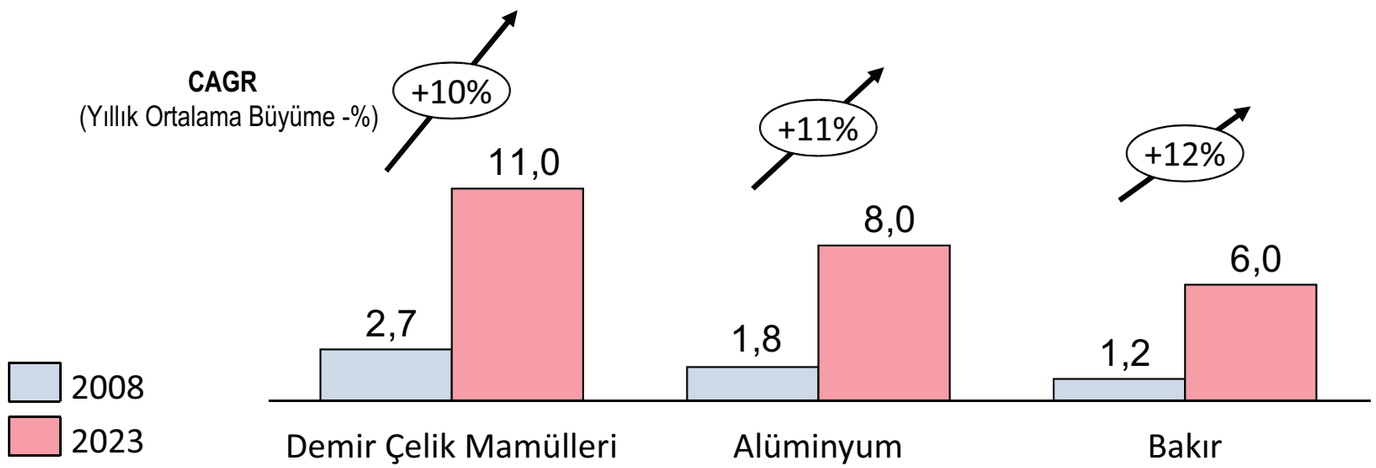


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

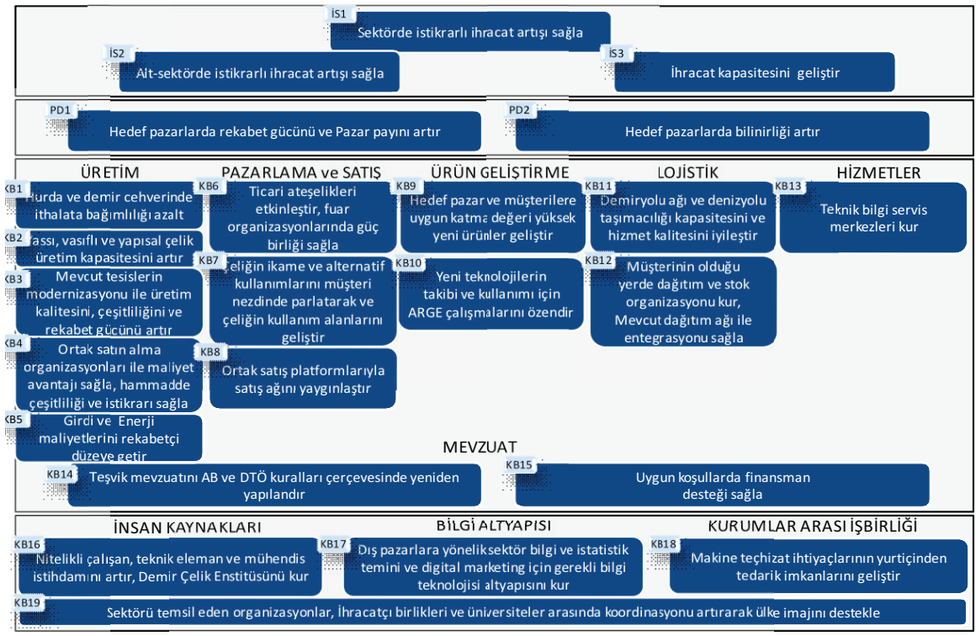
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



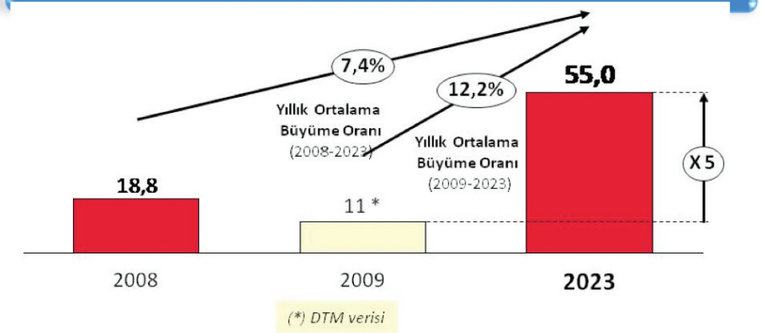


Demir ve Çelik Sektörü Kritik Çıktılar



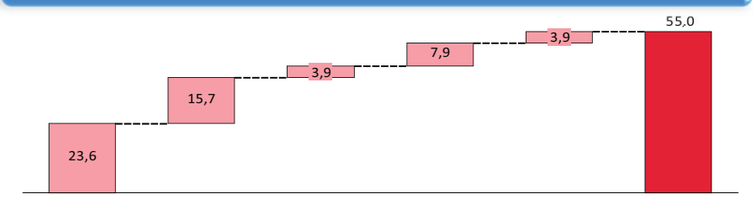


Sektör İhracat Gelir Hedefi



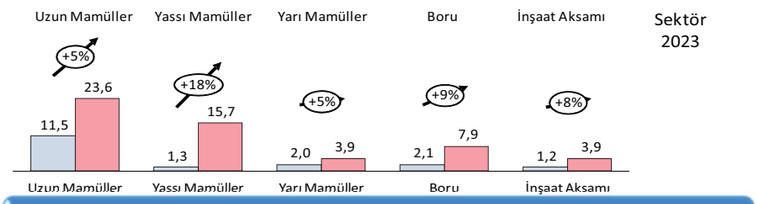
(*) DTM verisi

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	18,8	55,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	2,75	4,07
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 32,3	2008-2023 7,4
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	15,09	10,09



Hedef Pazarlar

1. İran	9. ABD	17. Fas	25. Kore	33. Tayland
2. Cezayir	10. Nijerya	18. Sudan	26. Lübnan	34. Kuveyt
3. Irak	11. BAE	19. Kazakistan	27. İsrail	35. Çin
4. Mısır	12. Rusya	20. Güney Afrika	28. Pakistan	36. Bulgaristan
5. Libya	13. Azerbaycan	21. Gürcistan	29. Peru	37. Yemen
6. Ürdün	14. Angola	22. Romanya	30. Şili	38. Katar
7. S.Arabistan	15. İtalya	23. Hindistan	31. Türkmenistan	39. Singapur
8. Suriye	16. Tunus	24. Endonezya	32. Kamboçya	40. İngiltere

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Yeni değer önermesi ile çeliğin ikame ve alternatif kullanımlarının müşteri nezdinde parlatarak ve çeliğin kullanım alanlarını geliştirmek
- Ürün gamında katma değeri düşük ürünlerden katma değeri yüksek ürünlere geçiş sürecini hızlandırmak
- Yerel girdi temini altyapısını geliştirmek
- Tüm ürünler itibariyle ihracat potansiyelini geliştirmek

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- Yurtiçi hurda üretimi
- Yurtiçi demir cevheri üretimi
- Hurdaya ikame edecek girdi üretimi
- Yassı, vasıflı ve yapısal çelik üretim kapasitesi
- Hurda teminine yönelik yapılan ortaklıklar
- Çevre katkı ve enerji üzerindeki TRT payının kaldırılması

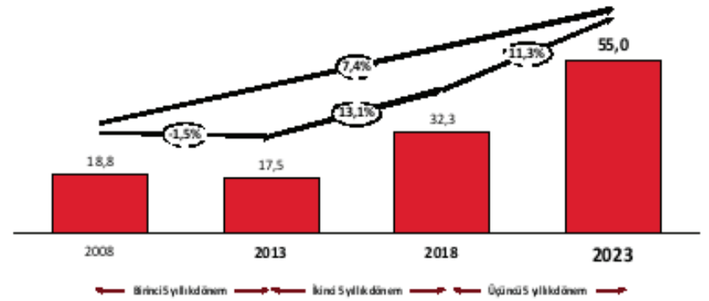
Pazarlama – Satış
- Tüketicilere yönelik yürütülen tanıtım ve bilinçlendirme çalışmaları
- Yapısal çeliğin kullanımına yönelik teşvik mekanizmalarının geliştirilmesi

Ürün Geliştirme
- Geliştirilen yeni ürün sayısı

Lojistik
- Liman yatırımları
- Limanlarda elleçleme kapasitesi
- Tedarik süresi

Hizmetler
- Çelik servis merkezlerinin sayısını artır ve gelişimini destekle
- Hizmet kalitesi

Sektör İhracat Gelir Hedefi

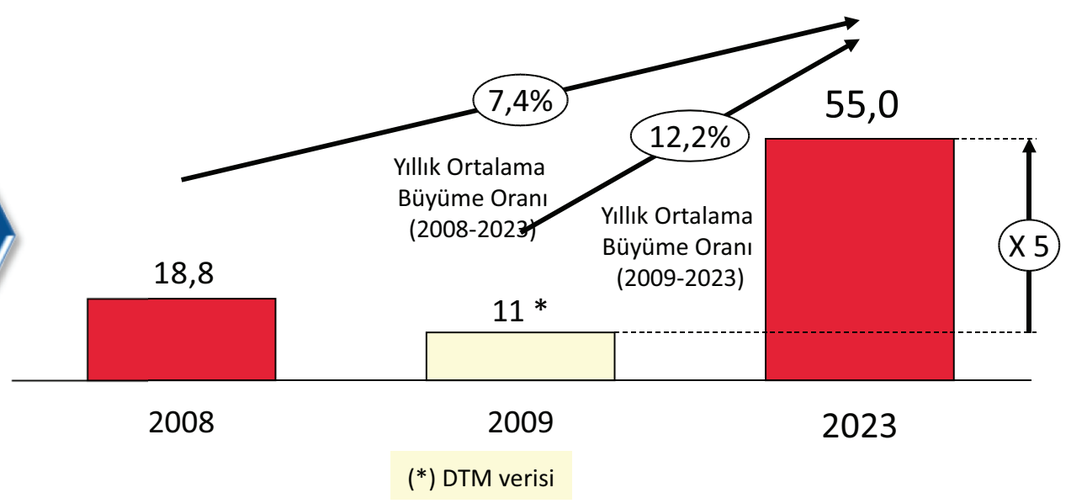


Mevzuat
- Çevre ve ArGe yatırımlarıyla ilgili teşvik sisteminin geliştirilmesi
- Türkiye-AKTÇ serbest Ticaret Anlaşması uyarınca devam eden Türk Demir Çelik Sektörünün yeniden yapılandırılması çalışmalarını tamamlamak
- Devletle olan vergi ilişkilerinde mahsuplaşma sisteminin geliştirilmesi

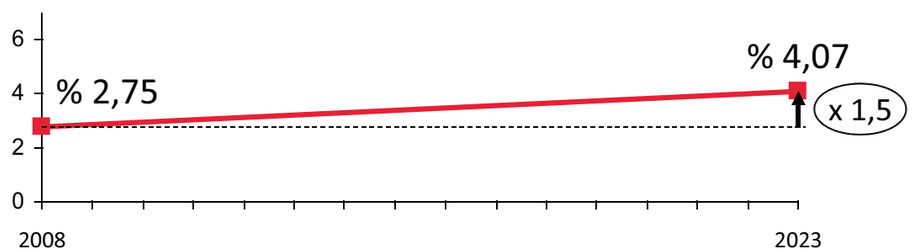
Temel Yetkinlikler
- Sektör bilgi sisteminin kurulması
- Digital marketing altyapısına yönelik yatırımlar
- Makine – demir çelik sinerji alanların belirlenmesi
- Ortak hedef uyum toplantı sayısı Yerli makine kullanımı (%) – Çin modeli

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 1.350 milyar $)

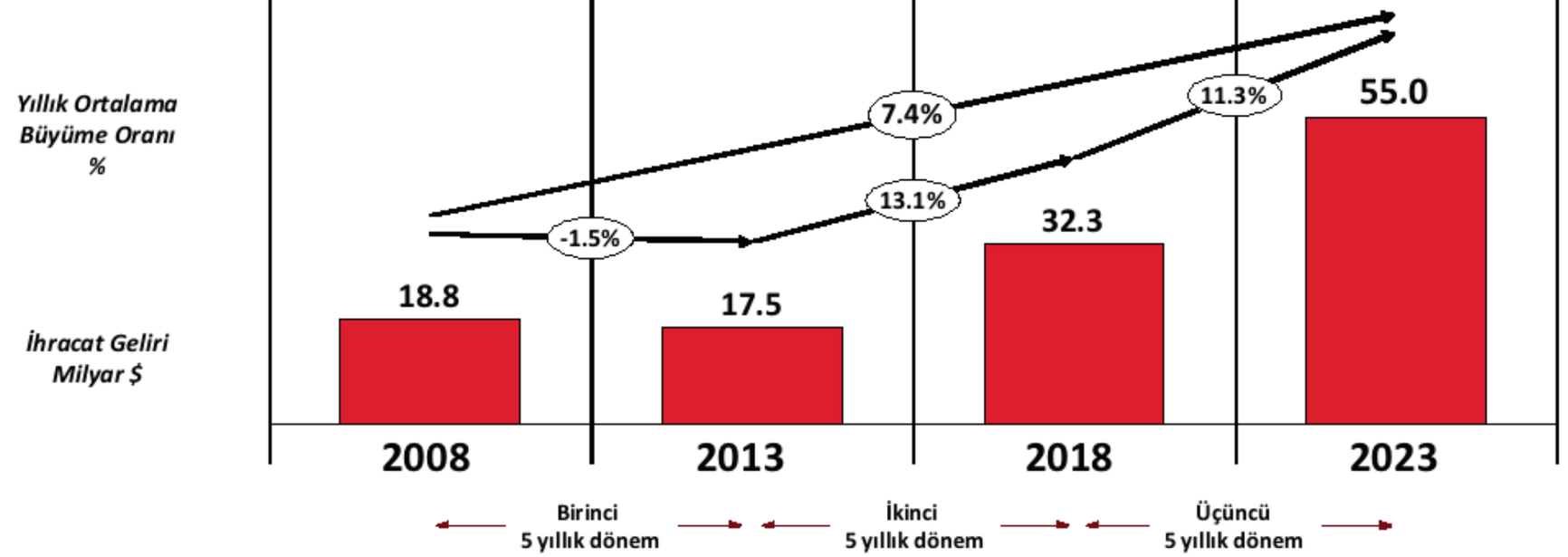


Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %

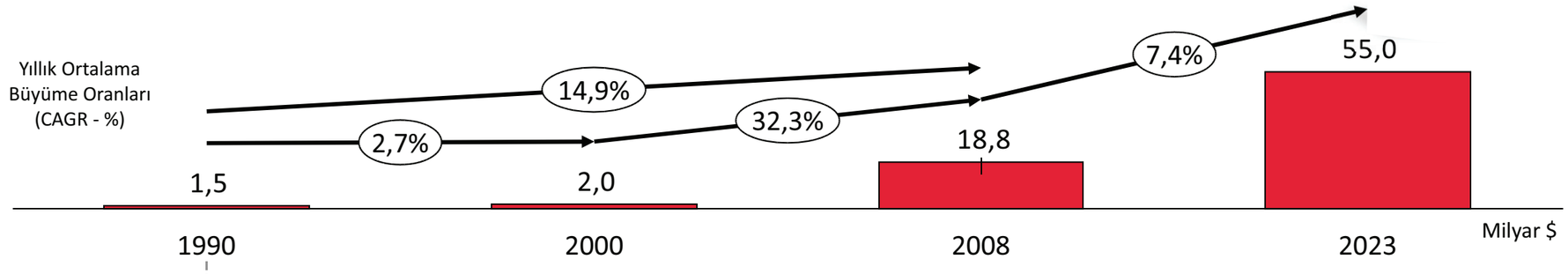




SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	301	280 *	403 *	560 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	6.25	6.04	8.02	9.83

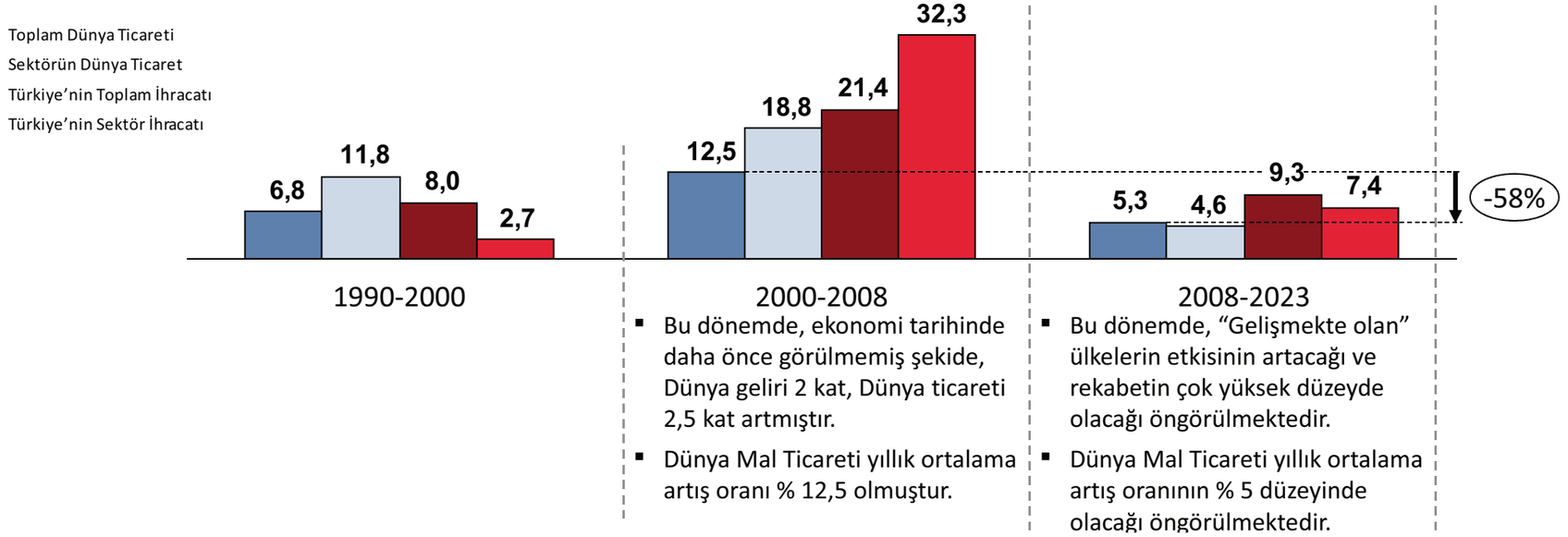


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 17 milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

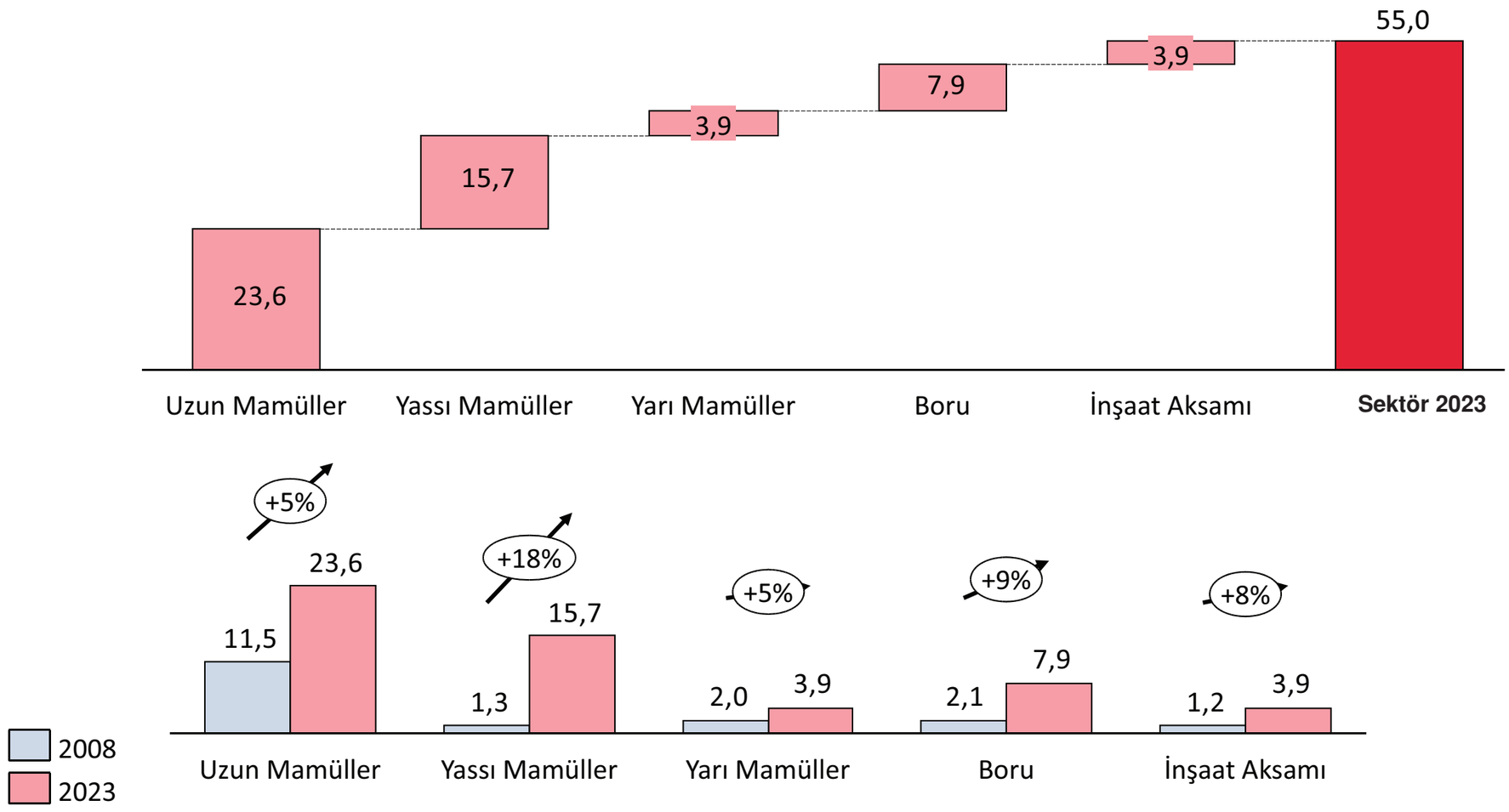
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

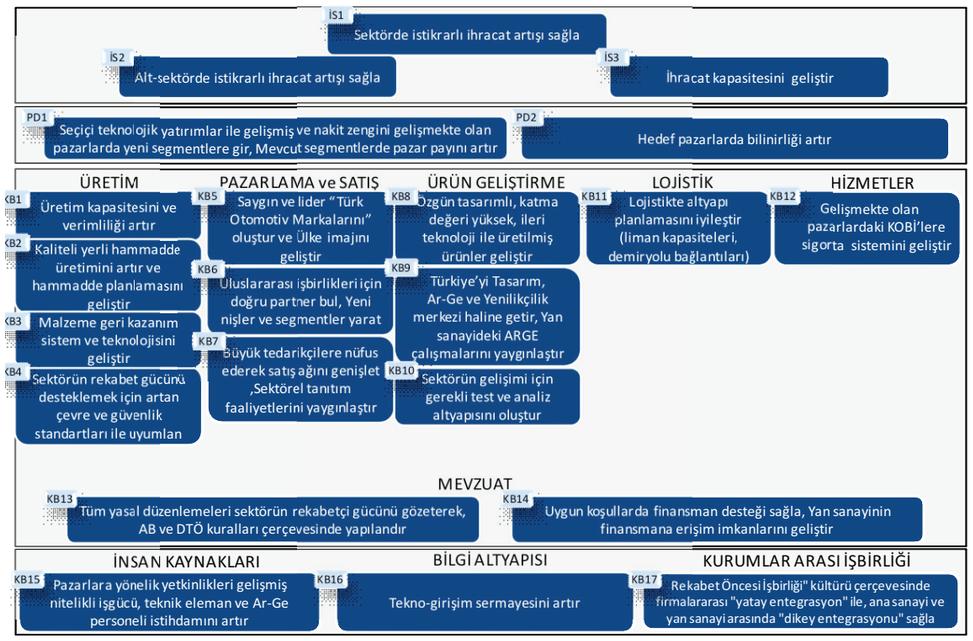
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

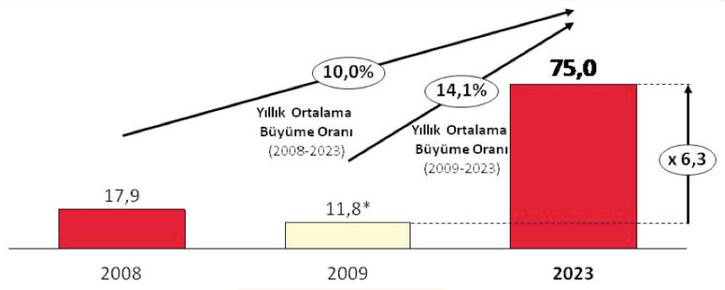




Kara Taşıtları ve Yan Sanayi Sektörü Kritik Çıktılar

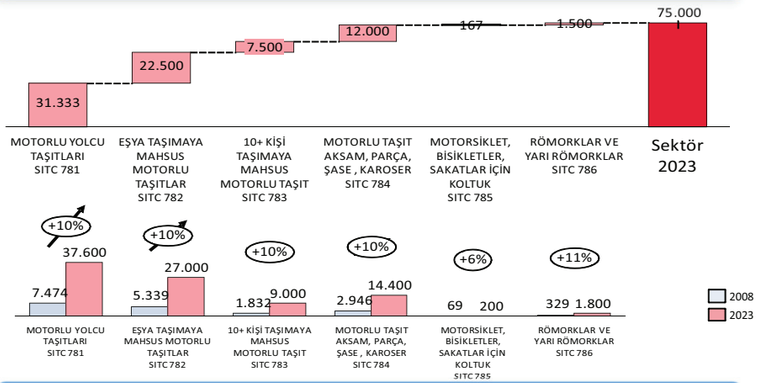


Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

2008		2023
17,9	İhracat Geliri *(Milyar $)*	75,0
1,56	Dünya Pazar Payı *(%)*	2,40
2000-2008 36,4	Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2008-2023 10,0
14,44	Türkiye İhracatı Payı *(%)*	13,76

Hedef Pazarlar

1. Rusya	9. Yunanistan	17. Mısır	25. Tunus	33. Polonya
2. ABD	10. Güney Afrika	18. Libya	26. Cezayir	34. Macaristan
3. İran	11. Hindistan	19. Almanya	27. İsrail	35. Endonezya
4. BAE	12. Kanada	20. Nijerya	28. Belarus	36. Tayland
5. G.Kore	13. Fransa	21. Kuzey Afrika	29. Arjantin	37. Türkmenistan
6. Kazakistan	14. Brezilya	22. İtalya	30. Pakistan	38. Özbekistan
7. Romanya	15. Ukrayna	23. Suriye	31. İngiltere	39. Gürcistan
8. Meksika	16. Fas	24. Irak	32. Çin	

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Yeni değer önermesi ile çeliğin ikame ve alternatif kullanımlarının müşteri nezdinde parlatarak ve çeliğin kullanım alanlarını geliştirmek
- Ürün gamında katma değeri düşük ürünlerden katma değeri yüksek ürünlere geçiş sürecini hızlandırmak
- Yerel girdi temini altyapısını geliştirmek
- Tüm ürünler itibariyle ihracat potansiyelini geliştirmek

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Yurtiçi ana sanayi üretimi
- Yurtiçi yan sanayi üretimi
- Kapasite artışına yönelik planlanan yatırımlar
- Hammadde üretimi
- Tedarikçi sayısı
- Malzeme geri kazanım sistem ve teknolojisine ilişkin planlanan yatırımlar - ömrünü tamamlamış araçların ve lastiklerin bertaraf edilmesiyle ilgili tesis – ÖTA ÖTL
- ÖTA ÖTL sayısı ve bölgesel yaygınlık
- ÖTA ÖTL işleme kapasitesi
- Enerji verimlilik projeleri (#)
- Sosyal sorumluluk,çevre ve güvenlik sertifikalarına sahip tesislerin sayısı
- Sektördeki çevreyle ilgili yatırımlar

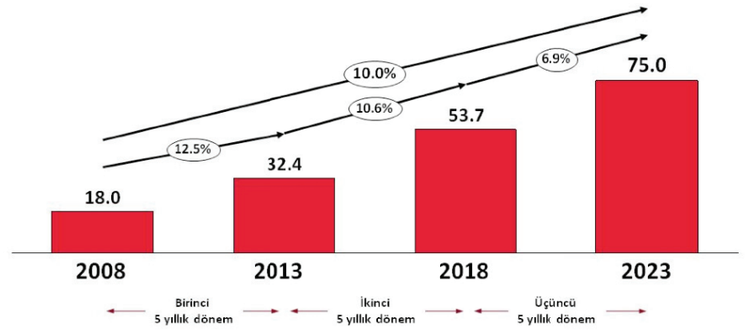
Pazarlama – Satış

- Ana sanayide ve Yan sanayide geliştirilen marka sayısı
- İlgili niş segmentlerdeki pazar payları
- İlgili niş segmentler ve ürün grupları bazında yürütülen pazarlama çalışmaları, Pazar araştırmaları

Ürün Geliştirme

- Alınan faydalı model ve patent sayısı
- Onaylanan ArGe merkezi sayısı
- Sektörün ihtiyacını karşılayacak akredite edilmiş laboratuvar sayısı - yol testleri için gerekli pistler, çarpışma test laboratuarları ve rüzgar tüneli eksiği,vs

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Lojistik

- Mevcut liman kapasitelerindeki artış
- Demiryolu kapasitlerindeki artış

Hizmetler

- Sistemden faydalanan firma sayısı

Mevzuat

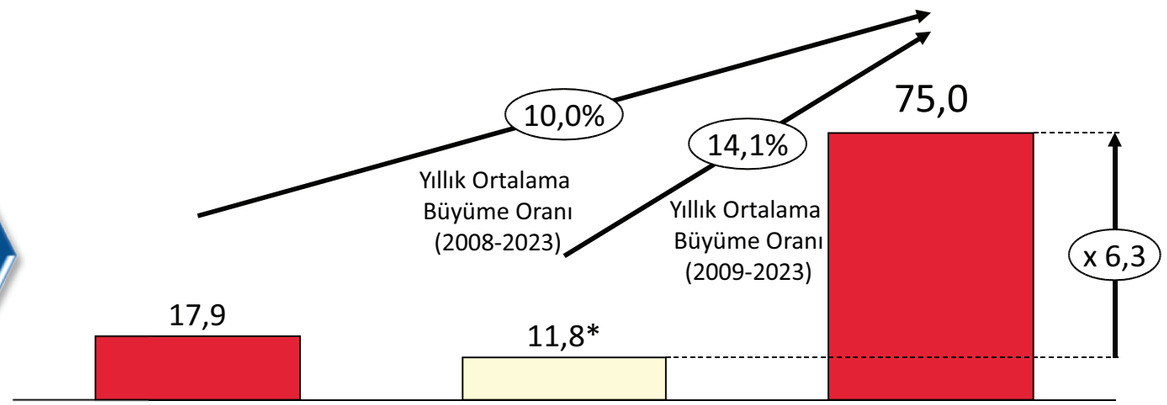
- Otomotiv sektörünü ilgilendiren direkt ve dolaylı vergilerin oranı
- İlk dolum yakıtta ÖTV istisnası uygulaması
- AB mevzuatına uyumlandırılan mevzuat sayısı
- Tarife dışı engeller – hedef pazarlar ile tarife dışı engelleri azalt
- Mahkemelerdeki dava sayısı - fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik

Temel Yetkinlikler

- Meslek liseleri ve üniversite mezunlarının istihdamı
- ARGE personeli sayısı
- Tekno girişim sermayesi yatırımları
- Sektör bilgi sisteminin kurulması

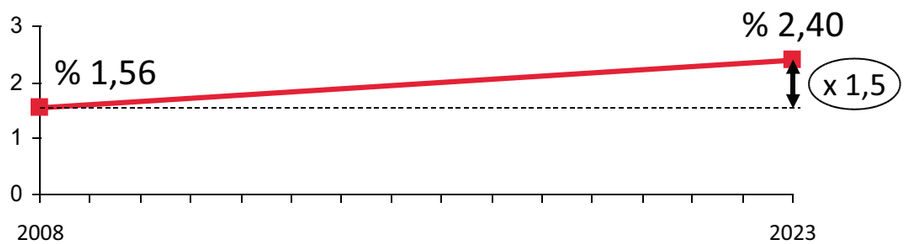
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

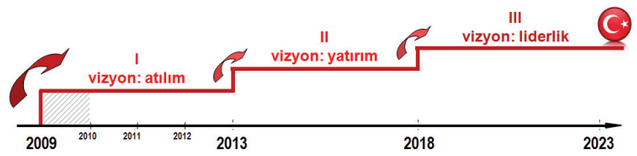
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 3,1 trilyon $)



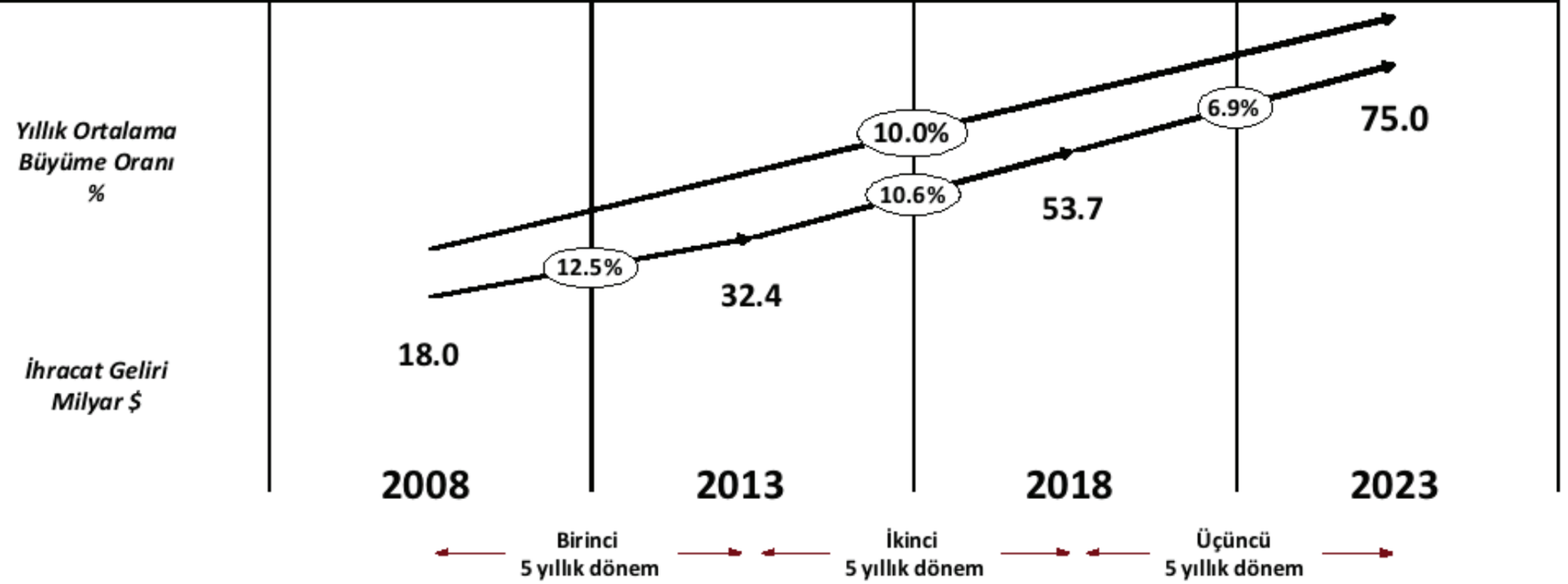
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %

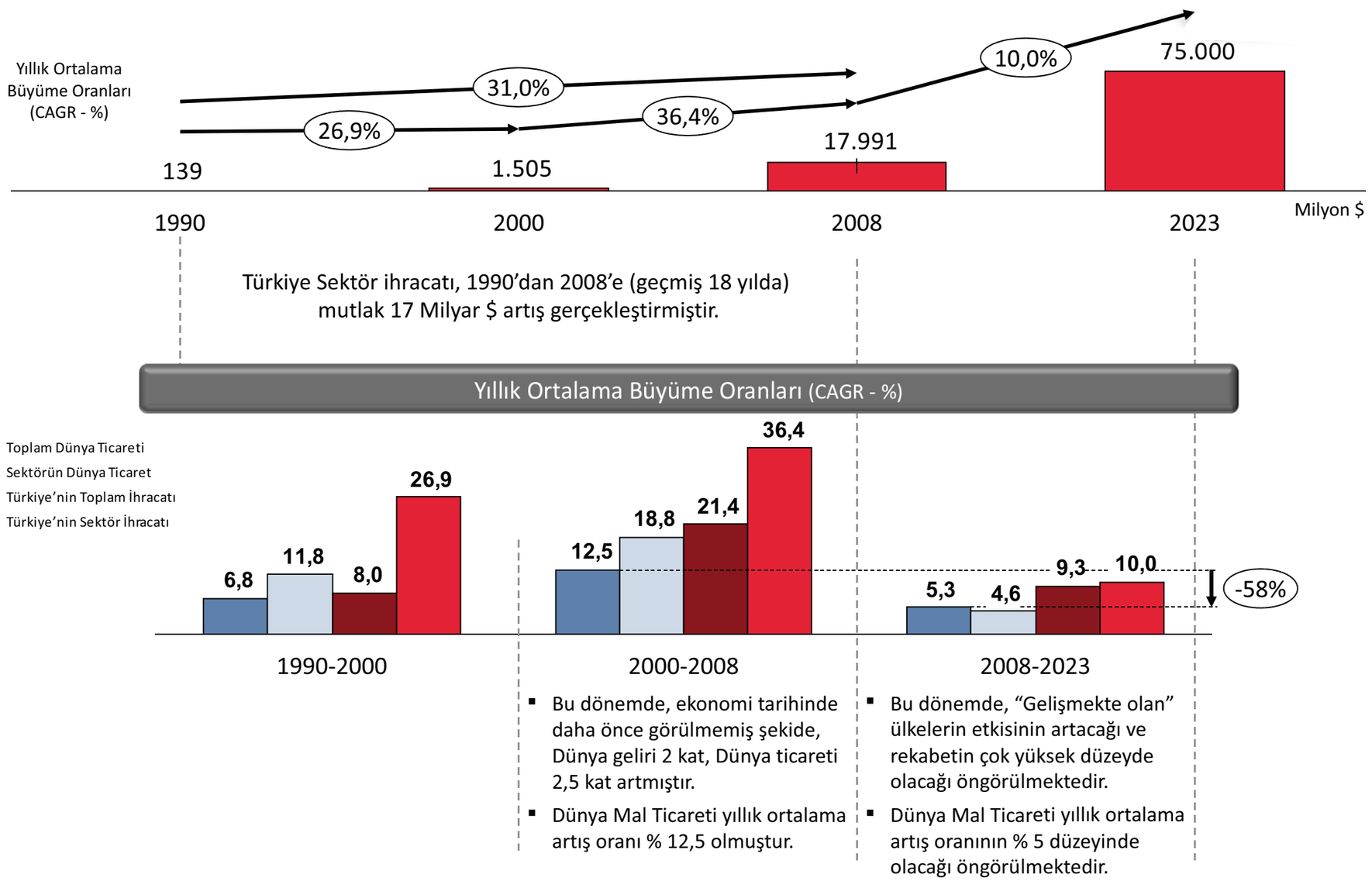




SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**1,154.0**	**1,288 ***	**2,015 ***	**3,100 ***
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**1.56**	**2.52**	**2.67**	**2.40**



(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



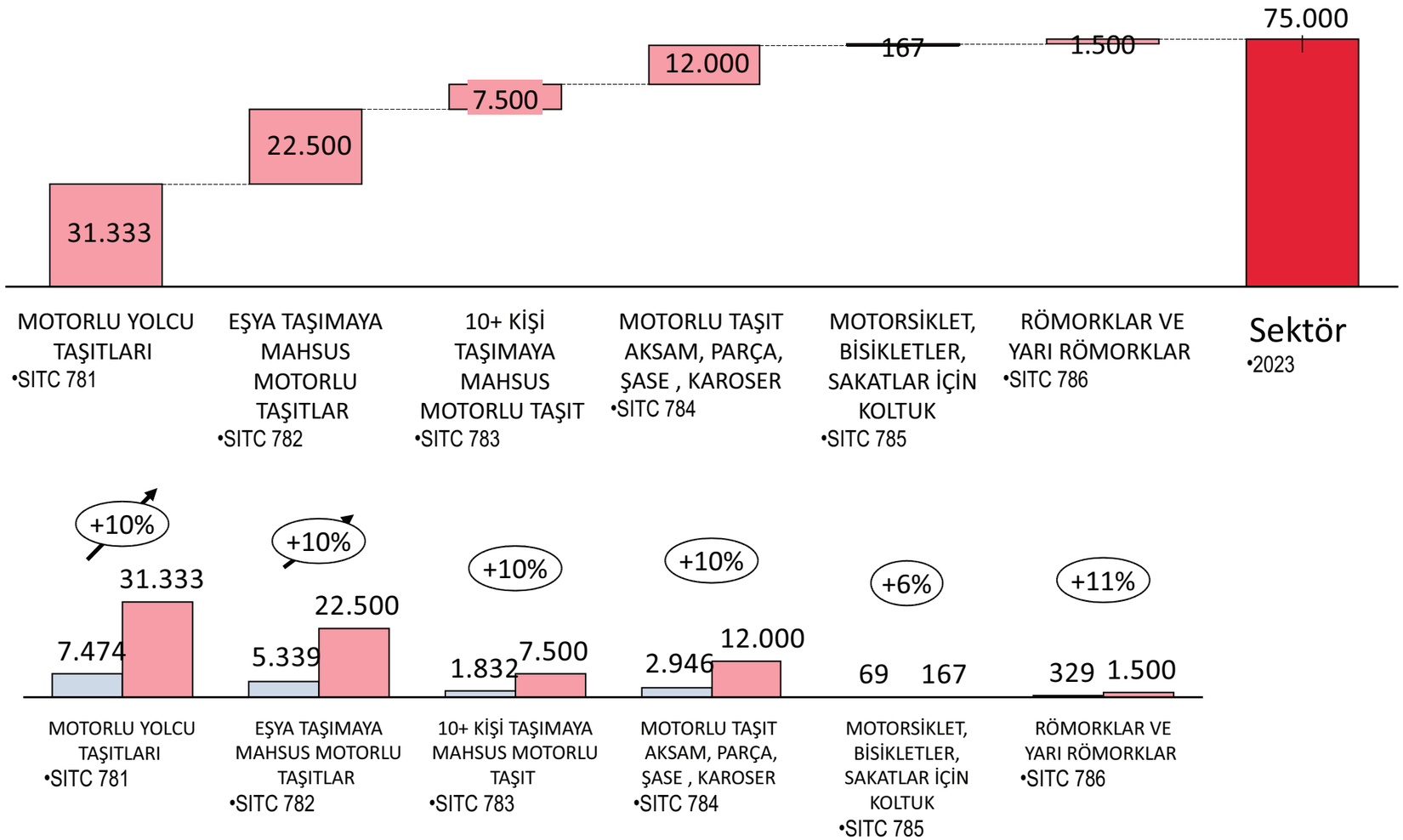
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 17 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

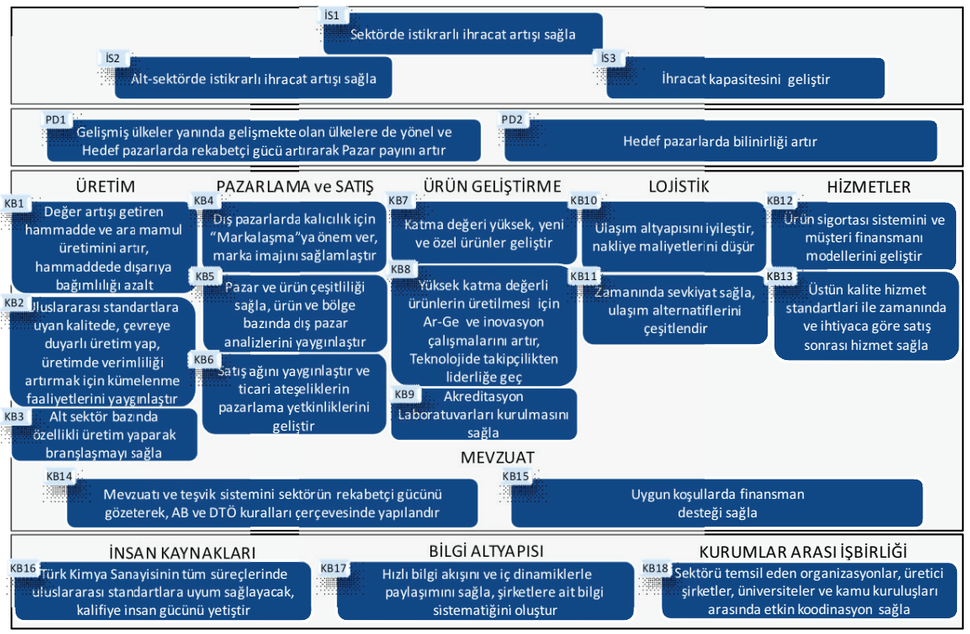
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

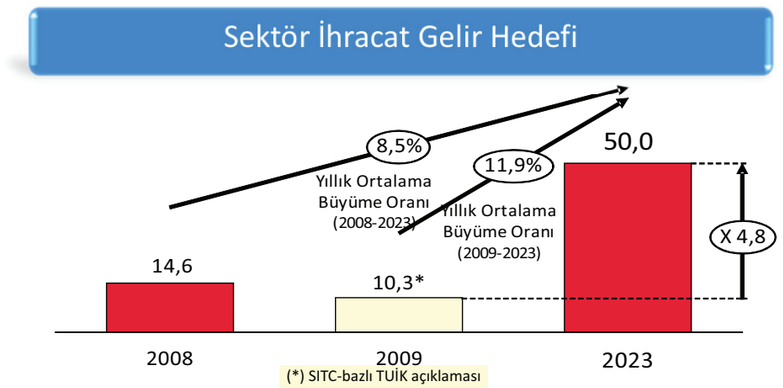
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyon $

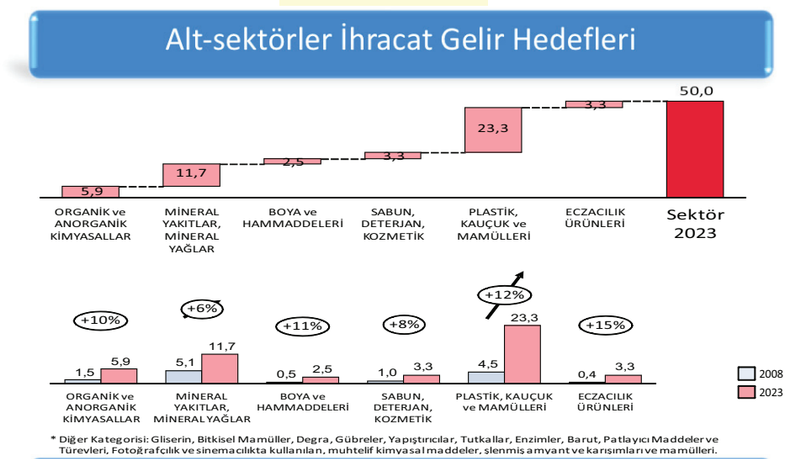


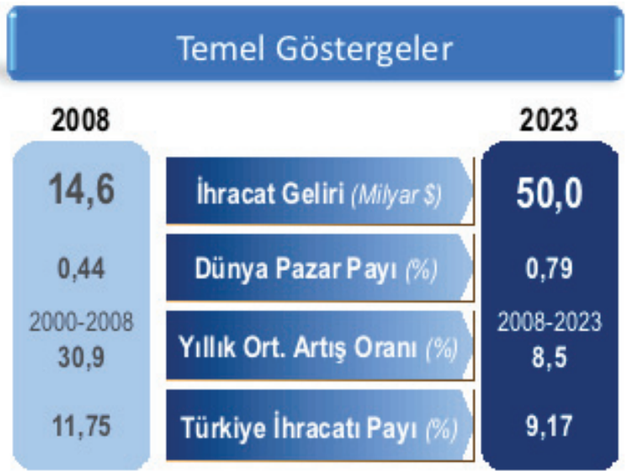
Kimyevi Maddeler Sektörü Kritik Çıktılar













*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Katma değeri yüksek yeni ve özel ürünleri geliştirmek
- Markalaşmak
- Teknolojide takipçilikten liderliğe geçilmesi ile teknolojik üstünlük sağlamak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Yerli hammadde ve ara mamul üretimi
- Hammadde ve ara mamul yatırımları - petro rafineri, petro kimyasalları
- Üretimde verimi artırmaya yönelik yüksek teknoloji yatırımları
- Seçili branşlaşlara yönelik üretim kapasitesi

Pazarlama – Satış

- Tescili tarafımıza ait olan markalı ürünler
- Pazar ve ürün grubu bazında yürütülen pazar analizleri çalışmaları

Ürün Geliştirme

- Katma değeri yüksek ürün ihracatının toplam ihracat içindeki payı
- Yeni geliştirilen katma değeri yüksek ürün sayısı
- Akreditasyon Laboratuvarlarının sayısı
- Akreditasyon süresi

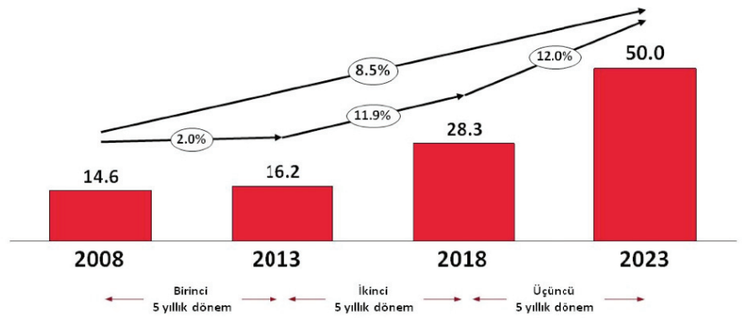
Lojistik

- Birim lojistik maliyetleri
- Kombine taşımacılık üstlerindeki artış
- Stratejik lojistik üst konumundaki ülkelerde oluşturulan depolar
- Tedarik süresi
- Stratejik lojistik üst konumundaki ülkelere ulaşım alternatiflerinin karşılanma oranı

Hizmetler

- Ürün garanti sigorta sistemi uygulanması
- Müşteri finansman modeli uygulaması

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

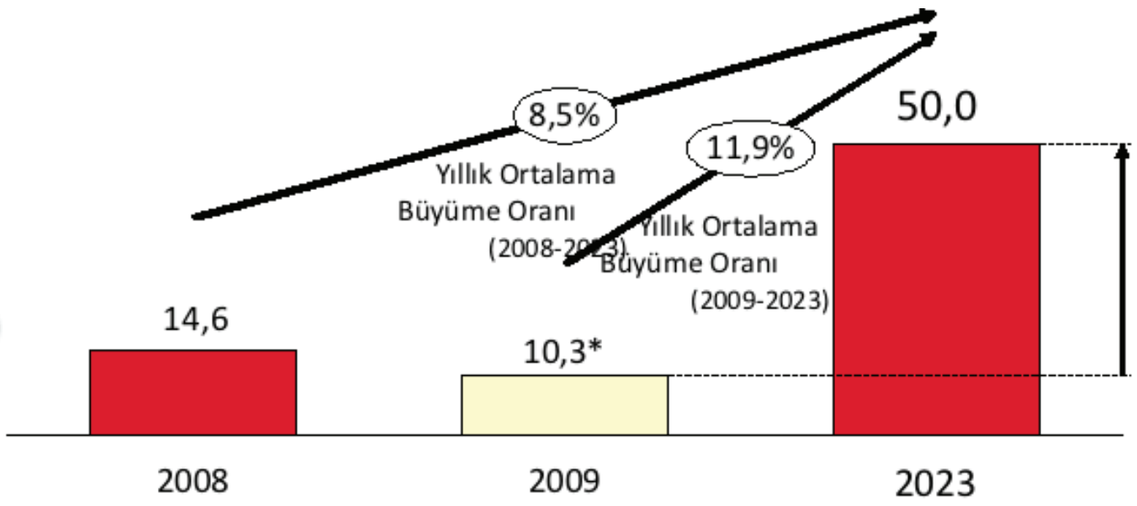
- Öncelikli bölge ve alanlara göre sektörel teşvik sisteminin geliştirilmesi
- Sektörün karşılaştığı tarife dışı engellerin azaltılması
- Şirket birleşmeleri ve satın almalarını özendirecek düzenlemelerin yapılması
- Sektöre ilişkin doğrudan yabancı yatırım girişleri - Yurtdışı doğrudan yabancı yatırımlarını ülkeye çekebilmek için yatırımcı ortamının iyileştirilmesi

Temel Yetkinlikler

- İhracatçı şirketlerin meslek lisesi, meslek yüksek okulu, üniversite, yüksek lisans, doktora mezunu istihdamı
- Sektöre yönelik çağdaş bilgi ve becerilere hızla erişimi sağlamaya yönelik organizasyon sayısı
- Madde envanterinin oluşturulması – veri paylaşımı portali
- Firma envanterinin oluşturulması – veri paylaşımı portali
- İş sağlığı güvenliği (İSG) envanterinin oluşturulması – veri paylaşımı portali
- Envanterlerin güncellenme sıklığı

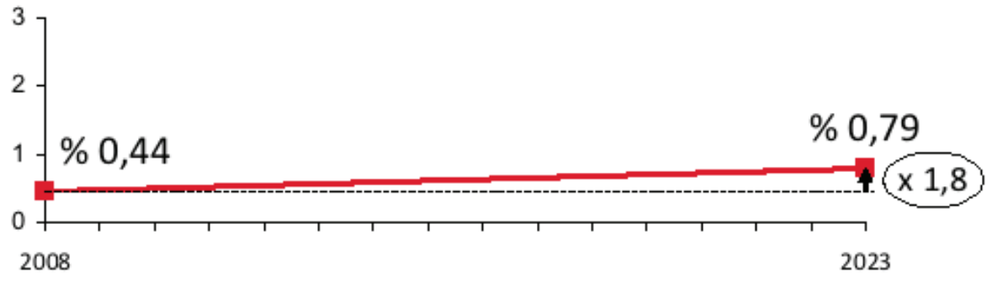
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

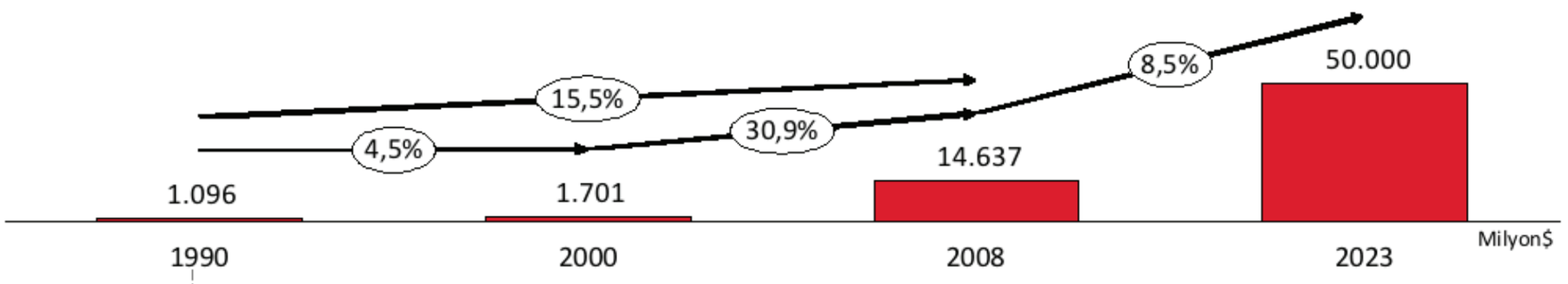
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 6,3 trilyon $)



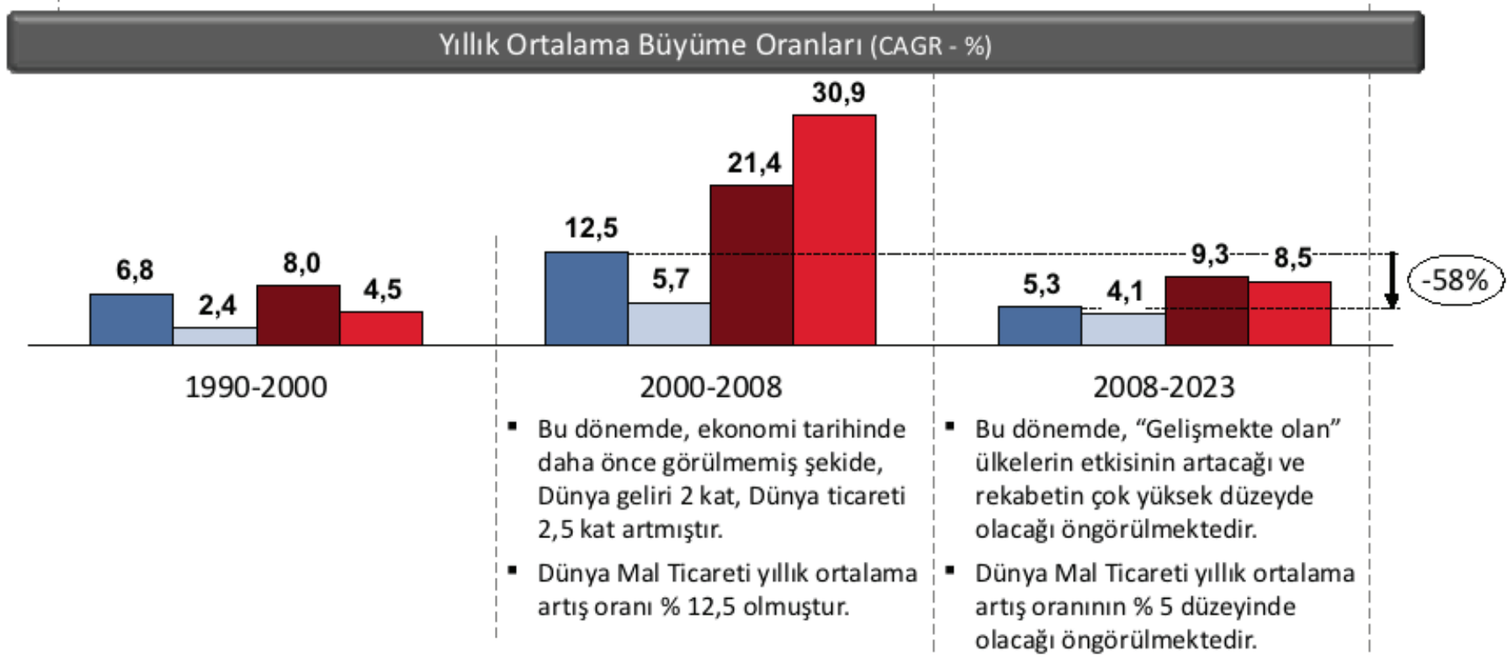
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %





Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 13,5 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

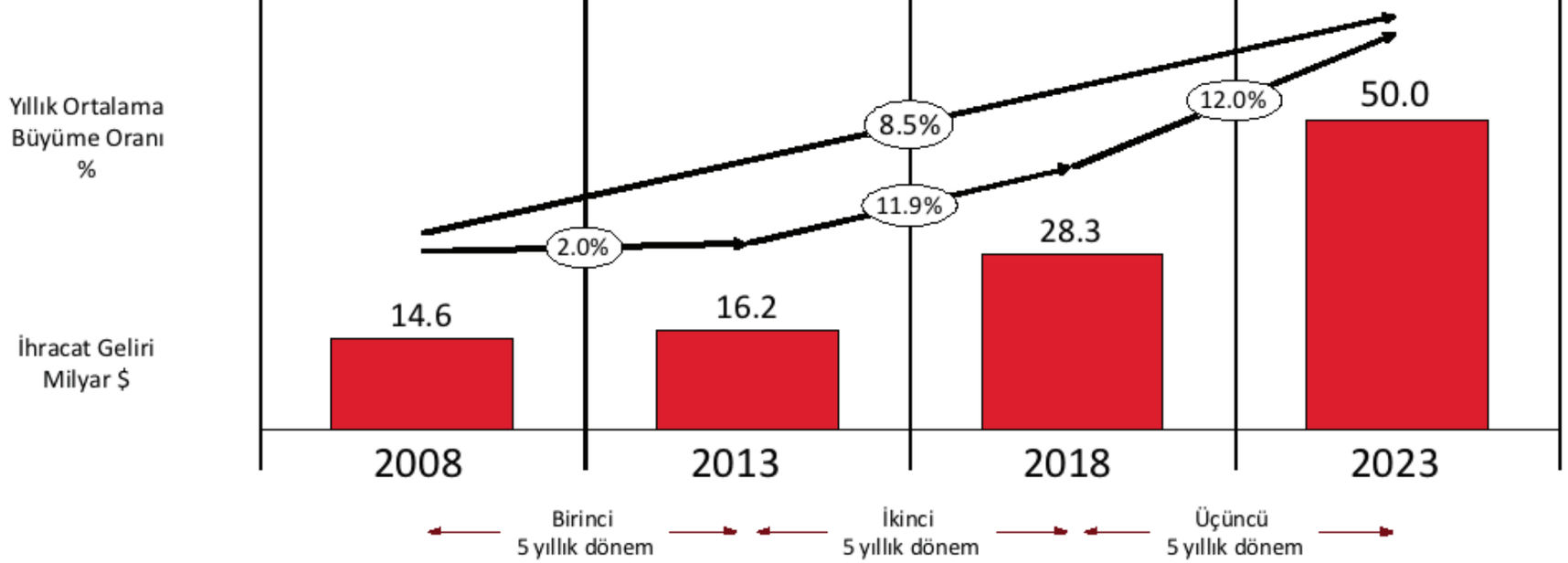


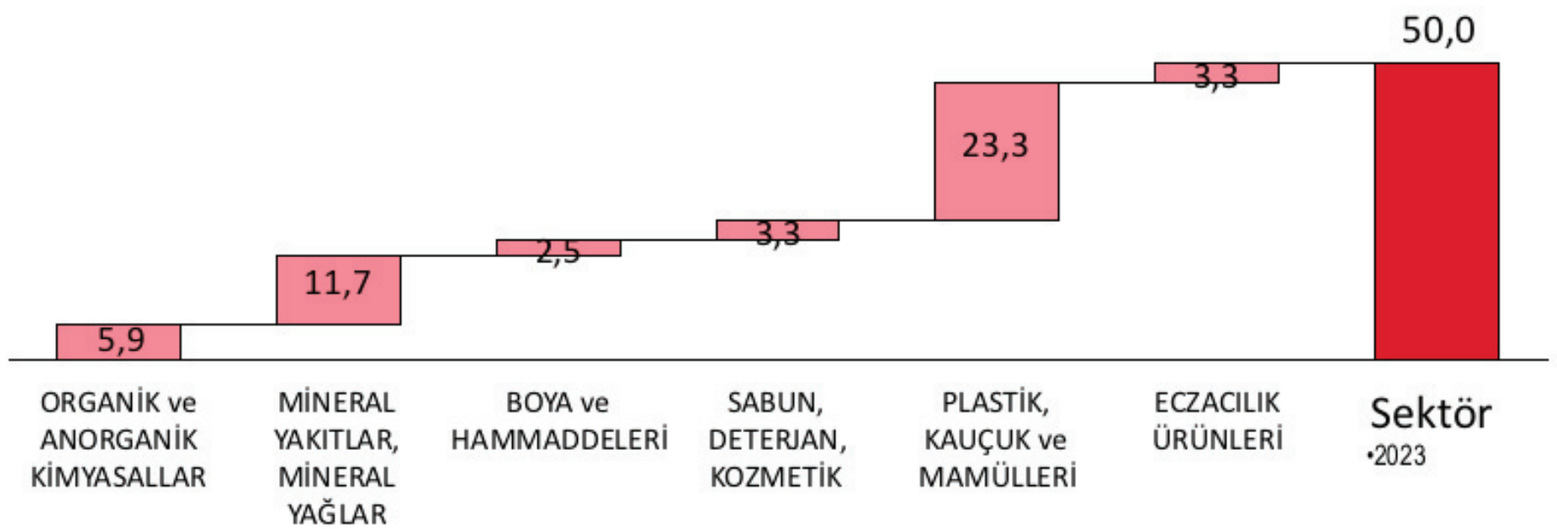
- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

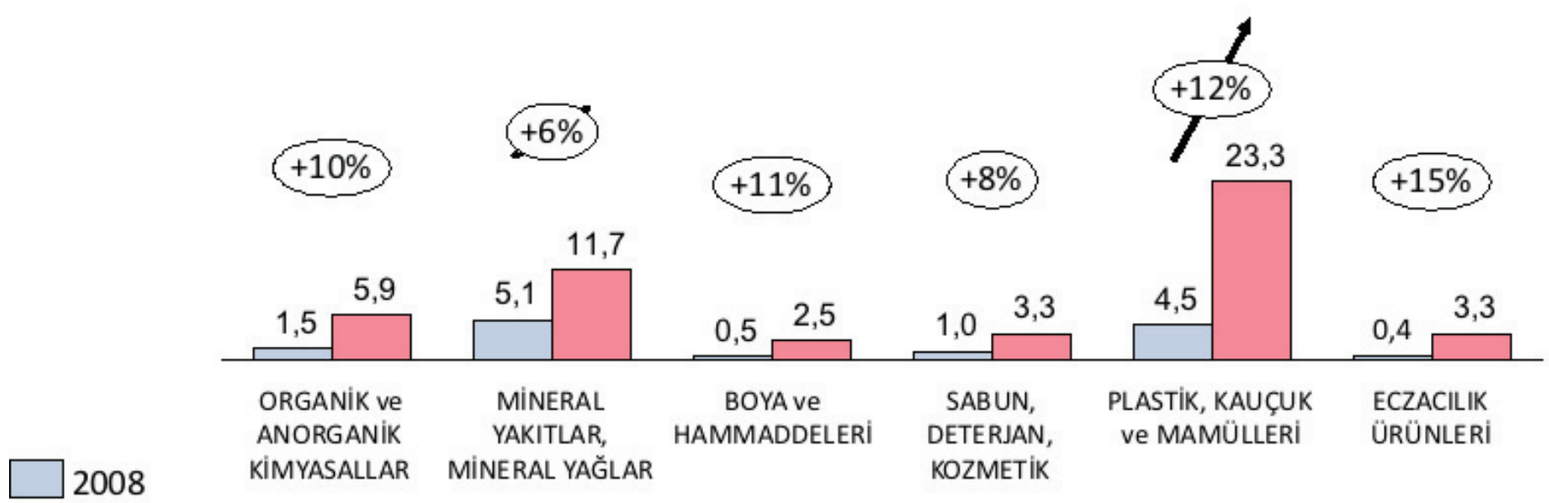
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	3,320.0	3,220	4,500	6,300
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	0.44	0.50	0.63	0.79



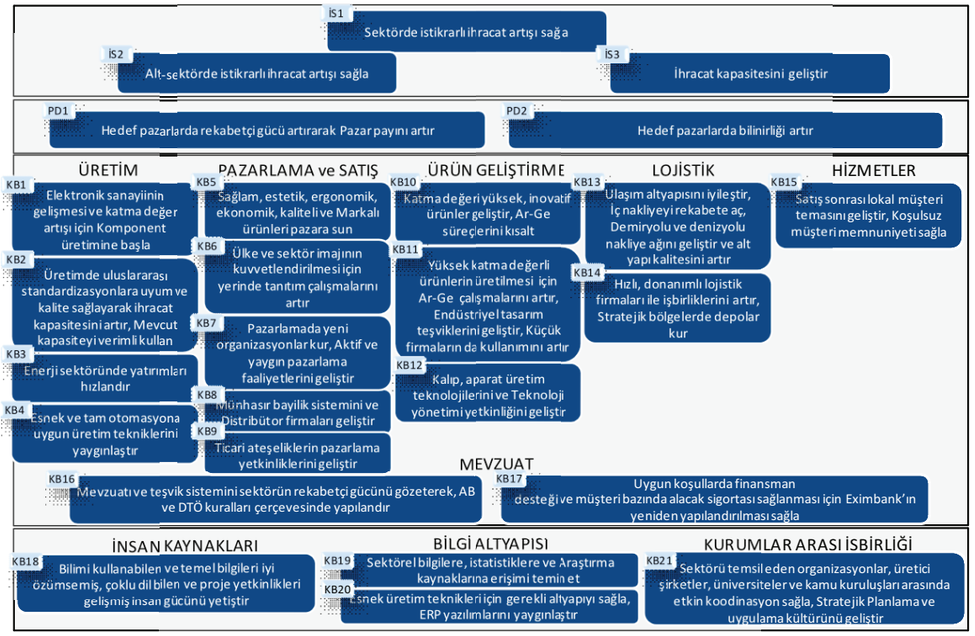




* Diğer Kategorisi: Gliserin, Bitkisel Mamüller, Degra, Gübreler, Yapıştırıcılar, Tutkallar, Enzimler, Barut, Patlayıcı Maddeler ve Türevleri, Fotoğrafçılık ve sinemacılıkta kullanılan, muhtelif kimyasal maddeler, şlenmiş amyant ve karışımları ve mamülleri.



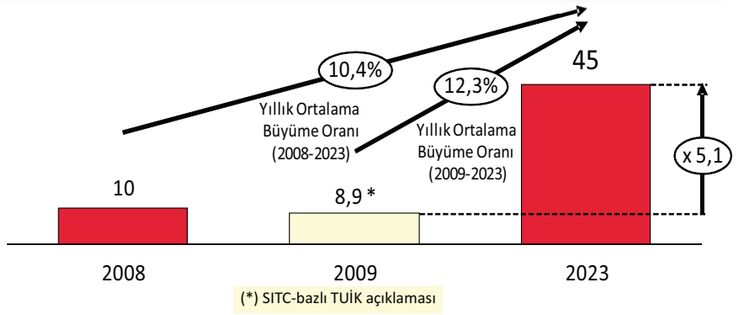
Elektrik ve Elektronik Sektörü Kritik Çıktılar



Temel Göstergeler

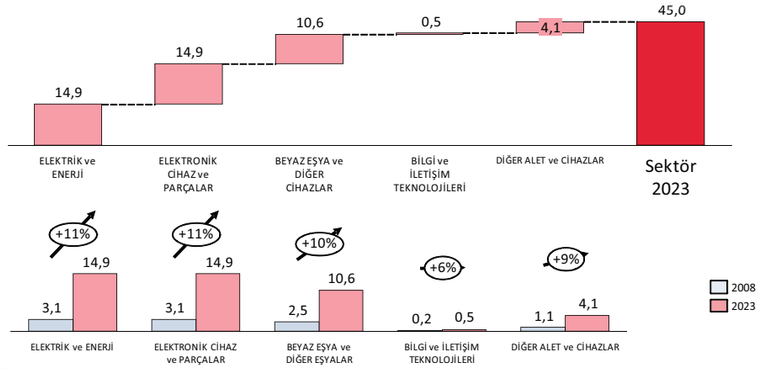
	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	10,0	45,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	0,37	0,64
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 20,9	2008-2023 10,4
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	8,03	8,25

Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Hedef Pazarlar

1. Irak	8. Kanada	15. İtalya	22. Filipinler	29. Libya
2. Romanya	9. İspanya	16. Sudan	23. Endonezya	30. Suriye
3. Ukrayna	10. Nijerya	17. Angola	24. Tanzanya	31. Mısır
4. Almanya	11. Fransa	18. Kazakistan	25. Kenya	32. Malezya
5. İran	12. Bulgaristan	19. Rusya	26. Moğolistan	33. Arjantin
6. Hindistan	13. Cezayir	20. Polonya	27. Yemen	34. Brezilya
7. ABD	14. İngiltere	21. Türkmenistan	28. Azerbaycan	

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Stratejik komponent (TV paneli, işlemci, baskı devre,vb) üretimine başlamak
- Mevcut teknolojileri uygulayıcı konumdan Yeni Teknolojiler Üreten bir konuma ve niteliğe ulaşmak
- Medikal elektronik, LED , rüzgar ve solar enerji alanlarına yönelik Ar-Ge faaliyetlerini yaygınlaştırmak
- Çevreye uyumlu teknolojileri (motor, kompresör, izolasyon, kaplama malzemeleri) geliştirmek için yatırımları artırmak
- Information & Communication Technologies (ICT)'i ihracat kapsamına almak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Stratejik komponent üretimi (miktar) – LCD, Yüksek Teknoloji Baskı Devreleri, Power Semiconductorları, Özel amaçlı entegre devreleri, LED, LED display, Ferrite Core, Özel Kapasiteleri, Özel dirençleri, Özel Konnektörleri, Çevreye duyarlı motor ve kompresörler
- Stratejik komponent üretimine yönelik yatırımlar
- Üretimde uluslararası standartlara uyan firma sayısı
- Hidroelektrik, güneş ve rüzgar enerjisi santrallerinin parçalarını ve malzemeleri üretimi yatırımları
- Tam otomasyonla üretim yapan tesis sayısı

Pazarlama – Satış

- TURQUM belgesine Markalaşma konusunda verilen destek ($) – Turquality - Güç ve Ölçü Trafoları, Enerji Kabloları, Şalt teçhizatı ve Panoları, Ölçü ve koruma röleleri pazar paylarının artırılması ve markalaşma yönünde çalışmalar başlatılması
- Tescili tarafımıza ait olan markalı ürünler
- Münhasır bayi sayısı
- Distribütör firma sayısı
- Türklerin sahip olduğu uluslararası satış kanalı sayısı

Ürün Geliştirme

- Teknoloji yatırımları ve araştırma çalışmaları ($) - Profesyonel ve endüstriyel elektronik, Medikal elektronik, OLED teknolojisi, rüzgar ve solar enerji, savunma sanayiine yönelik çalışmalar

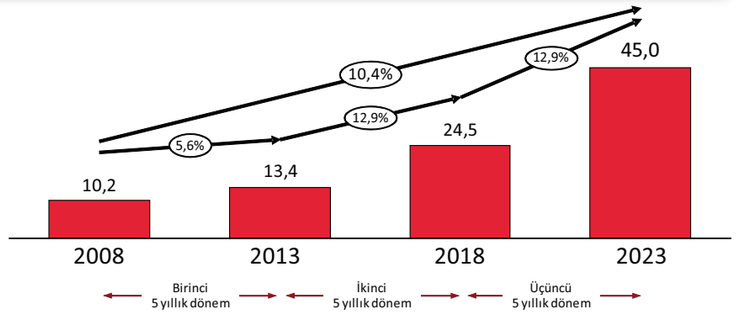
Lojistik

- Lojistik (iç nakliye) maliyetleri ($) – iç nakliye üretim lokasyonundan ihraç limanına kadar tanımlanmaktadır
- Demiryolu ulaşımından faydalanan Sanayi Bölgesi sayısı (#)
- Denizyolu kullanım oranı
- Lojistik firmaları ile gerçekleştirilen işbirlikleri
- Stratejik bölgelerde kurulan depo sayısı
- Sanayi bölgerinde kurulan depo sayısı

Hizmetler

- Hizmet kalitesi
- Müşteri şikayetleri sayısı
- Müşteri ihtiyaçlarına cevap verme süresi
- Yurtdışı servis yatırımlarına sağlanan destekler

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

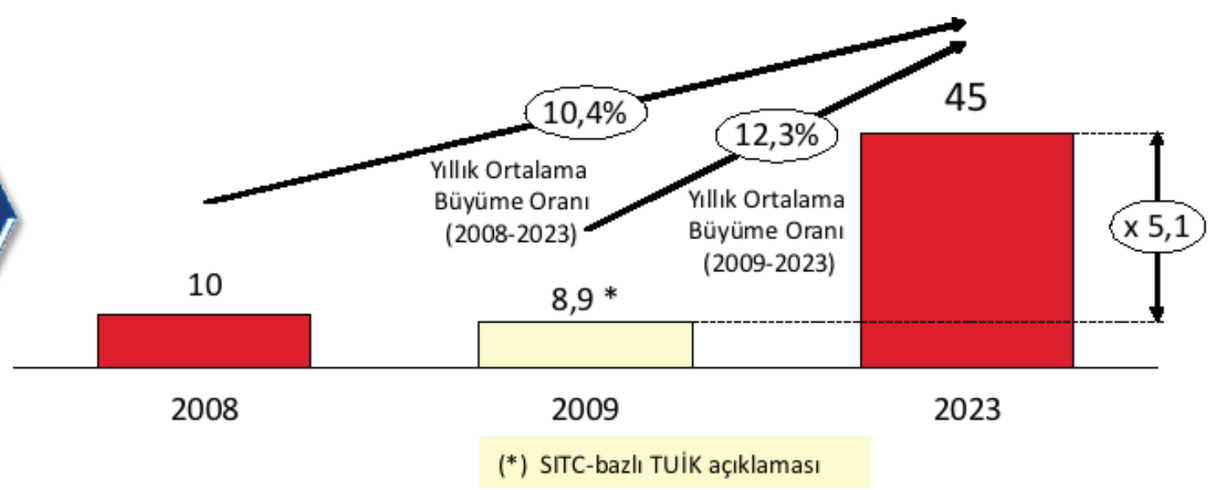
- Dahilde işleme sisteminin iyileştirilmesi
- Kayıtdışını önlemek için küçük ev aletlerinden alınan ÖTV'nin kaldırılması
- Yarı mamülden alınan ÖTV'nin kaldırılması
- Enerji verimliliğinin artırılmasını teminen, A ve üstü klimalardan alınan, ÖTV ve KDV'lerde indirime gidilmesi (ÖTV,KDV % oran)
- Gümrüklerde tarife dışı engel sayısı
- Gümrükleme işlemlerinin süresi
- Gümrük müşavirlik ücretlerini rekabetçi yapıya kavuştur
- Sektör standartları oluşturulurken sektör temsilcilerinden görüş alınmasının sağlanması (toplantılara iştirak oranı, sektör temsilcisi sayısı)
- "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu" (FSEK), tescil ve ihracat düzenlemelerinin Türkiye'de üretim yapan yazılımcıları da dikkate alarak yeniden düzenlenmesi
- Elektrikli ve Elektronik Eşyaların Atıklarının yönetilmesi ile ilgili 2002/96/AT mevzuatının en az 5 yıl süre ile ertelenmesi
- Ambalaj Atıkları Yönetmeliğindeki ambalaj atıklarının ücretsiz geri verilmesi ile ilgili maddesinin üretim sahalarımızdan çıkan üretim artıklarına uygulanmasının engellenmesi

Temel Yetkinlikler

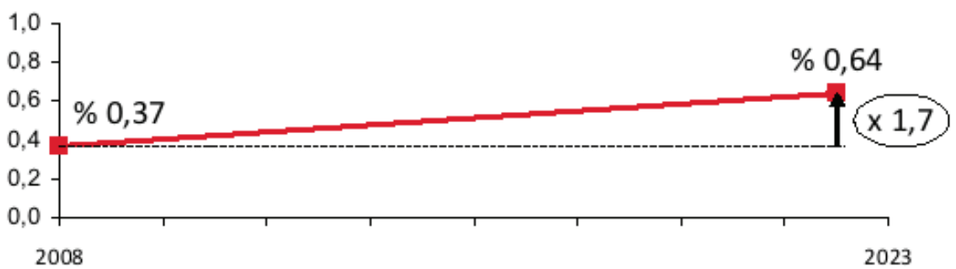
- İhracatçı şirketlerin meslek lisesi, meslek yüksek okulu, üniversite, yüksek lisans, doktora mezunu istihdamı
- Sektörel bilgi ve istatistik veri envanterinin oluşturulması – veri paylaşımı portali
- Sektöre yönelik çağdaş bilgi ve araştırmalara erişimi sağlamaya yönelik organizasyon sayısı
- Envanterlerin güncellenme sıklığı
- Esnek üretim teknikleri ve ERP yazılımları için gerekli altyapı yatırımları

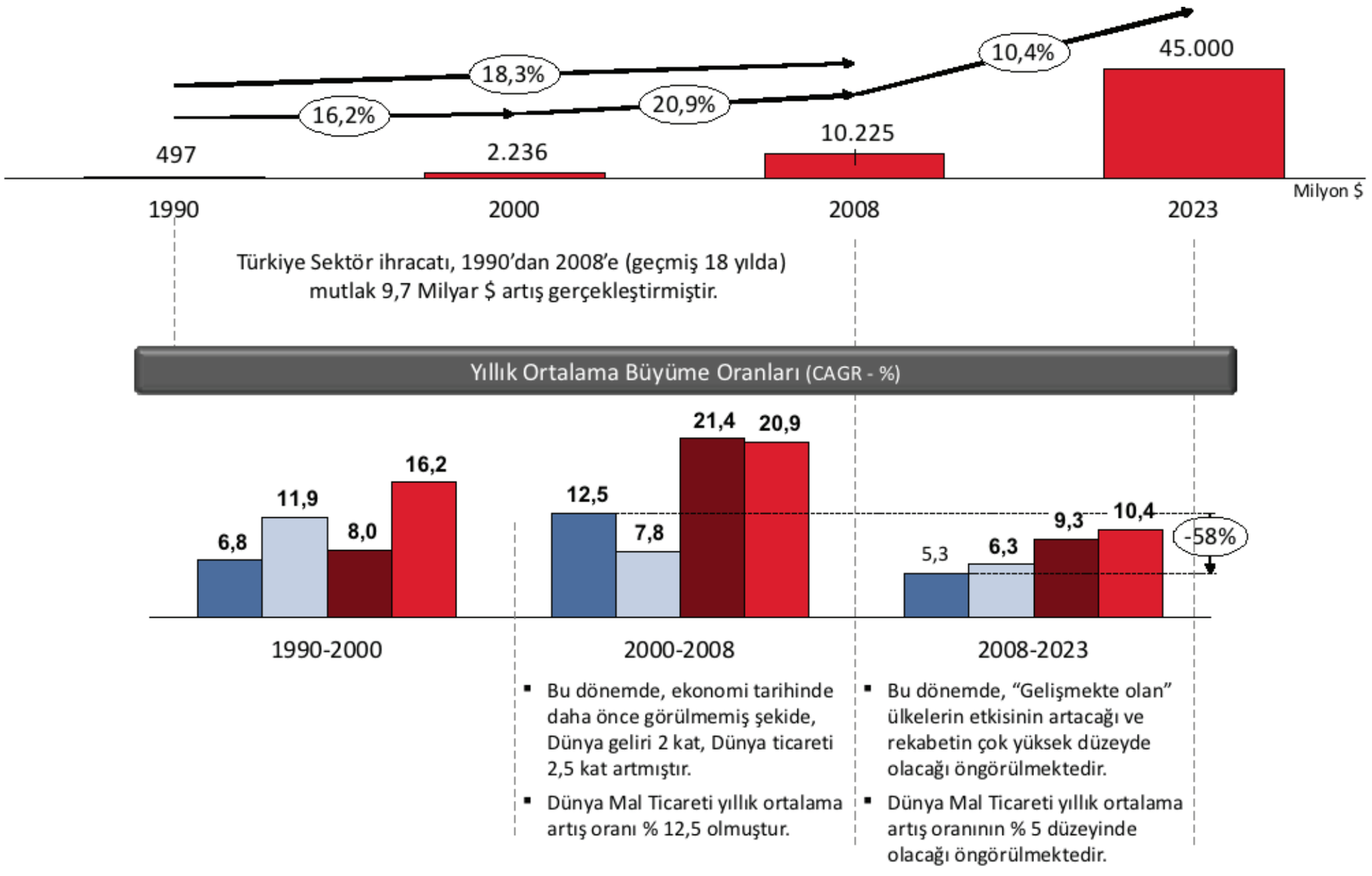
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
7,0 trilyon $)



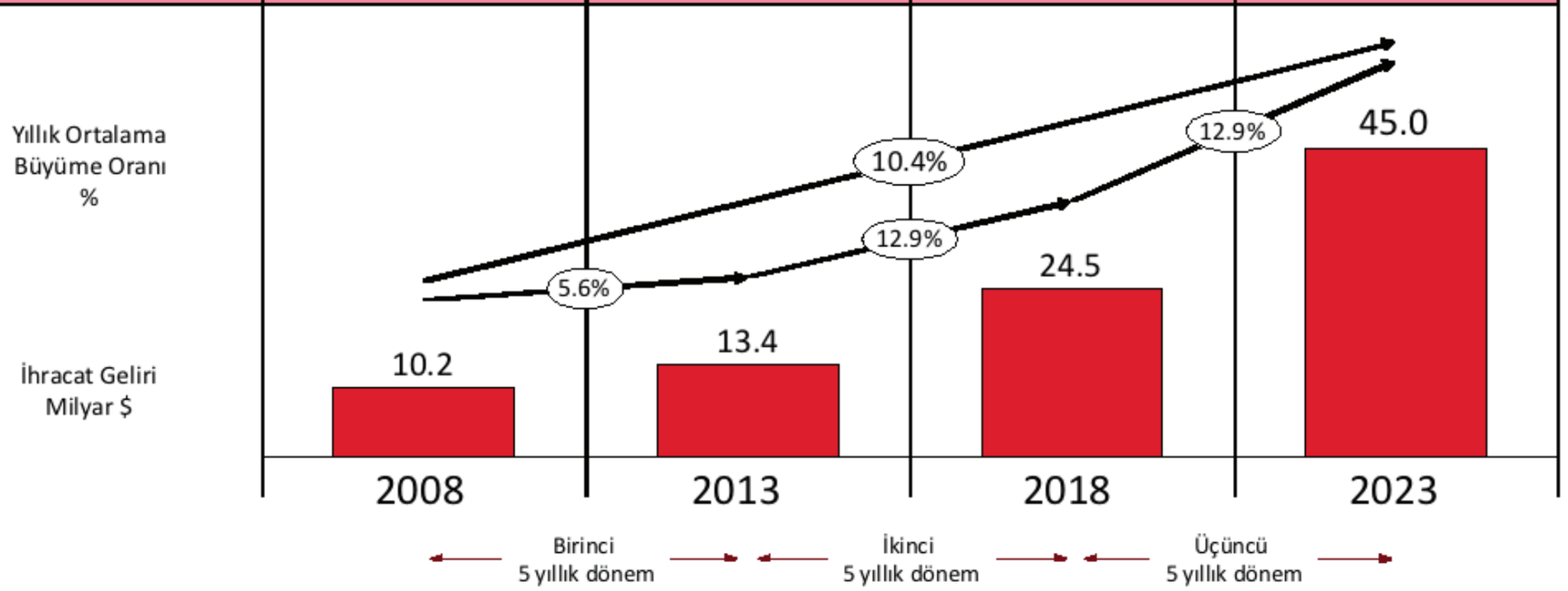
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %



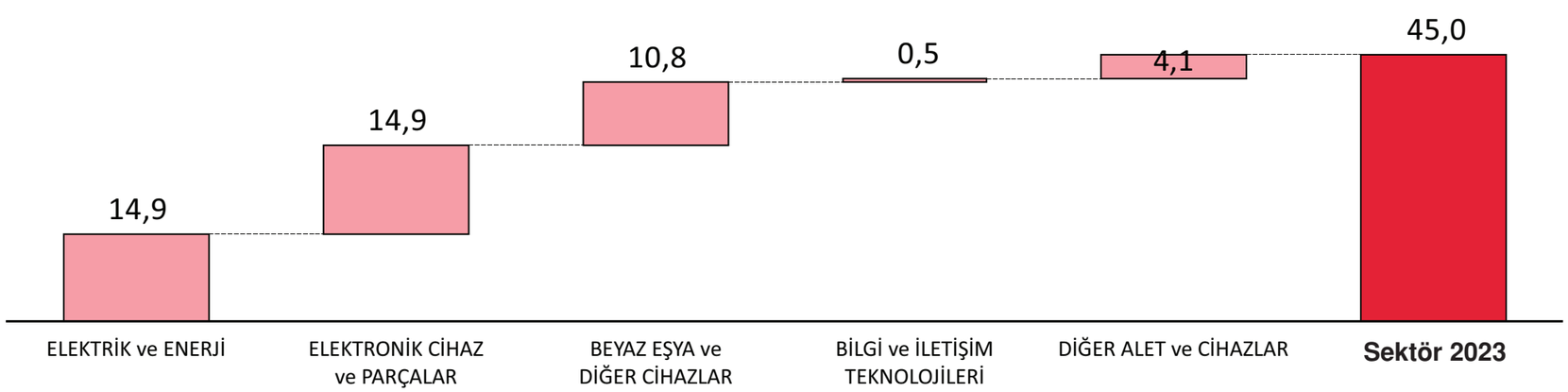

18,3%
16,2%
20,9%
10,4%
497
2.236
10.225
45.000
Milyon $
1990
2000
2008
2023
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda)
mutlak 9,7 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
6,8
11,9
8,0
16,2
12,5
7,8
21,4
20,9
5,3
6,3
9,3
10,4
-58%
1990-2000
2000-2008
2008-2023
Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.
Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

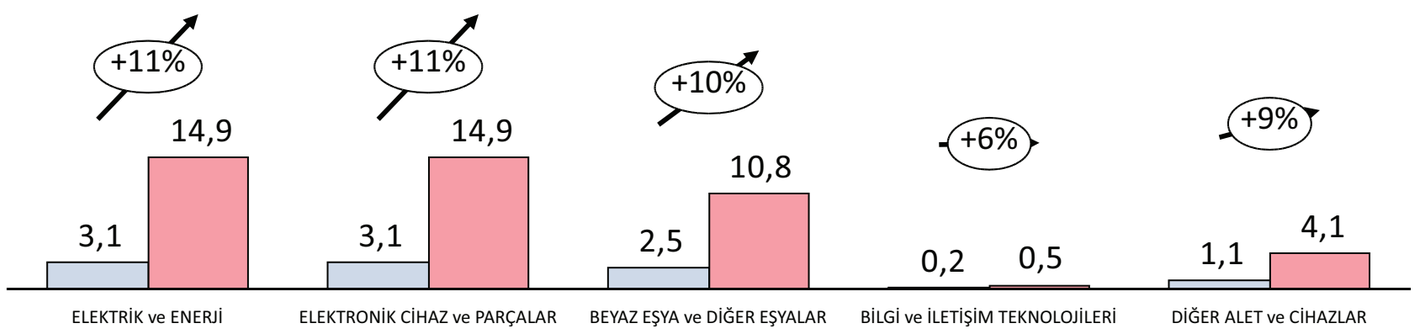


SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	2,786.6	3,140	4,740	7,000
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	0.37	0.43	0.52	0.64



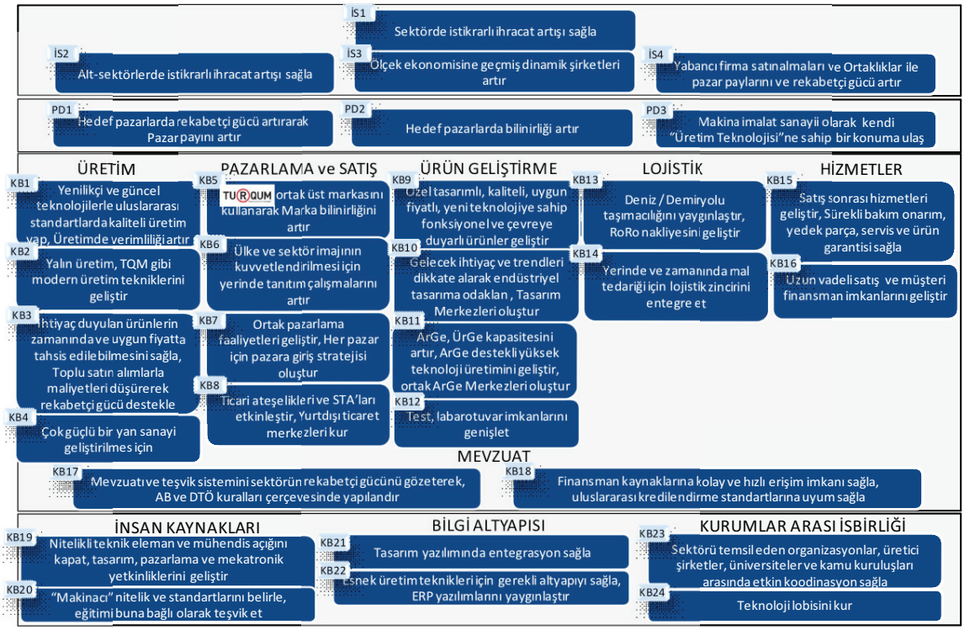
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

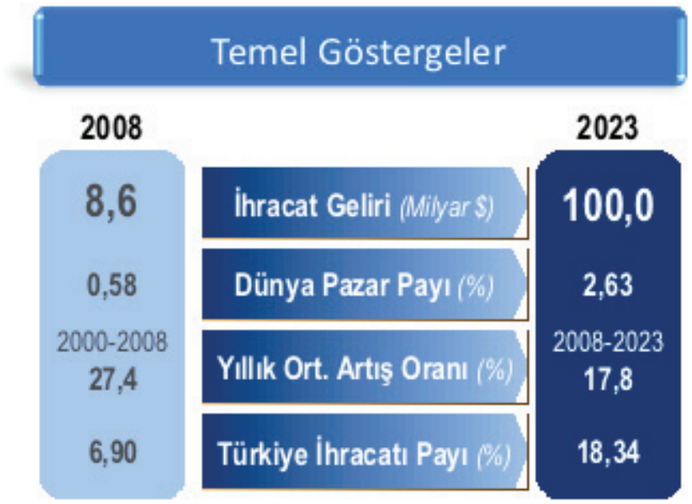


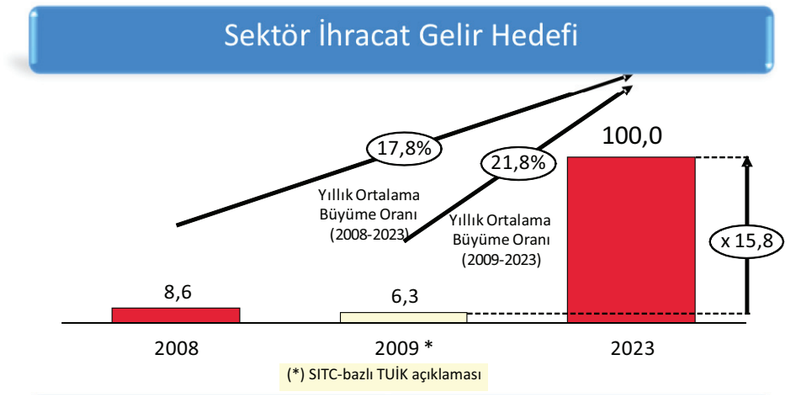


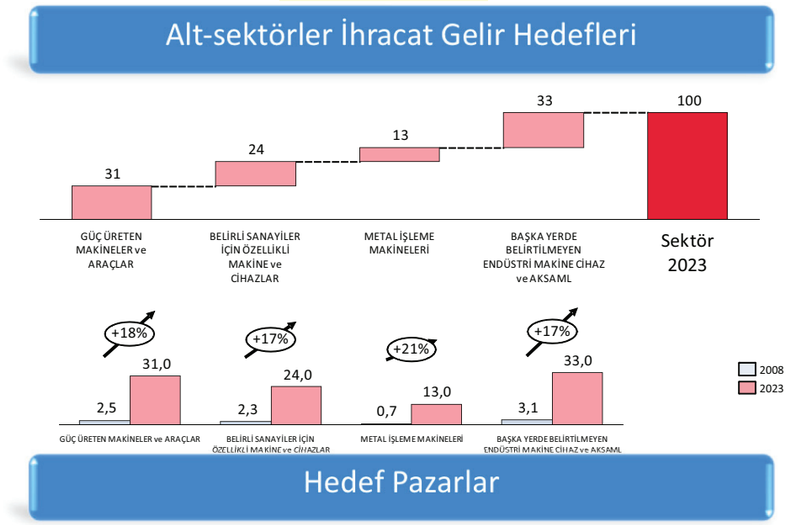
Makine ve Aksamları Sektörü Kritik Çıktılar











Hedef Pazarlar

1. Rusya	9. Irak	17. İngiltere	25. Hollanda	33. İspanya
2. ABD	10. İran	18. Özbekistan	26. Kanada	34. Lübnan
3. Almanya	11. Kuzey Afrika	19. Türkmenistan	27. Kazakistan	35. Macaristan
4. Hindistan	12. Meksika	20. Azerbaycan	28. Malezya	36. Suudi Arabistan
5. Brezilya	13. Mısır	21. Bangladeş	29. Pakistan	
6. İtalya	14. Polonya	22. Bulgaristan	30. Avustralya	37. Tunus
7. Çin	15. Suriye	23. Cezayir	31. Kolombiya	38. Ukrayna
8. Fransa	16. Endonezya	24. Güney Amrk.	32. Fas	

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Makine sektöründeki gelişme ile Türkiye'yi "kendi üretim teknolojisine sahip" bir ülke konumuna getirmek
- Geriden gelme avantajını kullanarak, özel tasarımlı, kaliteli, uygun fiyatlı, yeni teknolojiye sahip fonksiyonel ve çevreye duyarlı ürünler geliştirmek
- ArGe çalışmalarını artırarak ortak ArGe merkezleri oluşturmak
- Tercih edilen Makine üreticisi olmak
- Savunma sanayiinin yerlileştirilmesi

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Orta ve yüksek teknolojide üretim yapan tesis sayısı
- Üretimde uluslararası standartlara uyum
- Yalın üretim, TQM gibi modern üretim tekniklerine yönelik yatırımlar
- Yan sanayiinde yerli üretim

Pazarlama – Satış

- TURQUM belgesine sahip üreticiler
- E-pazarlama platformları
- B2B web sitelerine üye olan firma sayısı
- Pazar ve ürün grubu bazında yürütülen pazar analizleri çalışmaları

Ürün Geliştirme

- Özel tasarımlı, kaliteli, uygun fiyatlı, yeni teknolojiye sahip fonksiyonel ve çevreye duyarlı ürünlerin ihracatı
- Tasarım Merkezleri
- Test, labarotuvar merkezleri sayısı

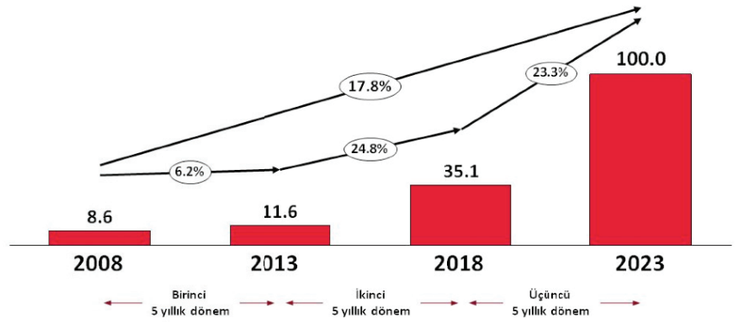
Lojistik

- Tedarik süresi (süre)
- Lojistik firmaları ile gerçekleştirilen işbirlikleri (#)
- Geleneksel pazarlarda oluşturulan lojistik üstler

Hizmetler

- Ürün garanti süresinin uzatılması
- Uzun vadeli satış anlaşmaları
- Müşteri finansman modelinin geliştirilmesi

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

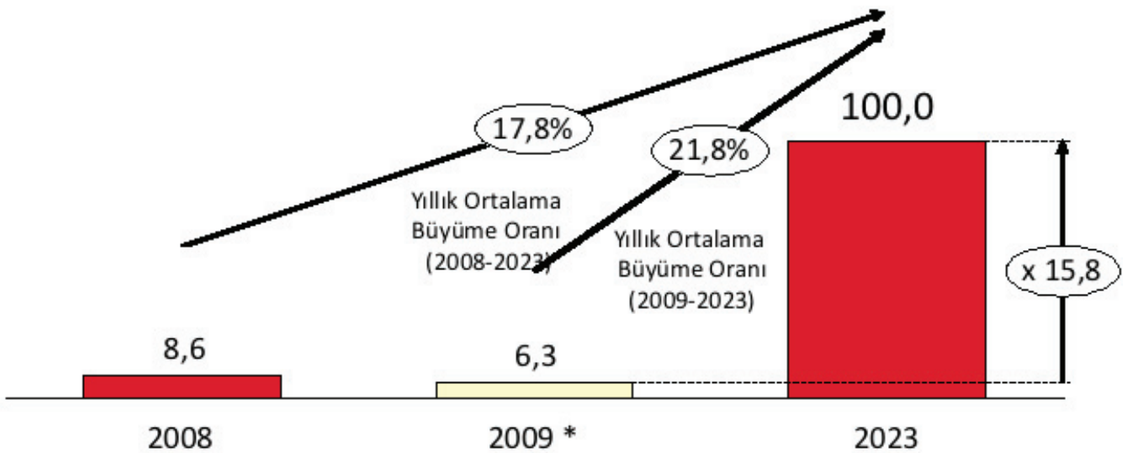
- Makine üretimi için kriter oluşturulmasının belgeye bağlanması
- Fikri mülkiyet haklarını koruyucu düzenlemelerin yapılması
- İhtisas Organize Sanayi Bölgeleri'nin tahsis edilmesi
- Sektörün gelişeceği bölgelerin yeniden belirlenmesi
- Makinelerin ruhsatlandırılmasına ilişkin mevzuat düzenlemesi
- Kamu alımlarında yerli üretimin tercih edilmesi
- Firma evliliklerini teşvik edilmesi veya ortak hareket etmeyi sağlayacak devlet yardımlarının geliştirilmesi
- Yurtdışı garanti kapsamındaki hizmetler için mevzuatı kolaylaştır

Temel Yetkinlikler

- "Makinacı" nitelik ve standartlarının belirlenmesi
- Sektörel eğitim ihtiyaç analizinin yapılması
- Tasarımda entegrasyona yönelik yatırımlar
- Esnek üretim teknikleri ve ERP yazılımları için gerekli altyapı yatırımları
- Teknoloji lobisinin kurulması ve yürütülen lobi faaliyetleri

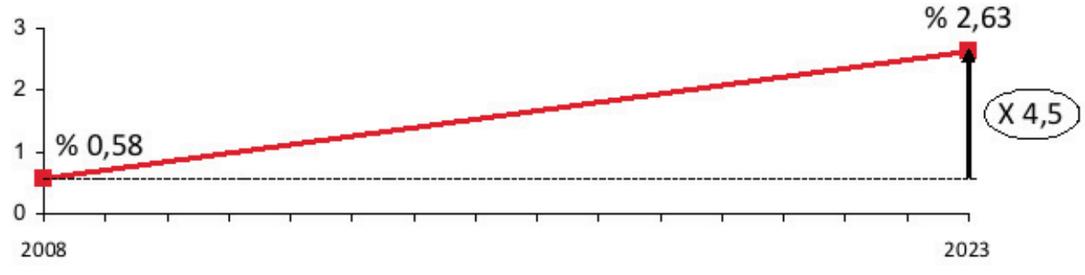
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

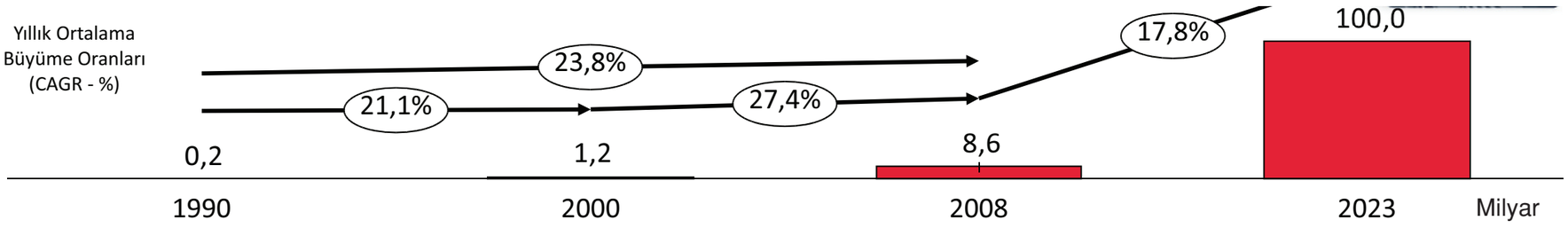
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
3,8 trilyon $)



(*) SITC-bazlı
TUİK açıklaması

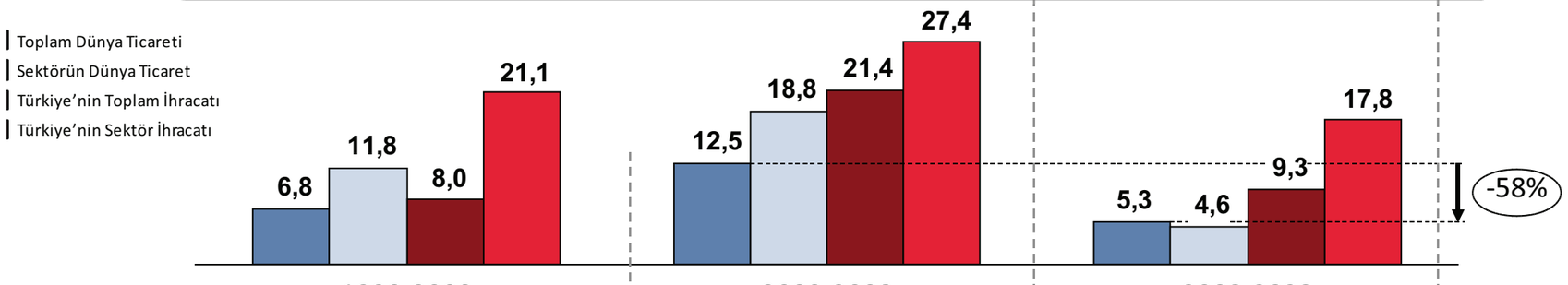
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %





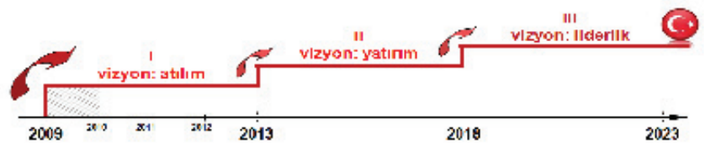
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 8,4 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

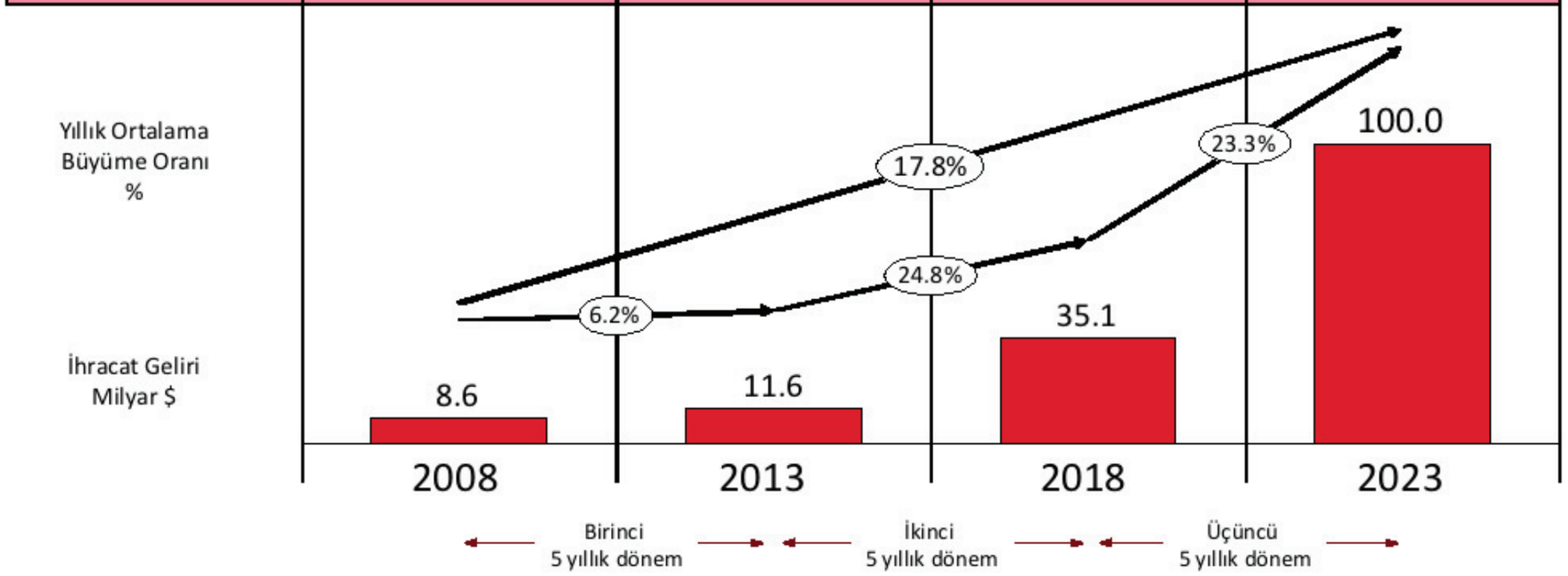


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

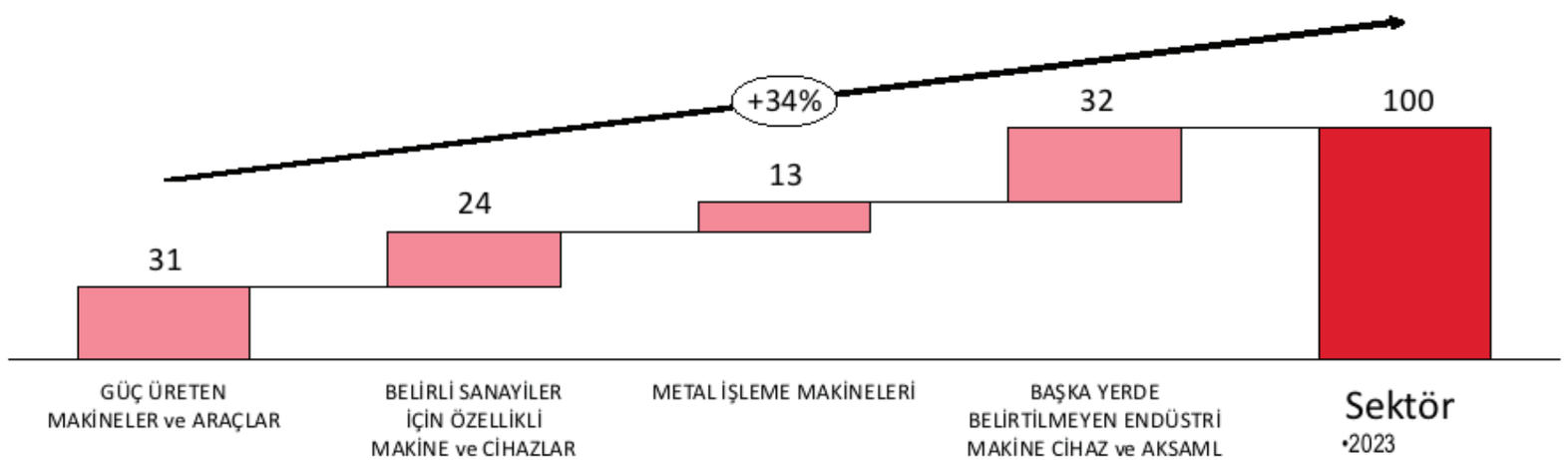
- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

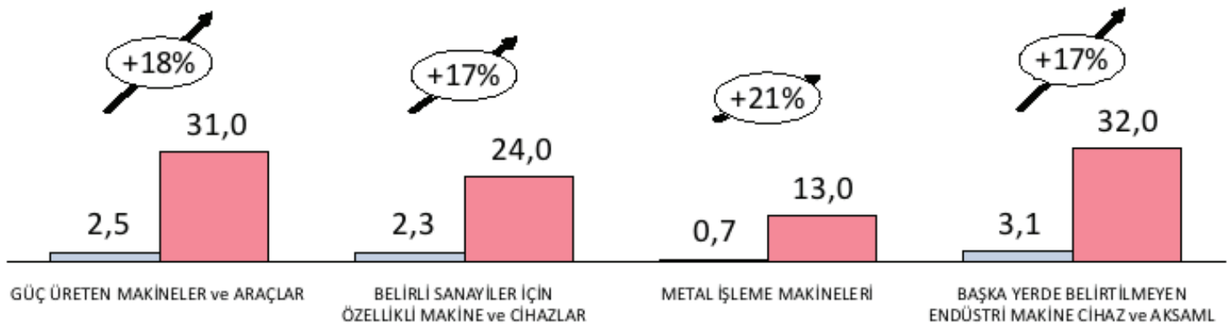


SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**1,475.0**	**1,650**	**2,550**	**3,800**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**0.58**	**0.70**	**1.38**	**2.63**



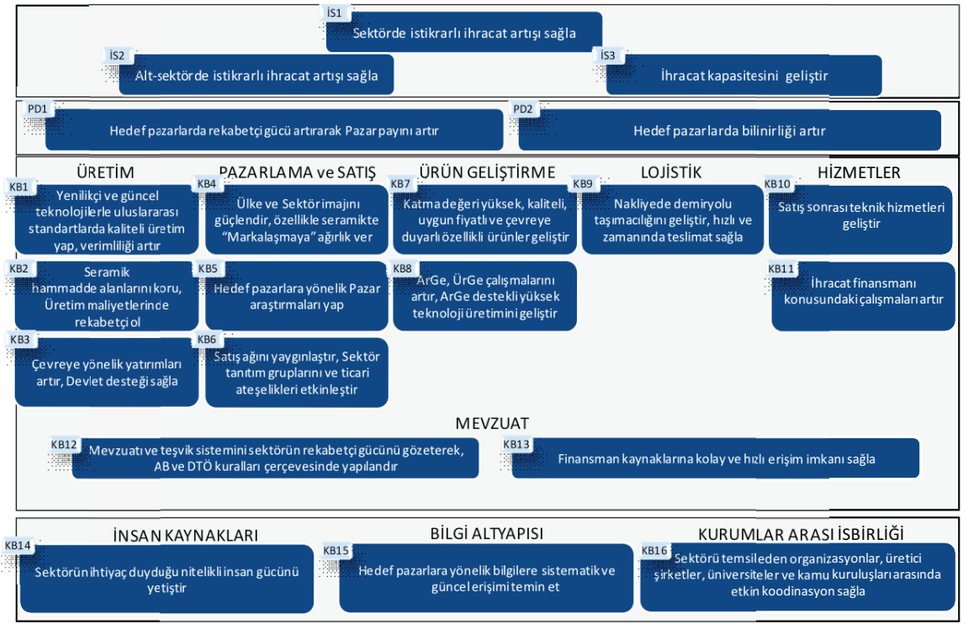
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $







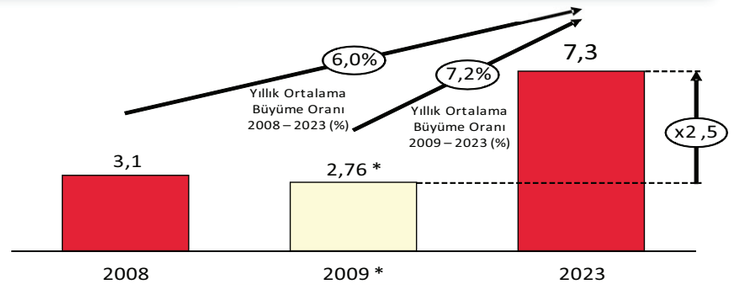
Çimento ve Toprak Ürünleri Sektörü Kritik Çıktılar



Temel Göstergeler

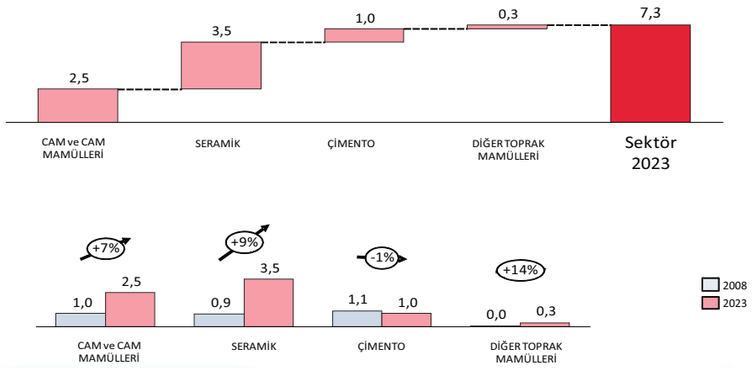
2008		2023
3,1	İhracat Geliri *(Milyar $)*	7,3
2,60	Dünya Pazar Payı *(%)*	2,70
2000-2008 17,0	Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2008-2023 6,0
2,45	Türkiye İhracatı Payı *(%)*	1,34

Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Hedef Pazarlar

Cam
1. Almanya
2. İtalya
3. İngiltere
4. Fransa
5. Irak
6. Rusya
7. Suriye
8. Bulgaristan

Seramik
1. ABD
2. Rusya
3. Hindistan
4. Kuzey Afrika
5. Komşu ülkeler
6. Körfez ülkeleri
7. Orta Afrika

Çimento
1. Denize kıyısı olan Afrika ülkeleri
2. Komşu ülk.
3. Rusya
4. Azerbaycan
5. Yunanistan
6. Almanya
7. Portekiz
8. İtalya
9. Fransa
10. ABD

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- ❑ Seramikte Kalite / Fiyat ile Değeri artırmak
- ❑ Camda Katma Değeri Yüksek ürünler geliştirmek
- ❑ Çimentoda hızlı ve zamanında teslimat ile pazara ilk giren üretici olmak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- ❑ Üretim kapasitesi – cam, çimento, seramik kırılımı
- ❑ Kapasite artışına yönelik planlanan yatırımlar
- ❑ Mevcut hammadde alanları
- ❑ Çevreye yönelik yatırımları üretim

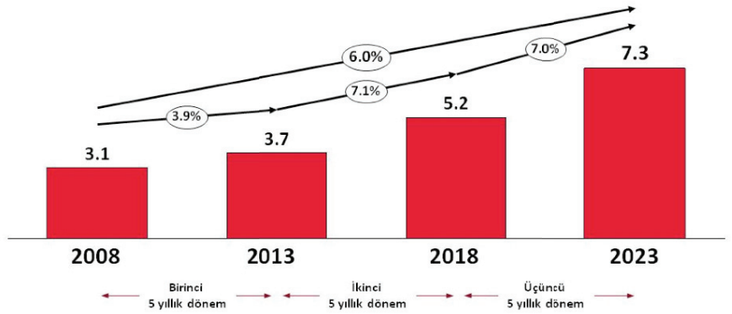
Pazarlama – Satış
- ❑ Tescili tarafımıza ait olan markalı ürünler
- ❑ Seramikte sahip olunan uluslararası marka sayısı
- ❑ Pazar ve ürün grubu bazında yürütülen pazar analizleri çalışmaları

Ürün Geliştirme
- ❑ Katma değeri yüksek, kaliteli, uygun fiyatlı ve çevreye duyarlı özellikli ürünlerin ihracatı
- ❑ Yeni ürün geliştirme süresi

Lojistik
- ❑ Demiryolu kapasitlerindeki artış
- ❑ Tedarik süresi

Hizmetler
- ❑ Ürün garantisi
- ❑ Müşteri şikayetleri sayısı

Sektör İhracat Gelir Hedefi

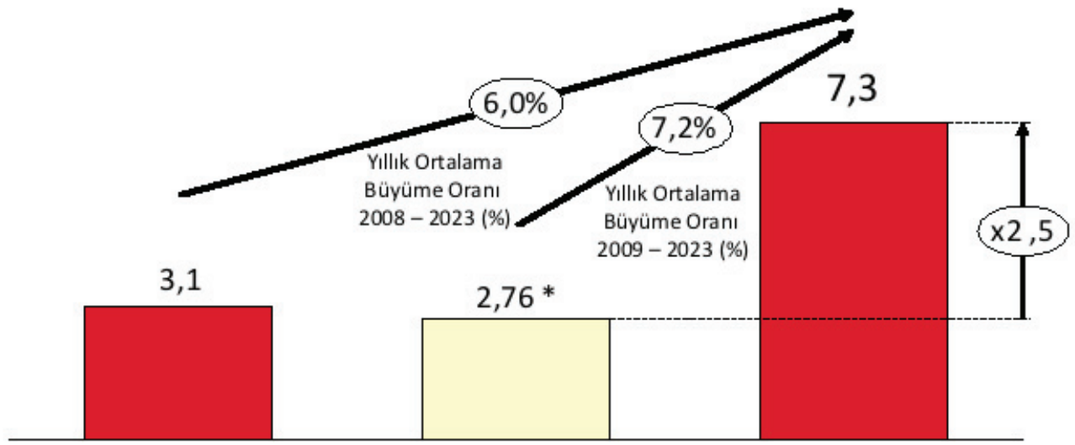


Mevzuat
- ❑ Navlun vergisi konusunda mevzuattaki eksikliğin ve belirsizliğin giderilmesi
- ❑ Tarife dışı engeller (#) – hedef pazarlar ile tarife dışı engelleri azalt

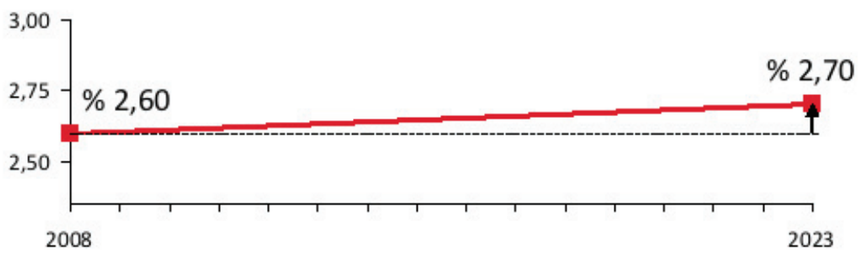
Temel Yetkinlikler
- ❑ Meslek liseleri ve üniversite mezunlarının istihdamı
- ❑ Sektöre nitelikli eleman yetiştiren orta öğretim, lisans ve yüksek lisans okulları sayısı ve kapasiteleri
- ❑ ArGe personeli sayısı
- ❑ Güncel sektör bilgi veri tabanının oluşturulması

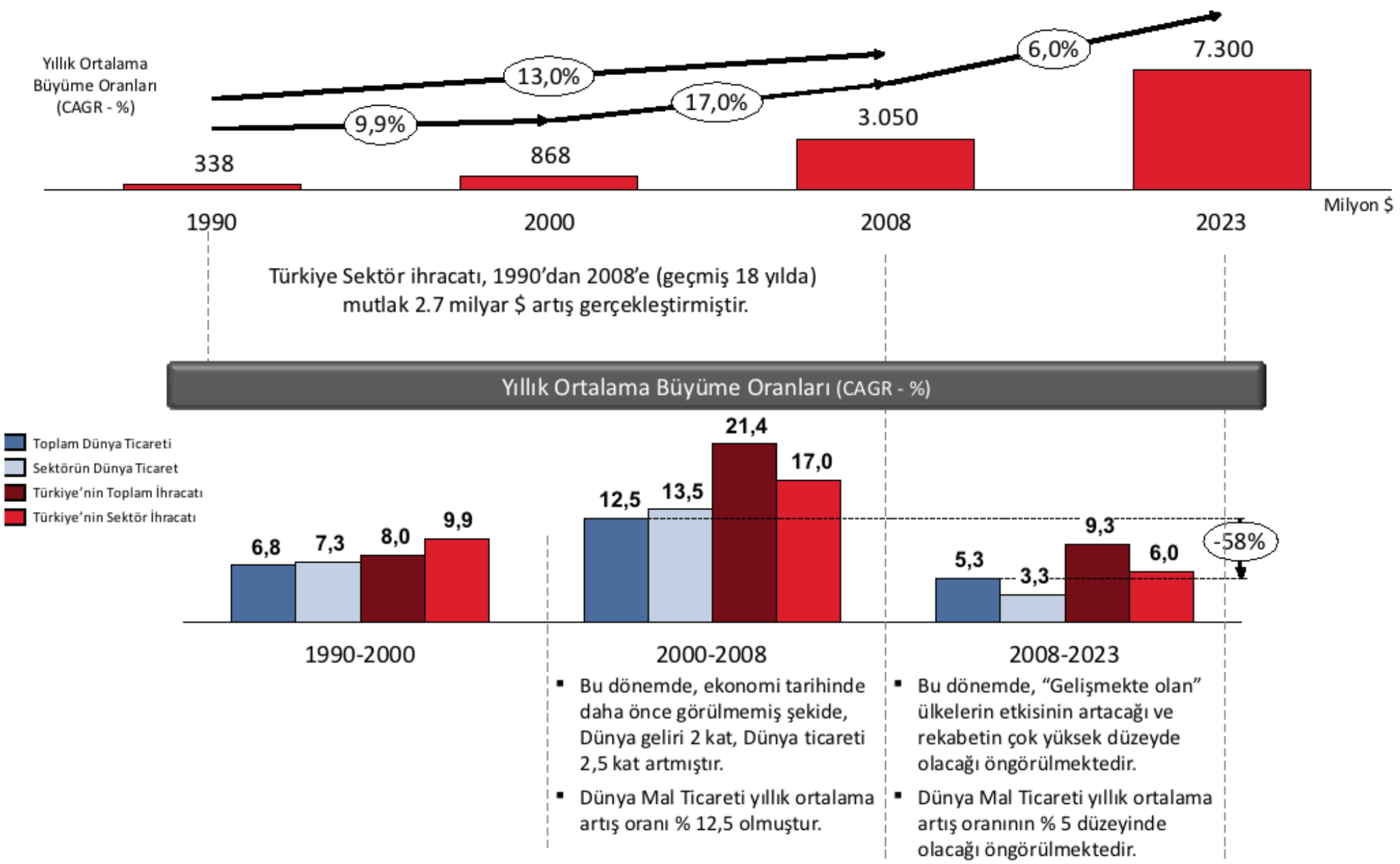
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

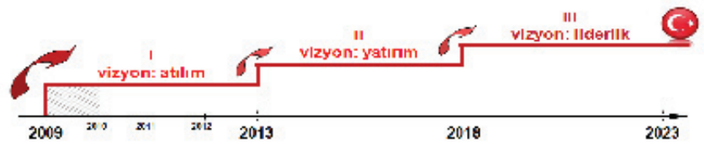
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
270 milyar $)



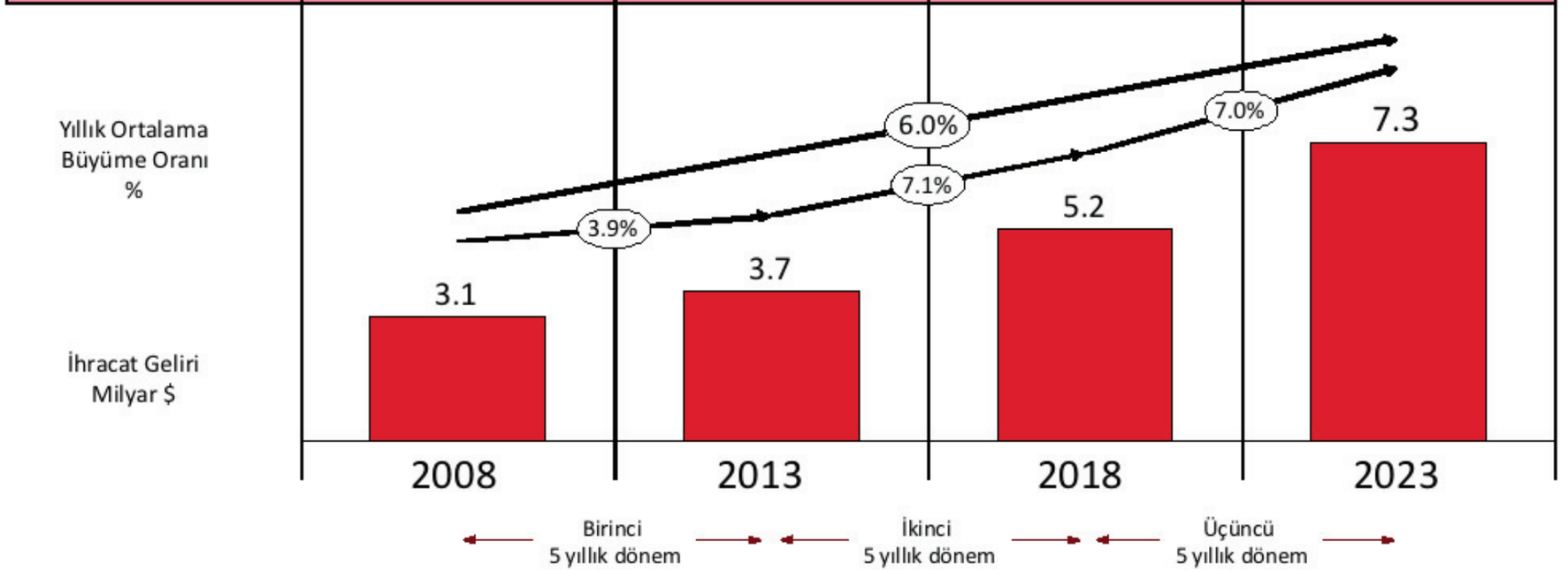
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %



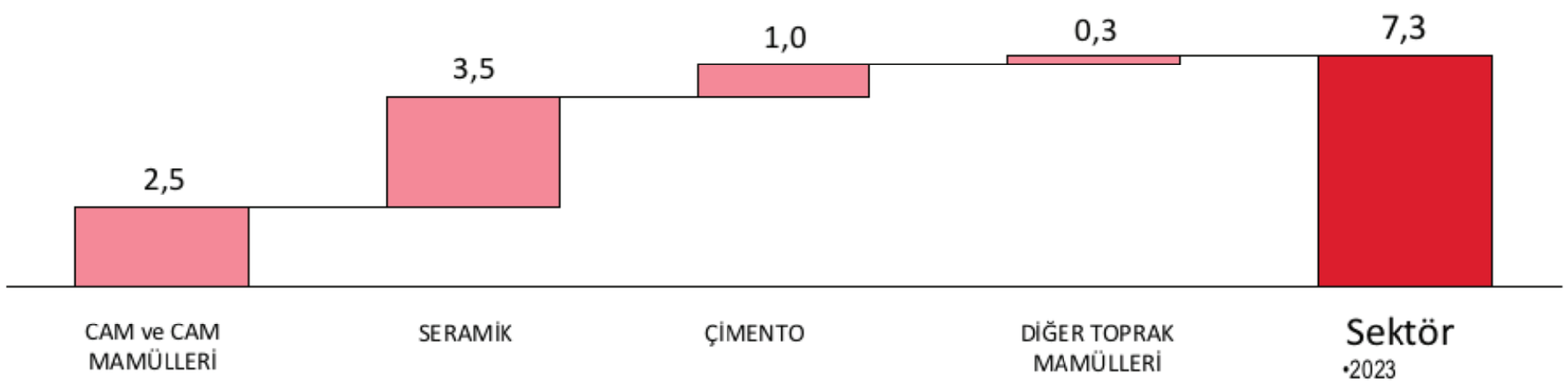

Yıllık Ortalama
Büyüme Oranları
(CAGR - %)
13,0%
9,9%
17,0%
6,0%
338
868
3.050
7.300
1990
2000
2008
2023
Milyon $
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda)
mutlak 2.7 milyar $ artış gerçekleştirmiştir.
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
Toplam Dünya Ticareti
Sektörün Dünya Ticaret
Türkiye'nin Toplam İhracatı
Türkiye'nin Sektör İhracatı
6,8
7,3
8,0
9,9
12,5
13,5
21,4
17,0
5,3
3,3
9,3
6,0
-58%
1990-2000
2000-2008
2008-2023
Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.
Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

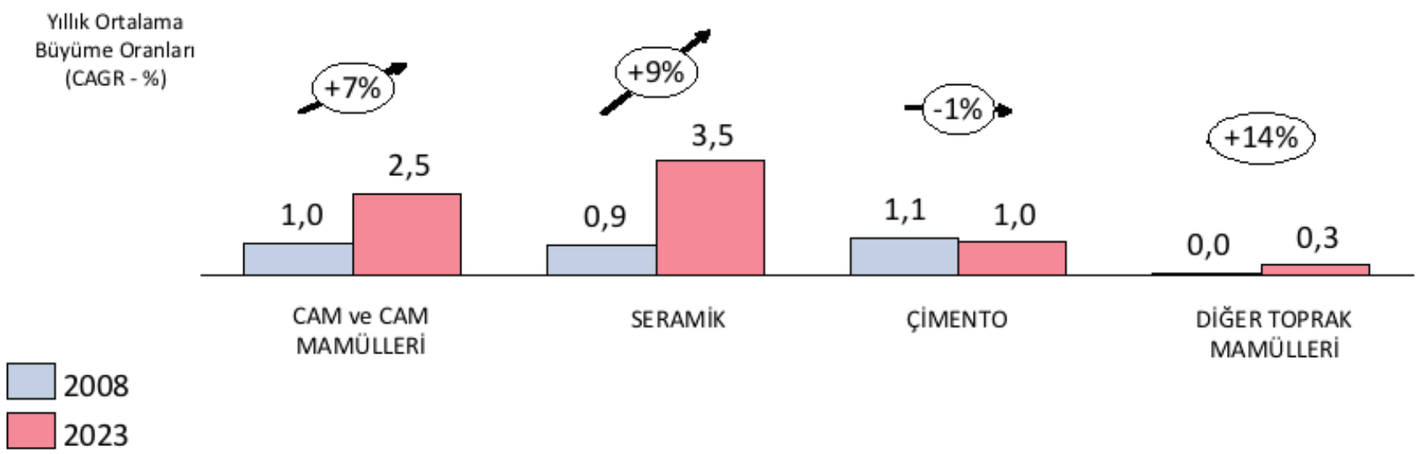


SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**117.3**	**128**	**190**	**270**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**2.60**	**2.88**	**2.73**	**2.70**



- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

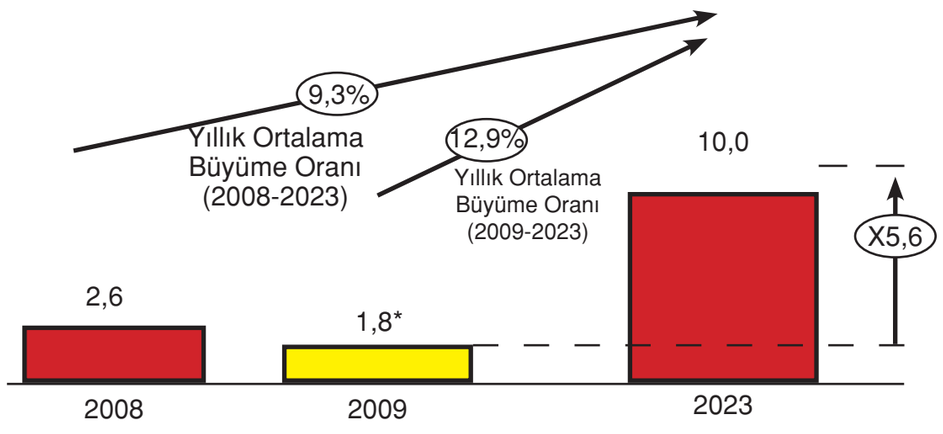




Gemi ve Suda Yüzen Taşıtlar Sektörü Kritik Çıktılar



Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

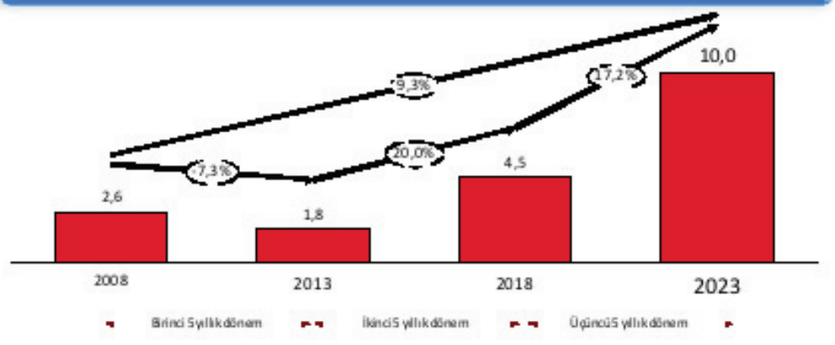
Hedef Pazarlar

1. AB Ülkeleri
2. Kuzey Avrupa Ülkeleri
3. Rusya ve eski Sovyetler Birliği Ülkeleri
4. Yunanistan
5. Güney Amerika Ülkeleri
6. Arap ve Kuzey Afrika Ülkeleri
7. ABD
8. Kanada
9. Çin
10. Güney Kore
11. Diğer Asya Ülkeleri

Temel Göstergeler

	2008		2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	2,6		10,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	1,92		2,90
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 47,1		2008-2023 9,3
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	2,12		1,83

Sektör İhracat Gelir Hedefi

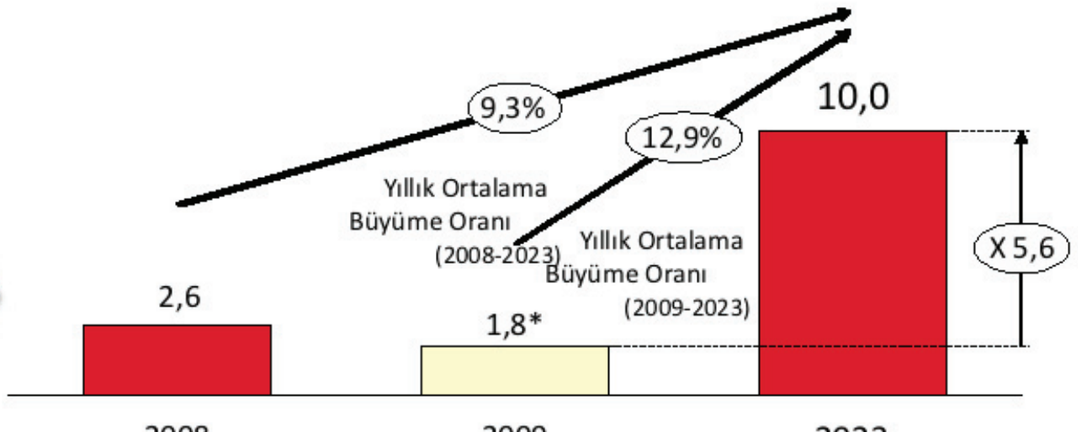


*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

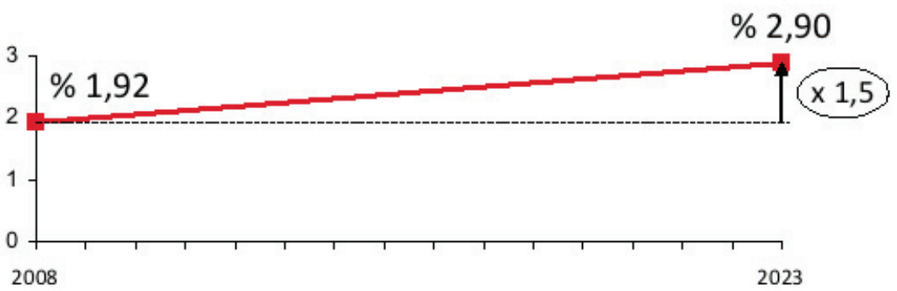
İhracat
Milyar $

(Dünya 2023 öngörüsü
335 – 350 milyar $)



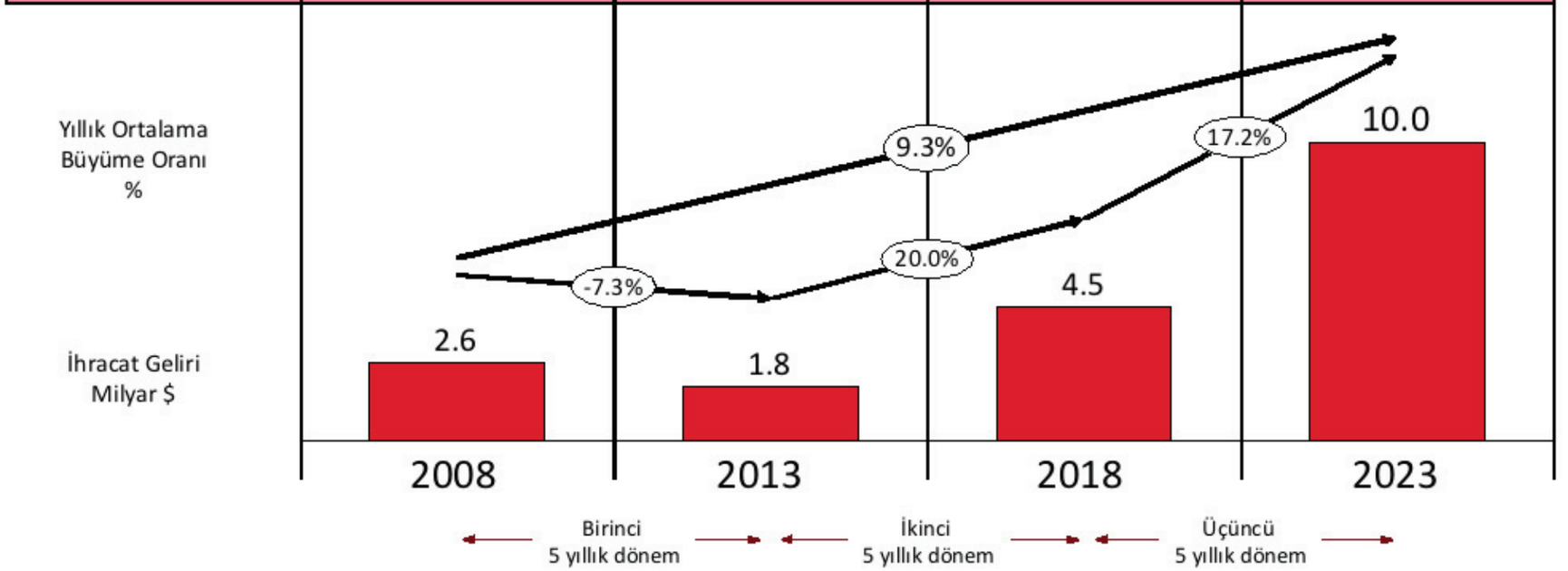
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

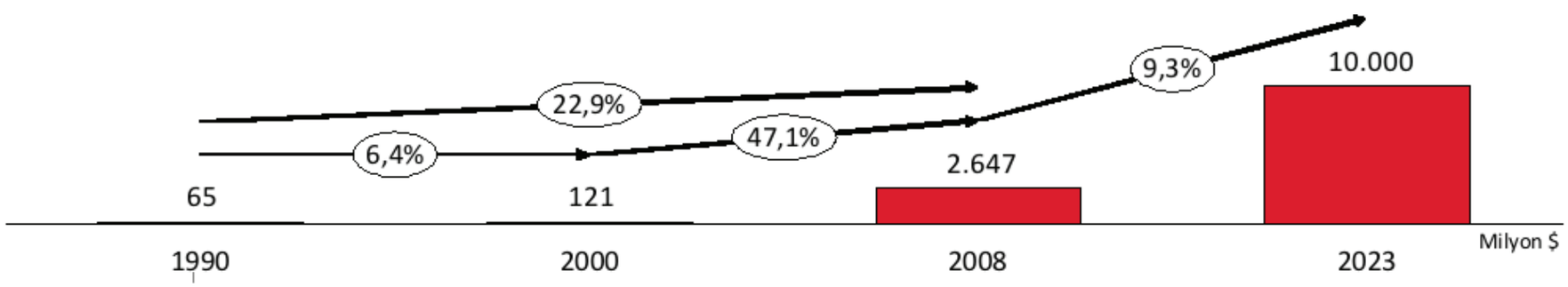
Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %





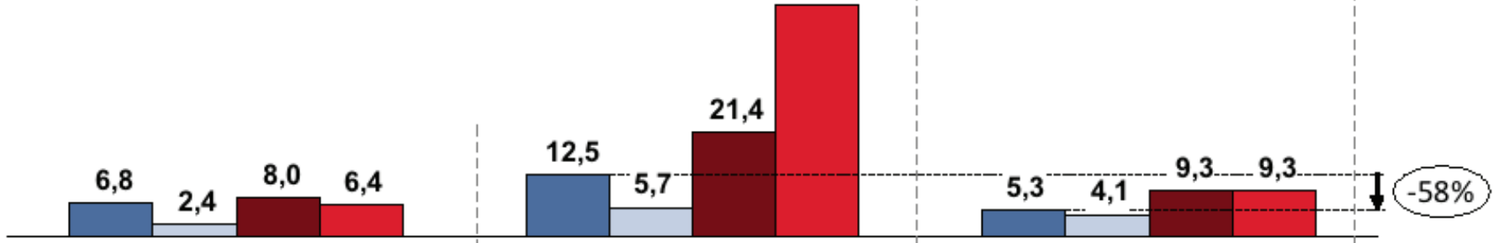
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**138.0**	**153**	**237**	**350**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**1.92**	**1.18**	**1.90**	**2.90**





Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 2,5 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

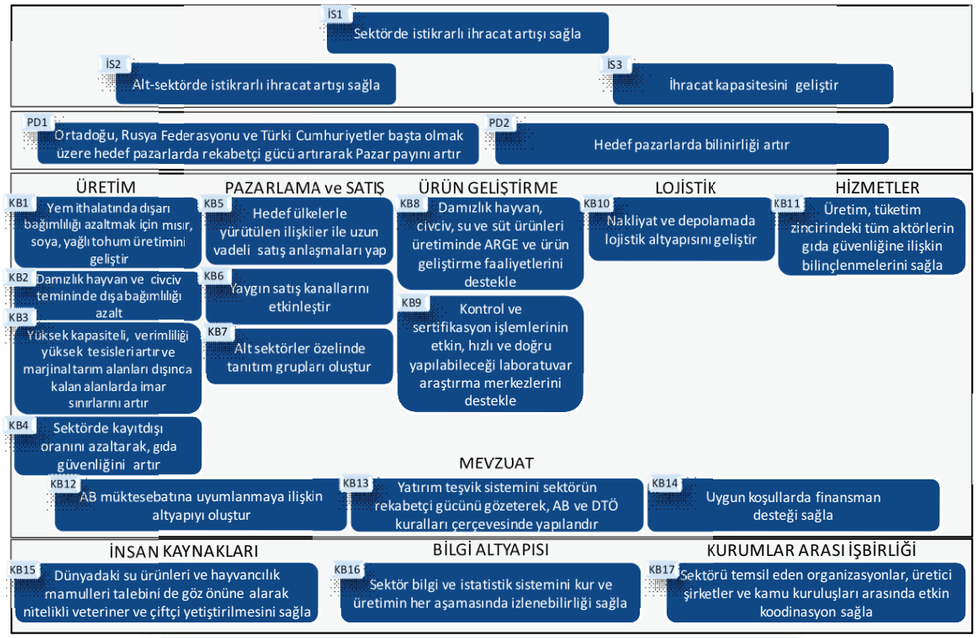


- Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

- Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
- Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



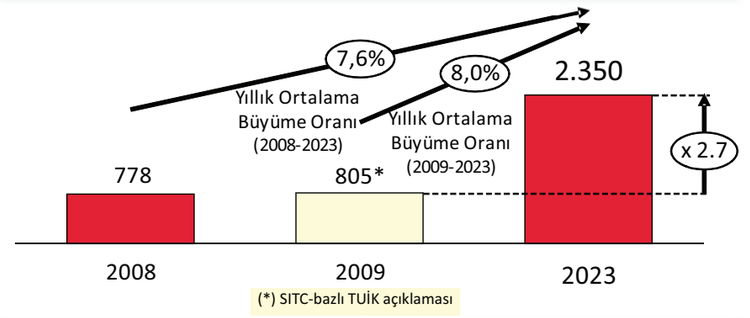
Su Ürünleri ve Hayvancılık Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar



Temel Göstergeler

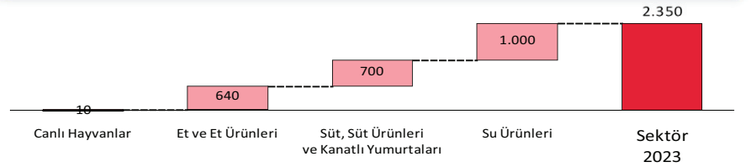
	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	0,8	2,4
Dünya Pazar Payı *(%)*	0,27	0,70
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 25,7	2008-2023 7,6
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	0,62	0,43

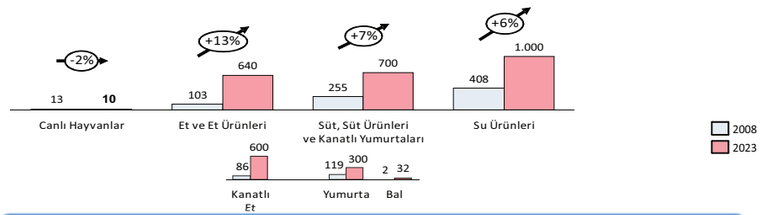
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Hedef Pazarlar

1. Rusya
2. Irak
3. Suriye
4. BAE
5. Suudi Arabistan
6. Türkmenistan
7. Azerbaycan
8. Özbekistan
9. Gelişmiş Afrika ülkeleri

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Hızla soya üretimine geçilmesi ve sektörün girdi maliyetlerinde **yerel kaynakla** iyileştirme sağlanması
- TMO'nun kritik girdi olan ara mamul tedariğinde dünya piyasa fiyatları ile mal temini sağlaması için gerekli düzenlemelerin yapılması
- Teşvik kapsamında tarımın daha **etkin** gözetilmesi

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Mısır, soya ve yağlı tohum üretimi
- Mısır, soya ve yağlı tohum tedariğinde ithalata bağımlılık oranı
- Damızlık hayvan ve civciv üretimi
- İşlenmiş ve nihai tüketiciye yönelik üretim
- Entegre üretim tesislerinin sayısı
- Çiğ süt üretimi
- Alabalık kuluçkahanelerinin kurulmasına yönelik teşvikler

Pazarlama – Satış

- Su ürünlerinin pazarda tanınırlığını artır
- Tanıtım grupları
- Lobi faaliyetleri

Ürün Geliştirme

- Laboratuvar merkezi sayısı (#)
- Laboratuvar merkezlerinin kapasitesi
- Sertifikasyon süresi

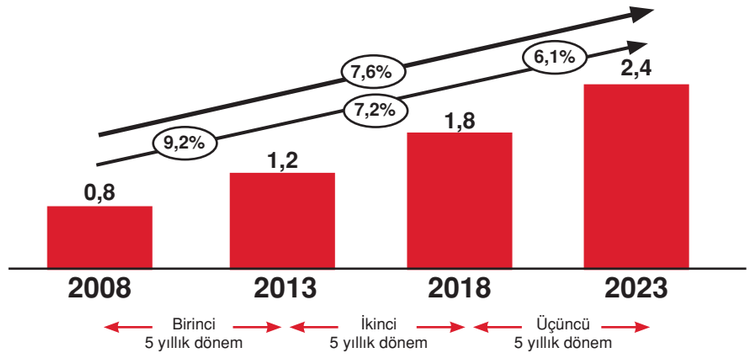
Lojistik

- Soğuk zincir yöntemi ile pazarlama ağının geliştirilmesinin teşvik edilmesi
- Gemilerde soğutma ve dondurucu bulunma oranı
- Hava taşımacılığı ihtiyacını karşılayacak işbirliği (#) – mevcut ve hedef pazarlar

Hizmetler

- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçiler ve tüketicilere yönelik yürütülen tanıtım ve bilinçlendirme çalışmaları (#) – sektör ve devlet işbirliği ile planlı bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

- Tavuk gübresi işleme tesislerinin tarımsal destekler kapsamına girmesi (uyum)
- Balıkçılıkta yetiştiricilik kapsamındaki ürünlerin teşvik kapsamına alınması (uyum)
- Katma değeri yüksek, nihai tüketiciye yönelik su ürünlerinin teşvik kapsamına alınması (uyum)
- Çevre düzeni planlarında lojistik kıyı tahsisleri yapılması (uyum)
- Arıcılığın (kovan alımı, kraliçe arı temini, nakliye, vb...) teşvik kapsamına alınması

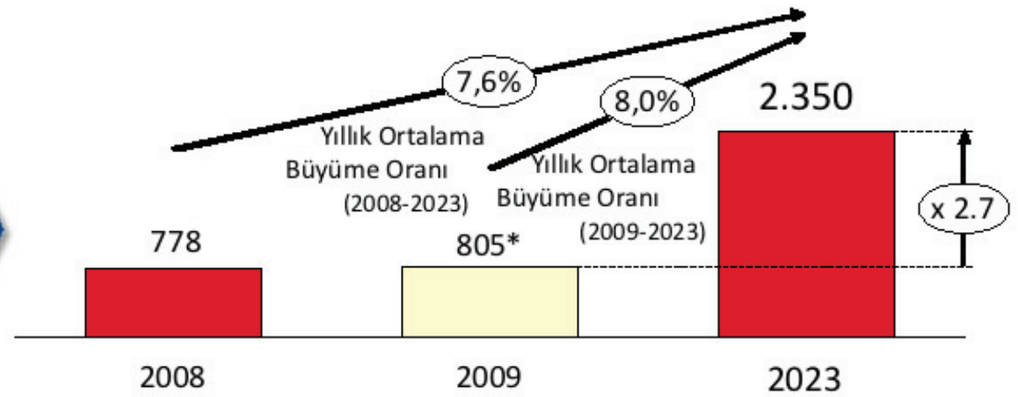
Temel Yetkinlikler

- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat okulu mezunlarının istihdamı
- Ziraat Fakültesi ve Tarım meslek liselerinin sayısı
- Araştırma enstitüsü sayısı
- Hayvan kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonunun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

- Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyon $

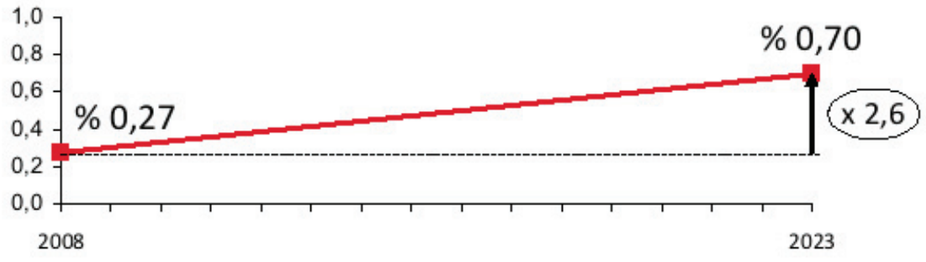
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
350 milyar $)

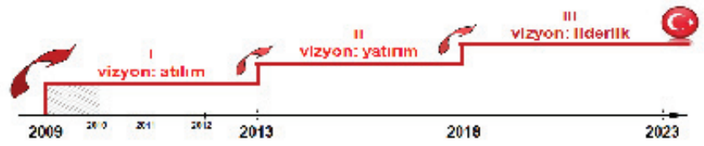


(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

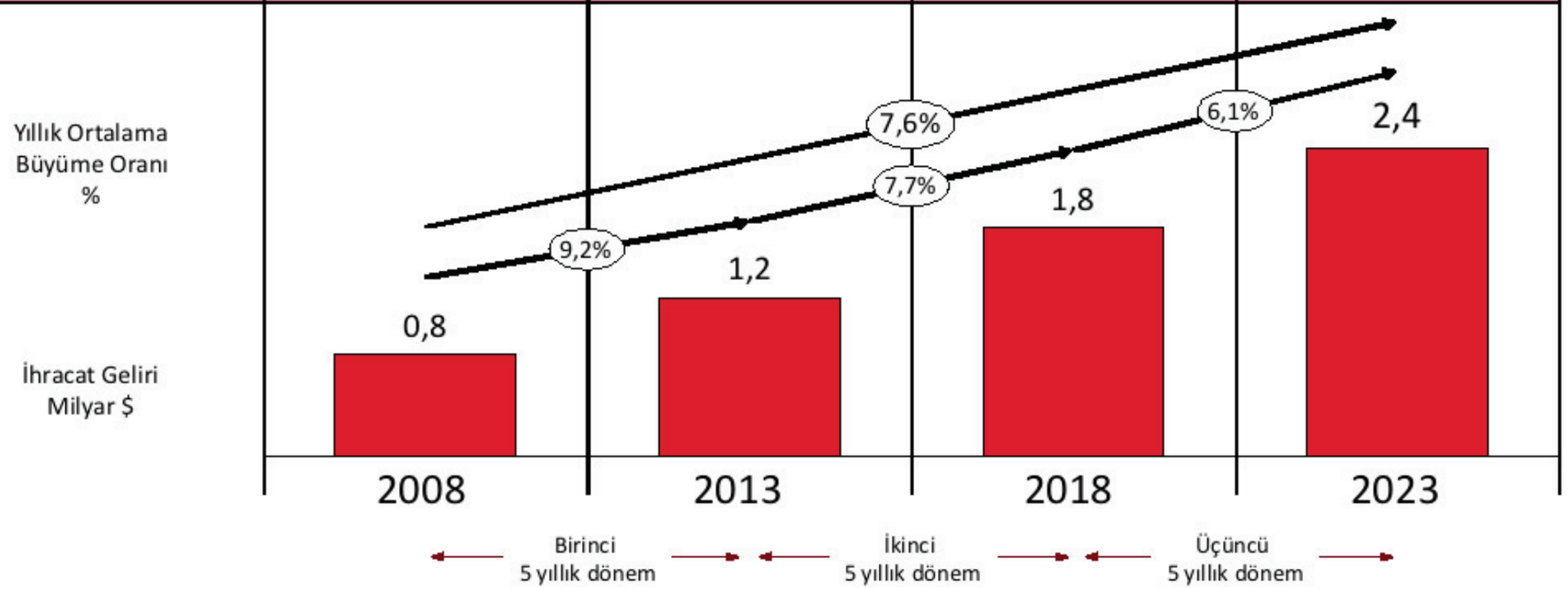
- Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 2,6 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır

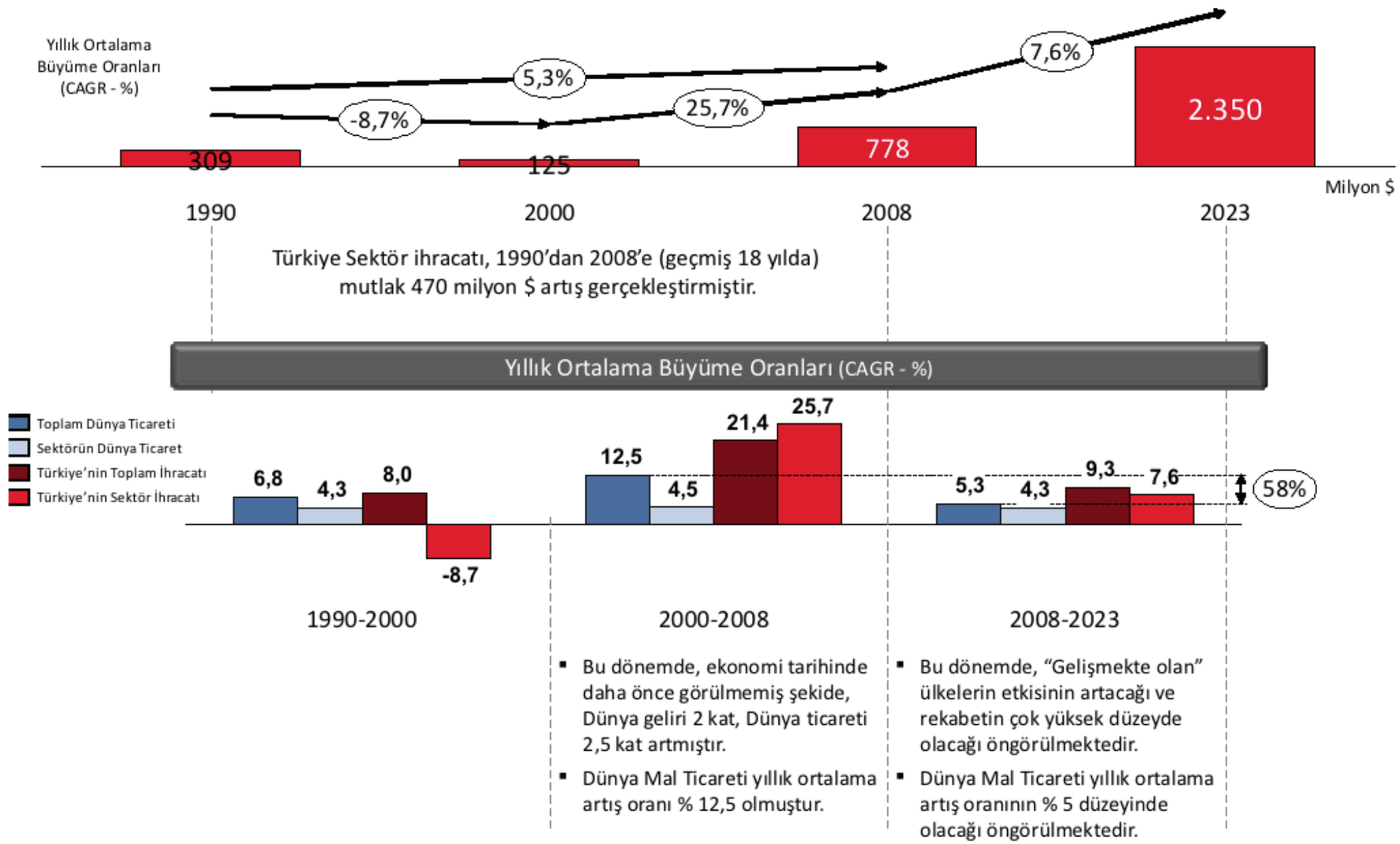
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %



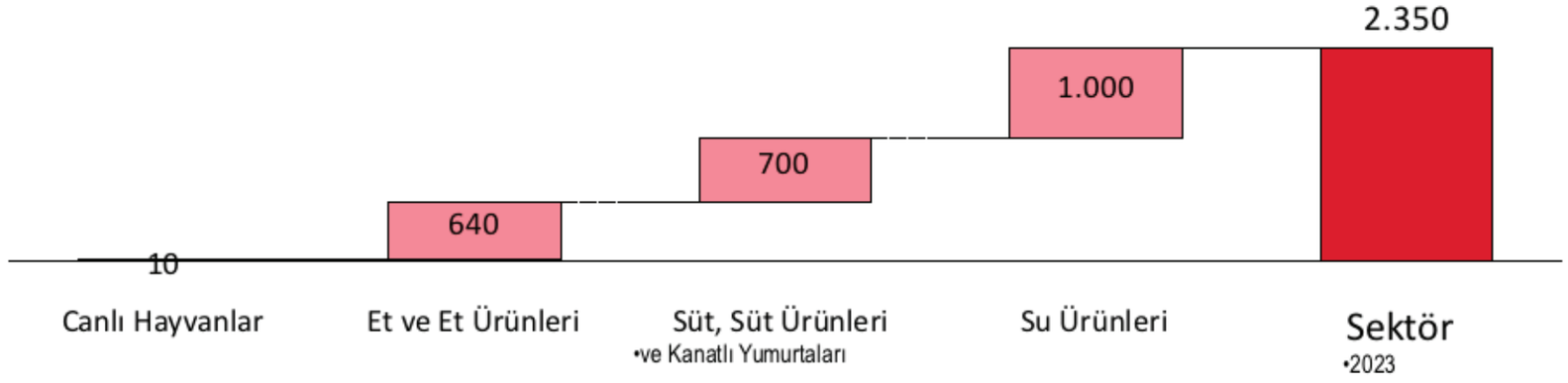


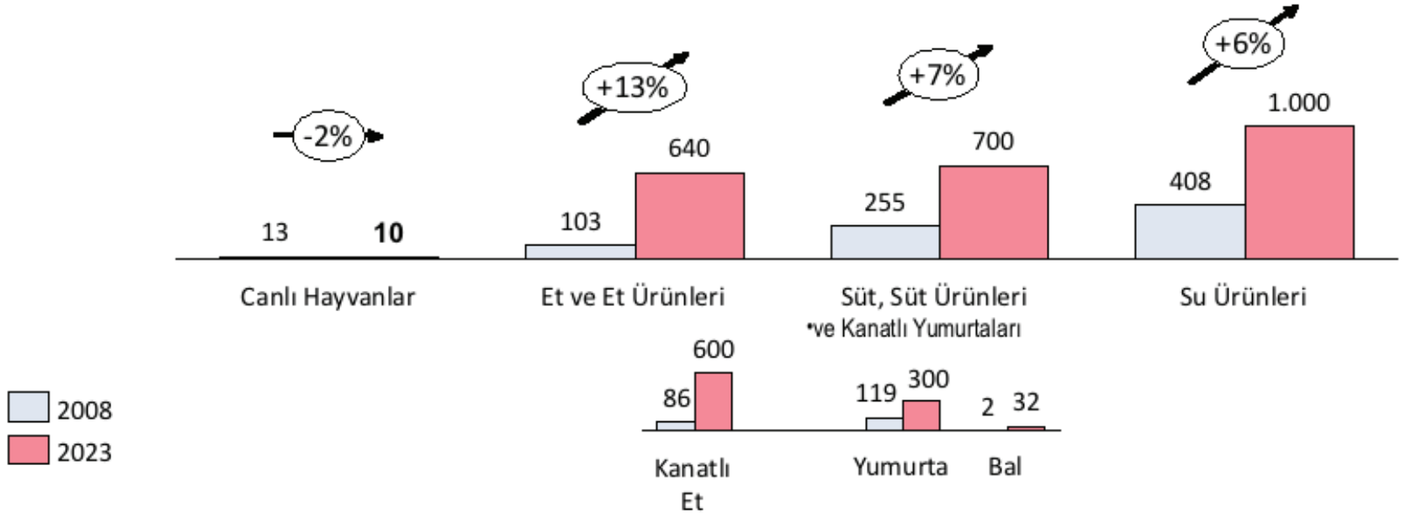
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**287,2**	**274**	**332**	**350**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**0,27**	**0,44**	**0,53**	**0,70**




Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
5,3%
-8,7%
25,7%
7,6%
309
125
778
2.350
Milyon $
1990
2000
2008
2023
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 470 milyon $ artış gerçekleştirmiştir.
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
Toplam Dünya Ticareti
Sektörün Dünya Ticaret
Türkiye'nin Toplam İhracatı
Türkiye'nin Sektör İhracatı
6,8
4,3
8,0
-8,7
12,5
4,5
21,4
25,7
5,3
4,3
9,3
7,6
58%
1990-2000
2000-2008
2008-2023
Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.
Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

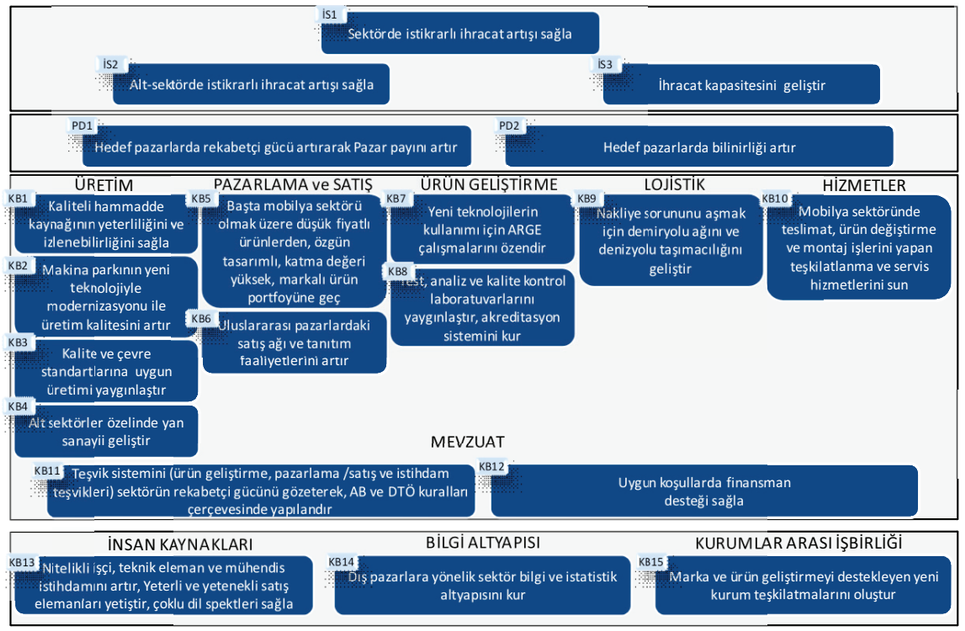
- Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyon $



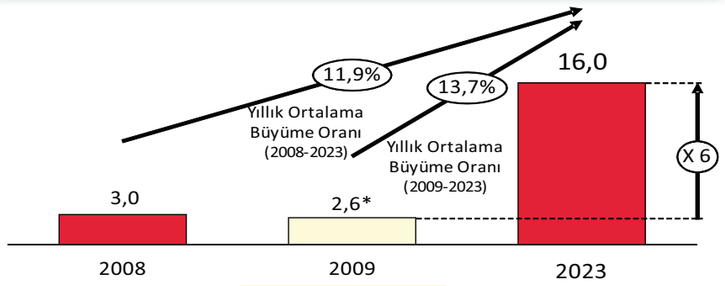


Ağaç ve Orman Ürünleri Sektörü Kritik Çıktılar



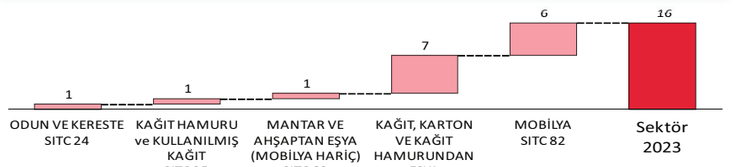


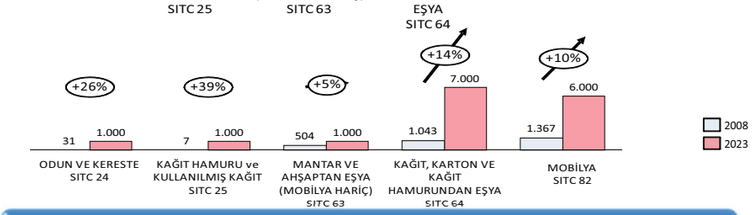
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	3,0	16,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	0,67	1,60
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 28,2	2008-2023 11,9
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	2,37	2,93

Hedef Pazarlar

1. Azerbaycan
2. Suriye
3. Irak
4. İran
5. Rusya
6. Fransa
7. Almanya
8. Yunanistan
9. Cezayir
10. Güney Afrika
11. Libya
12. İngiltere
13. Gürcistan
14. Ürdün
15. Suudi Arabistan
16. İsrail
17. Romanya
18. Kazakistan
19. ABD
20. Bulgaristan

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Hammadde üzerine tasarımdan katma değer eklenmesinde sorunlar vardır. **Sektör için miktardan ziyade "kalite" çok önemli.**
- Mobilyada özgün tasarım ve yüksek kalite
- Inovasyon, ürün gamını ve fonksiyonelliği geliştirmek..
- Fasondan markalaşmaya geçmek
- Özellikle mobilya sektörü, bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yönünde değişimden geçmektedir. Mobilya satış fiyatımız 3 $/kg iken, İtalya'da 10-20$/kg düzeyindedir.

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- Yeni dikilen ağaç sayısı
- Toplam ağaç sayısı
- Hammadde tedariğinde ithalata bağımlılık oranı
- Toplam orman alanı içindeki verimli orman alanı miktarı
- Fabrika ölçekli tesislerin sayısı – atölye ölçeğinden fabrika ölçeğine geçiş

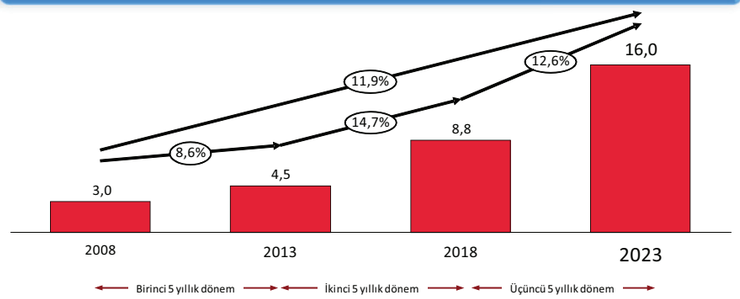
Lojistik
- Lojistik maliyetleri

Hizmetler
- Hizmet kalitesi

Pazarlama – Satış
- Tam mamullerin sektör ihracatı içindeki payı
- Mobilya satış fiyatı

Ürün Geliştirme
- Bağımsız mobilya kalite kontrol ve mobilya enstitüsünün kurulması

Sektör İhracat Gelir Hedefi

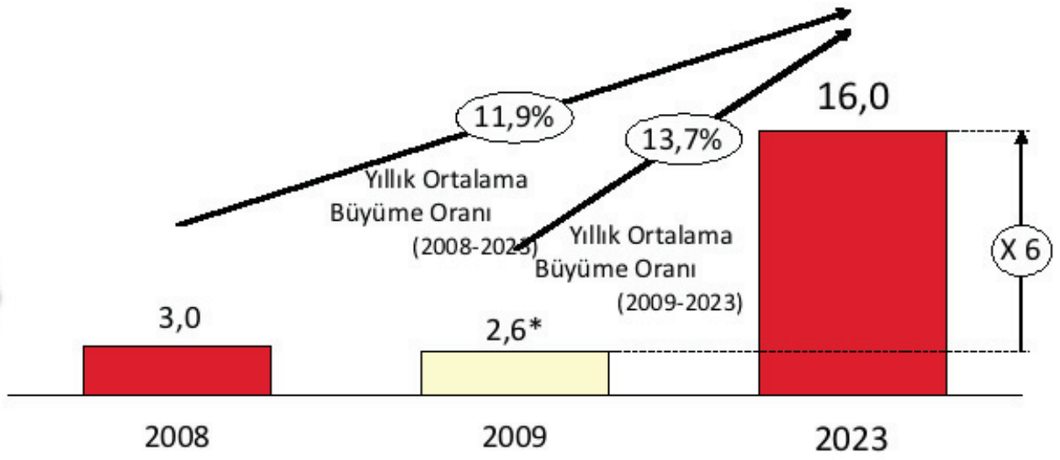


Mevzuat
- AB ülkelerinde tomruk ve endüstriyel odun hammaddesinin kaynağında uygulanan KDV oranının AB mevzuatına uyum çerçevesinde düşürülmesi
- Denetim mekanizmalarının oluşturulması (yüksek kalite standartlarının belirlenmesi ve etkin denetim)
- KDV iadesi işlemlerinin süresi
- Tasarım Tescil Kanunu'nun çıkarılması

Temel Yetkinlikler
- İhracatçı şirketlerin teknik eleman ve mühendis istihdamı
- Sektör bilgi ve istatistik sisteminin geliştirilmesi
- Hedef ülkelere yönelik hazırlanan pazar araştırması sayısı
- Pazar araştırmalarının güncellenme sıklığı

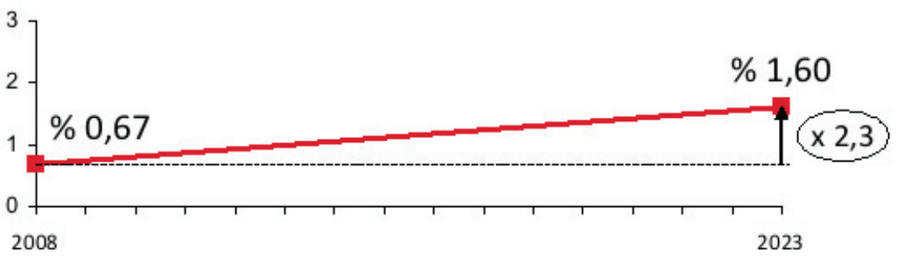
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

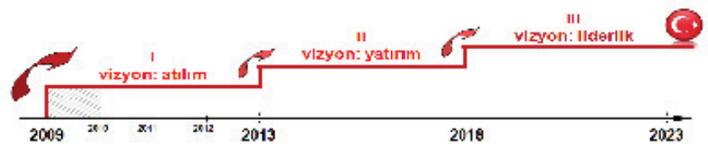
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
1 Trilyon $)



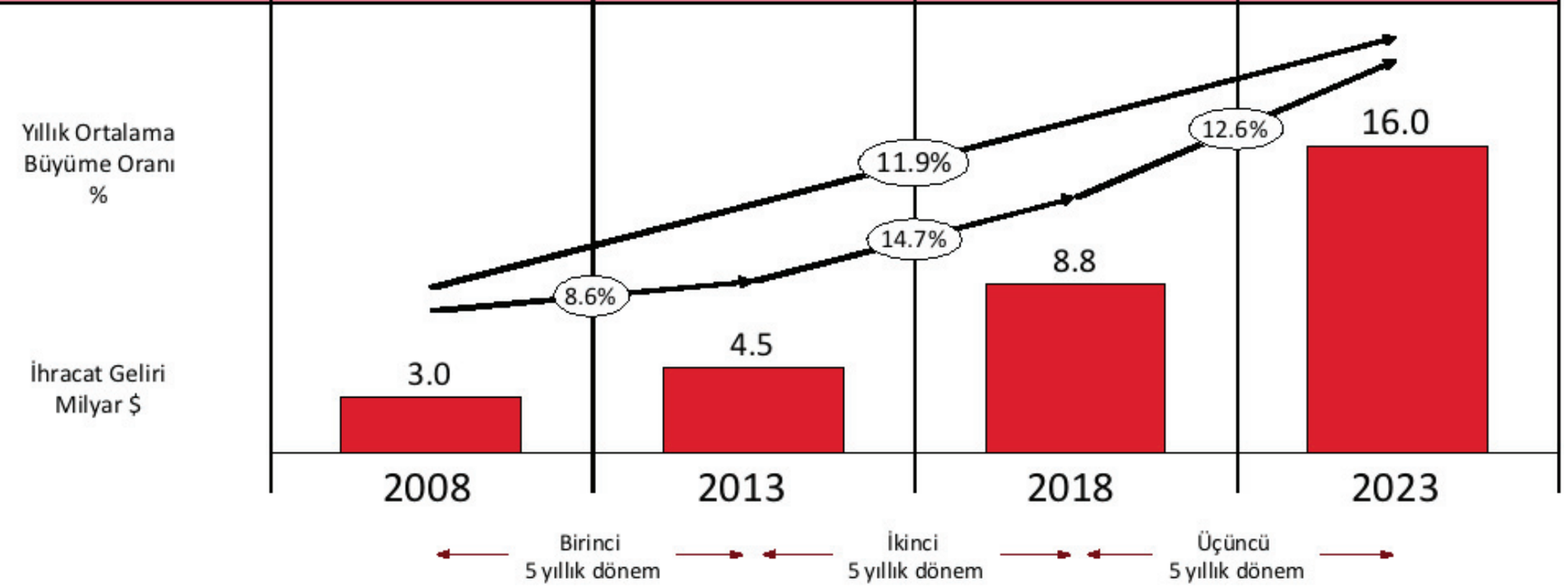
(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

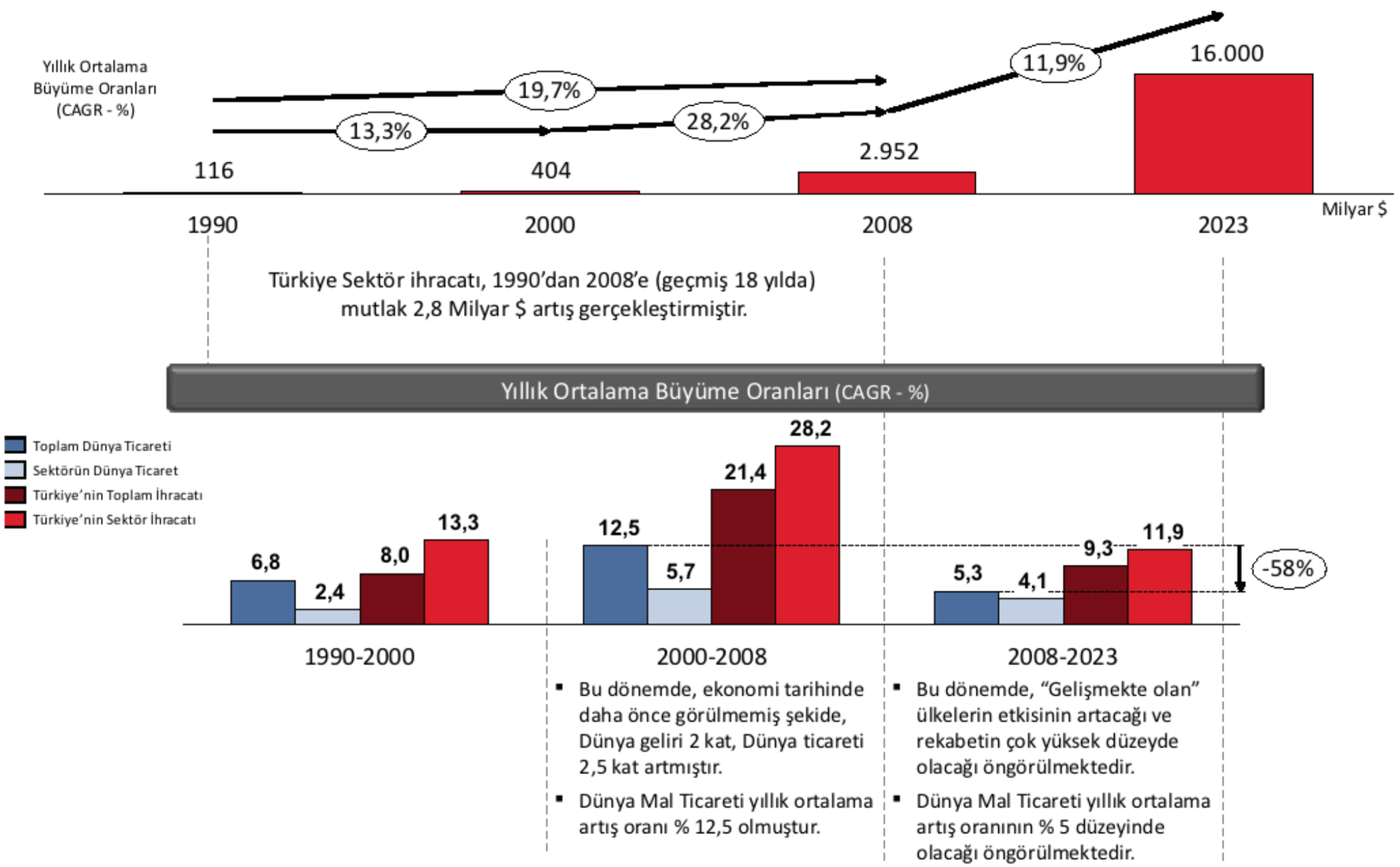
Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %



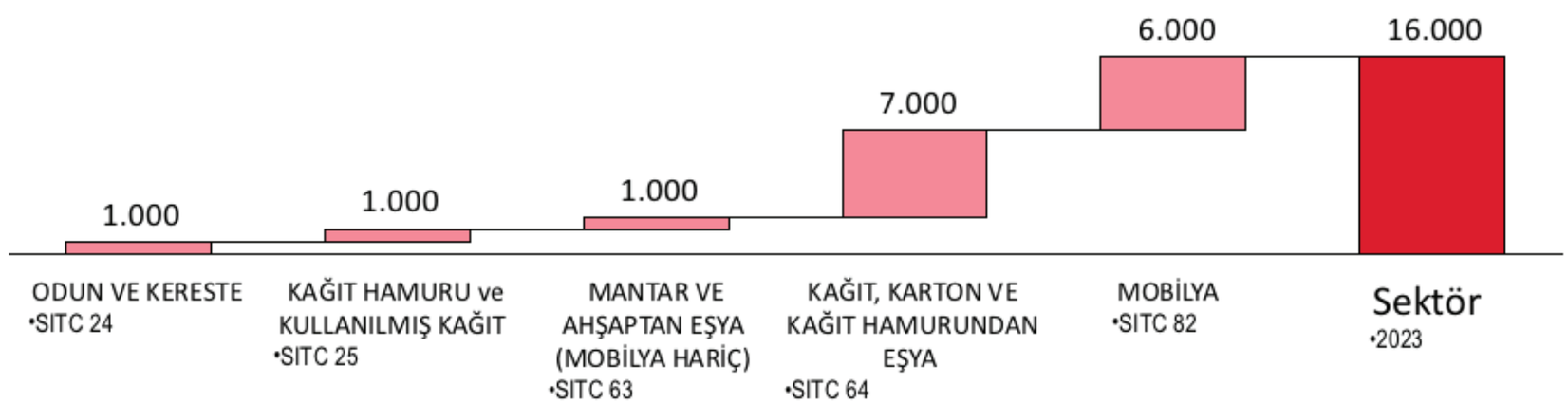


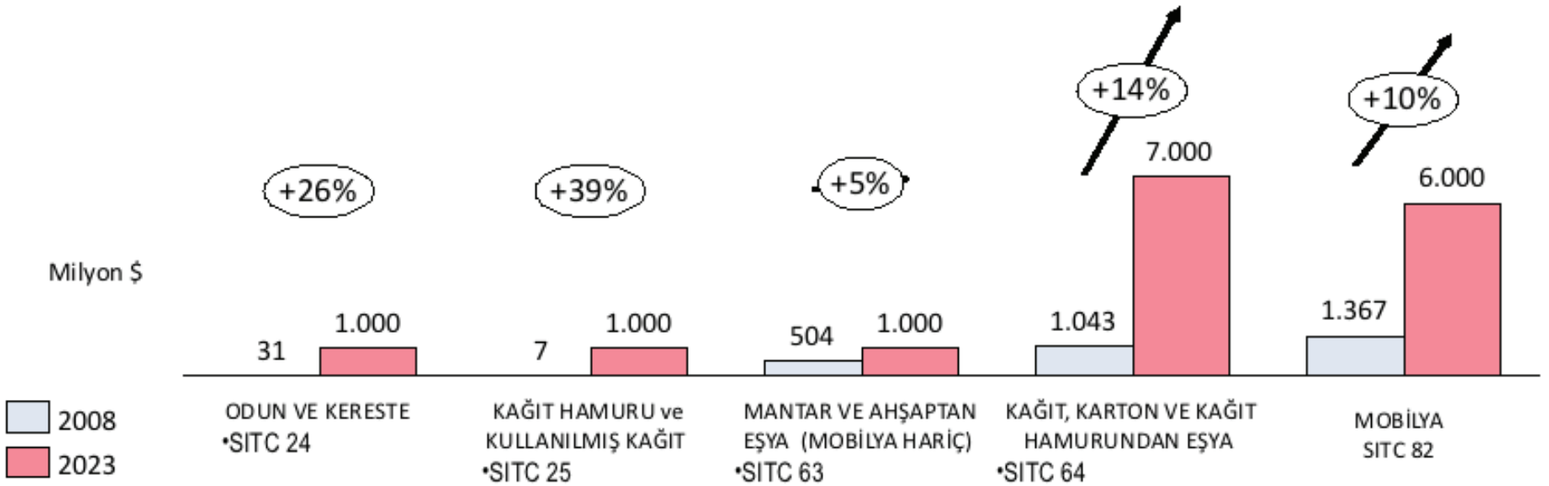
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ *(Milyar $)*	**464.8**	**507**	**735**	**1,000**
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI *(%)*	**0.67**	**0.89**	**1.20**	**1.60**

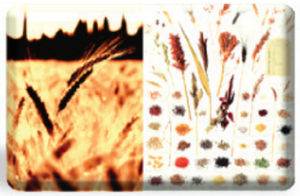



Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
19,7%
13,3%
28,2%
11,9%
116
404
2.952
16.000
1990
2000
2008
2023
Milyar $
Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 2,8 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.
Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)
Toplam Dünya Ticareti
Sektörün Dünya Ticaret
Türkiye'nin Toplam İhracatı
Türkiye'nin Sektör İhracatı
6,8
2,4
8,0
13,3
12,5
5,7
21,4
28,2
5,3
4,1
9,3
11,9
-58%
1990-2000
2000-2008
2008-2023
Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.
Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.
Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.

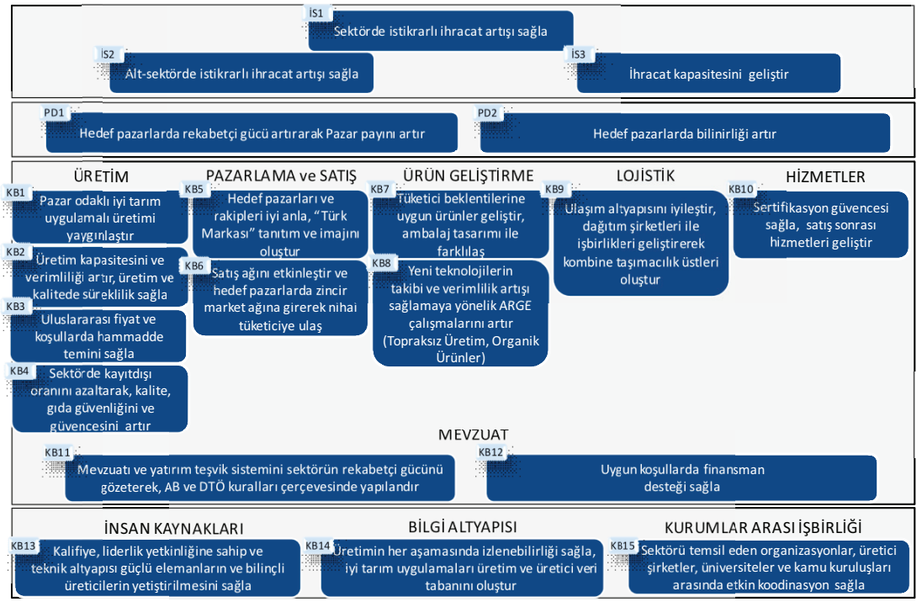
- Ağaç ve Orman Ürünleri (gemi hariç) alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyon $



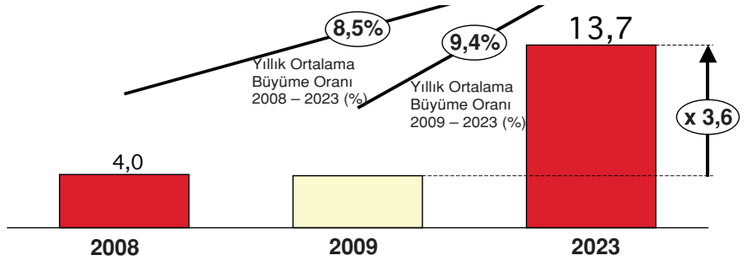




Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar

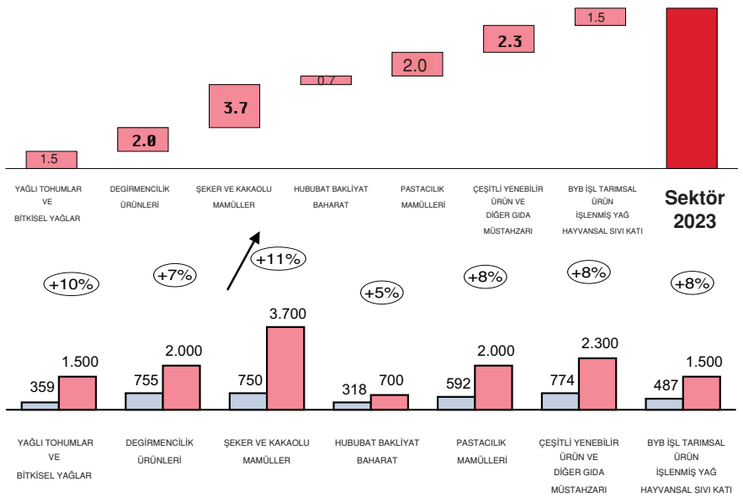


Sektör İhracat Gelir Hedefi



SITC-bazl TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

2008		2023
4,0	İhracat Geliri (Milyar $)	13,7
0,75	Dünya Pazar Payı (%)	1,80
2000-2008 14,9	Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2008-2023 8,5
3,21	Türkiye İhracatı Payı (%)	2,51

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

Şekerli ve Kakaolu Mamuller, Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar: Irak, Rusya Fed., Cezayir, Fas, Libya, İran, Endonezya, İngiltere, Almanya, Romanya, ABD, S. Arabistan, BAE, İsrail, Meksika, Ukrayna, Kazkistan, Güney Kore, G. Afrika, Poloya

Hububat, Bakliyat: Mısır, Irak, Srilanka, Suudi Arabistan, İran, Ürdün, Sudan, Suriye, Kuveyt, İngiltere, Almanya, ABD, Fransa, Vietnam, Belçika, İsrail, Eritre, Hollanda, BAE

Makarna: Hindistan, Nijerya, Çin,Japonya, Endonezya, Malezya, Kore, Tayland, Tayvan, Angola, Kamerun, Gana, Uganda,Irak, İran, Suriye, Libya, Nijerya, Vietnam, Brezilya, Rusya, Cezayir, Fas, İngiltere, Almanya, Romanya, Kazakistan, Ukrayna, ABD, BAE, Suudi Arabistan, İsrail, Meksika, Polonya

Değişim Gündemi

- Dahilde işleme Rejiminde sabit randımanlı buğday unu ihracatı yerine değişken randımanlı buğday unu ihracatı prensibi kabul edilmeli
- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak – Ürün kalite standartları, ülkelere uygun gıda sertifikasyonları
- Türk markası kuvvetlendirilmesi (“Türk Çikolatası”, “Türk şekerlemesi”, “Türk Sakızı”, “Türk Buğday Unu” , “Türk Makarnası”, “Türk Lokumu” vb.).

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Durum buğdayı üretimi
- Sektörün Ortalama verimlilik oranı
- Geliştirilen tohum çeşiti sayısı
- Sertifikalı tohum üretimi – tohum ıslahı
- Hammaddede dışarıya bağımlılık oranı - yağlı tohum ve ham yağlar
- Hammadde maliyeti - şeker, buğday, süttozu
- HACCP, TS EN ISO 9001, ISO 9002 , ISO 14000 belgeli tesis sayısı

Pazarlama – Satış

- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen hedef Pazar, Hedef Ürün bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları
- Tescili tarafımıza ait olan markalı ürünler

Ürün Geliştirme

- Teknoloji yatırımları ve araştırma çalışmaları

Lojistik

- Kombine taşımacılık üstleri
- Gelişmekte olan ülkelerde oluşturulan depolar
- Ortaklık yapılan dağıtım şirketleri
- Tedarik süresi

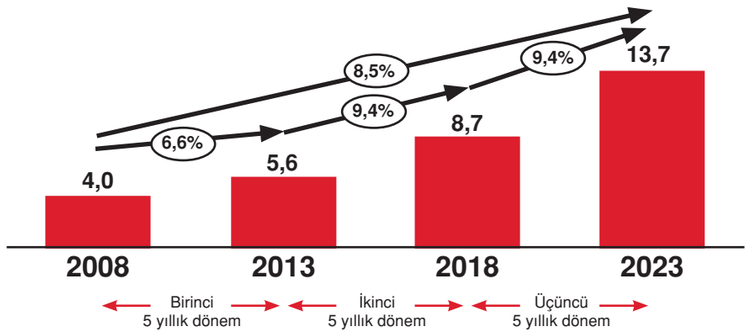
Hizmetler

- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi (– memmnuniyet anketi servis kırılımı
- Ürün garanti sigorta sistemi uygulanması

Temel Yetkinlikler

- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat okulu mezunlarının istihdamı
- Ziraat Fakültesi ve Tarım meslek liselerinin sayısı
- Araştırma enstitüsü sayısı
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi (uyum)
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonunun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

- Tarım alanlarının korunması
- Optimum ölçekli arazi ve işletmeler için Türkiye'deki miras hukuku’nun düzenlenmesi
- Ülkemiz hububat, bakliyat ve yağlı tohumlar ürünlerine Avrupa Birliği tarafından uygulanan vergi veya gümrük vergisi oranı
- Durum buğdayı havzası geliştirilmesi
- Konya Ovası’nın sulama probleminin çözülerek durum buğdayı üretim havzası olarak kullanımına yönelik verilene teşvik
- BM gıda yardımı ihalelerine makarnanın girmesinin sağlanması
- Un ürün grubunda Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında yapılan ithalatlarda uygulanan spektler (% - protein oranı minimum % 11, hasarlı tane oranı maksimum %2)

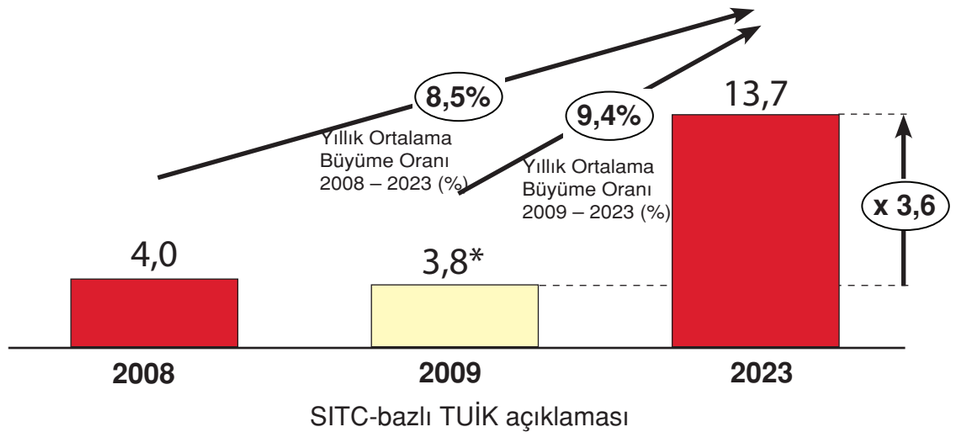
Gerekli düzenleme: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından, DİİB kapsamında yapılan ithalatta, ihracatta talep edilen spektler dahilinde buğday ithaline izin verilmesi sağlanmalı.

- Anti-damping ve telafi edici vergi uygulamalarının kaldırılması yönündeki girişimler
- Buğday unu ihracatçılarının uluslararası piyasalardan temin ettikleri buğday ithalatındaki dönemsel kısıtlamaların kaldırılması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

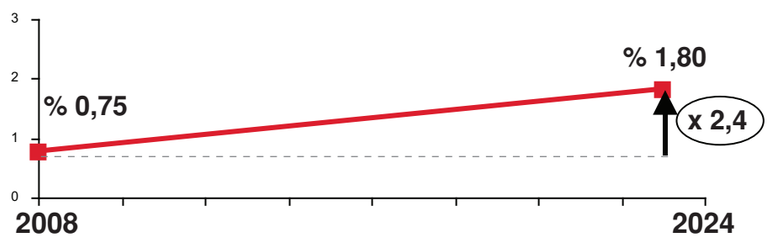
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
750 milyar $)

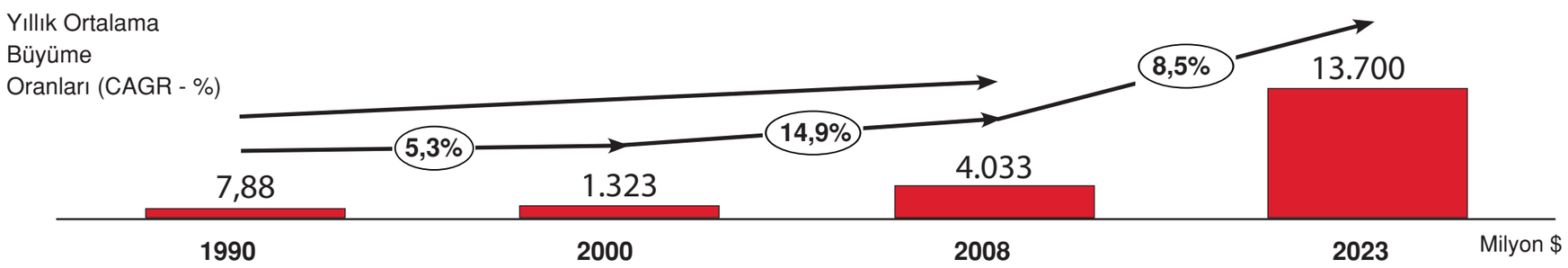


SITC-bazlı TUİK açıklaması

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 2,4 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

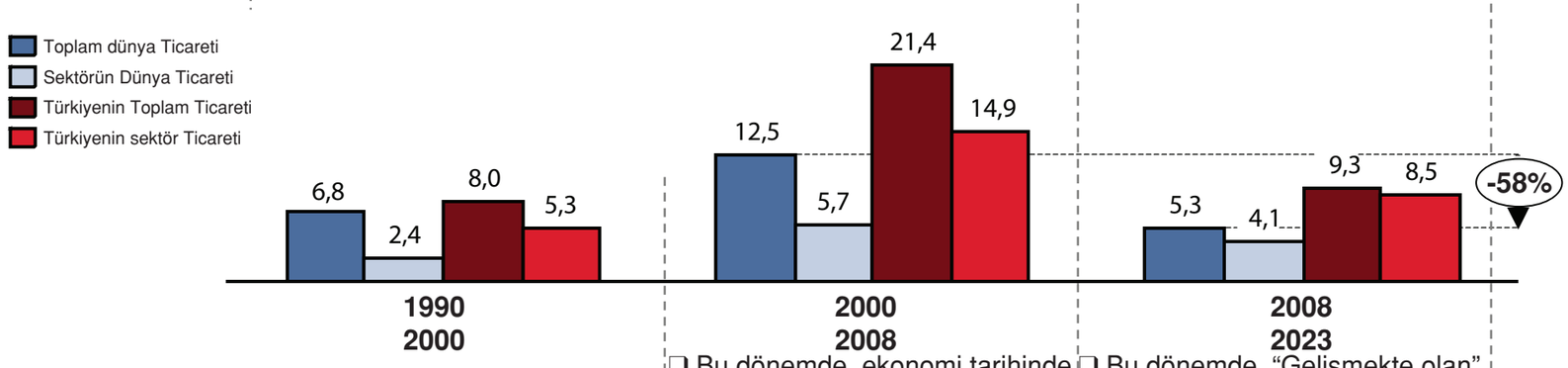
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %





Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 3,3 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

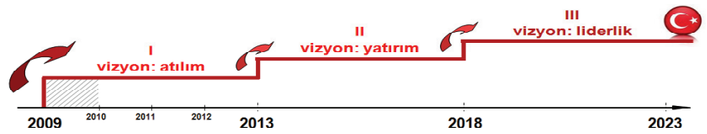


❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

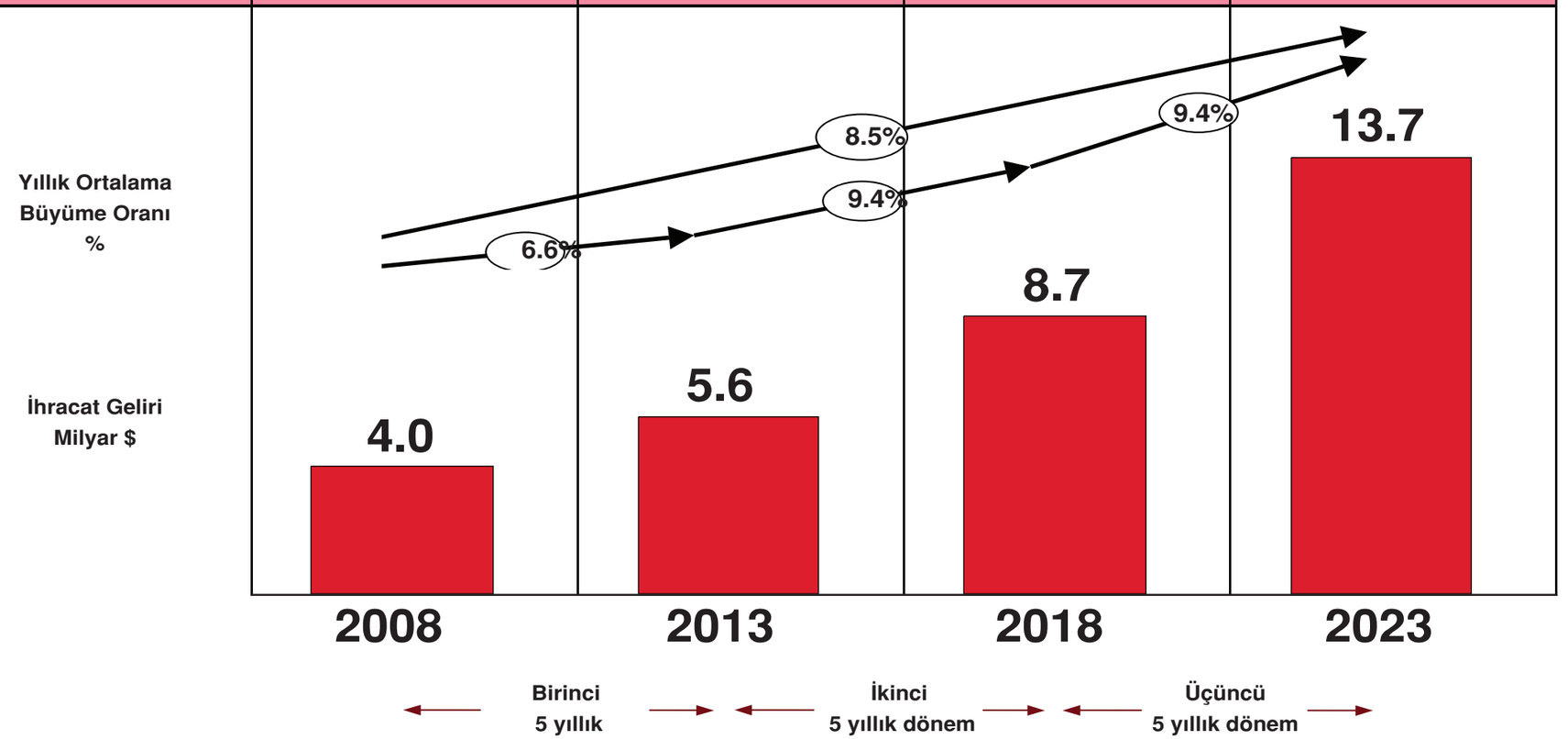
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



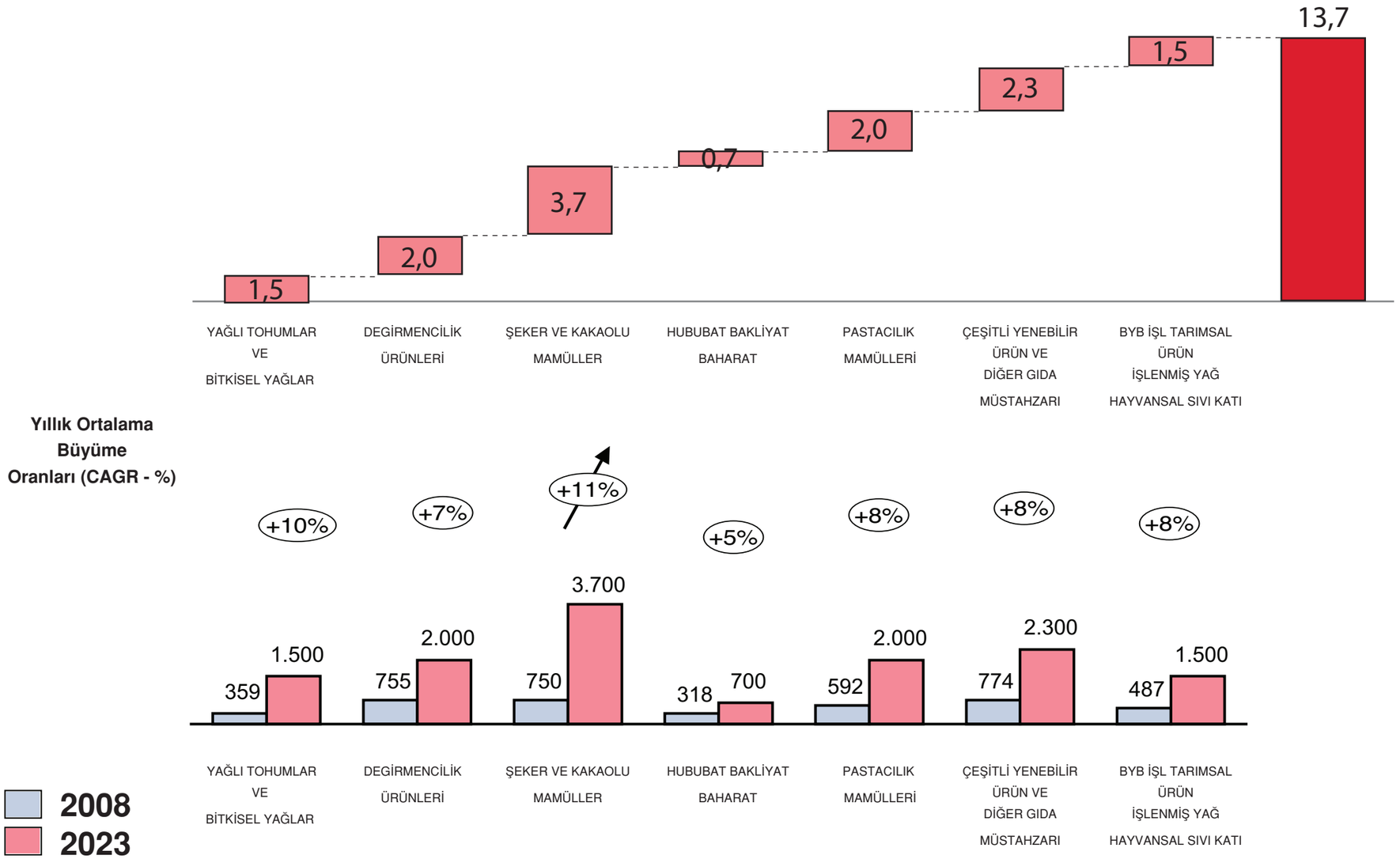
Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	535.1	483 *	616 *	750 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	0.75	1.16	1.41	1.80



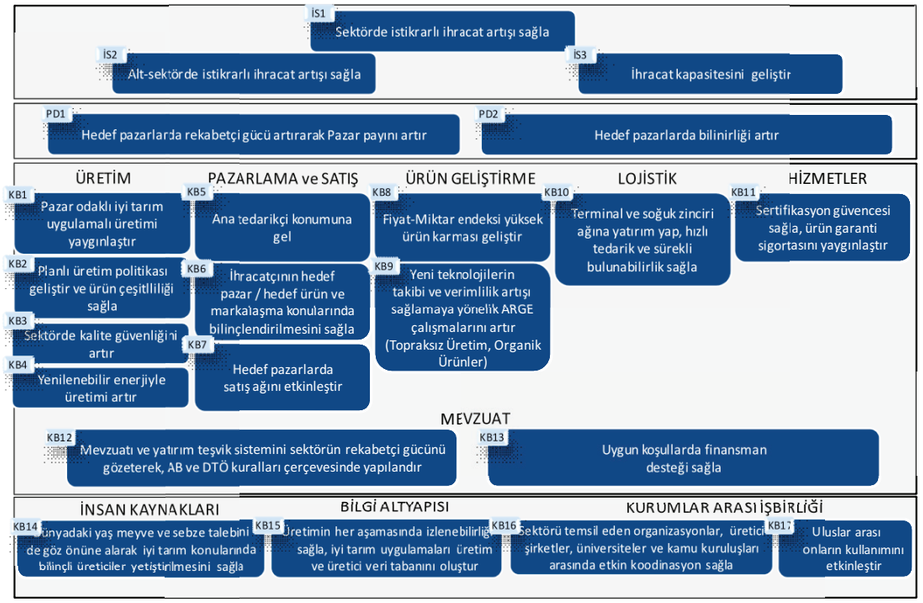
(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri

Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $

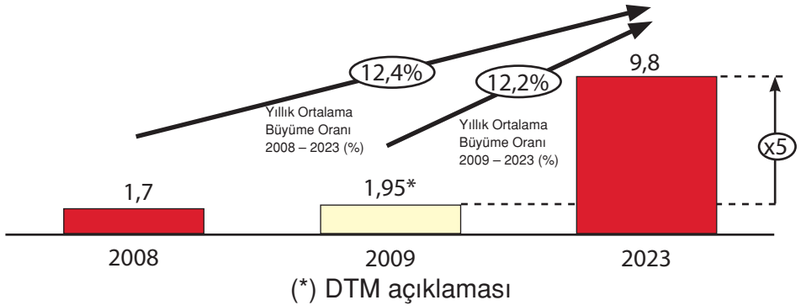


Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Kritik Çıktılar



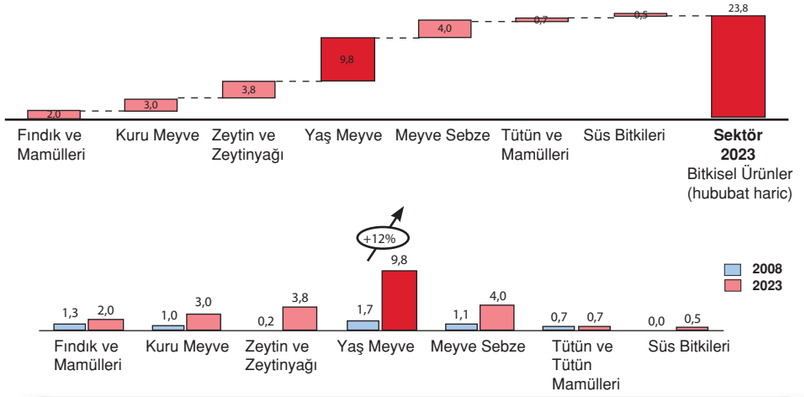


Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

2008		2023
1,7	İhracat Geliri (Milyar $)	9,8
1,90	Dünya Pazar Payı (%)	8,20
2000-2008 20,3	Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2008-2023 12,4
1,36	Türkiye İhracatı Payı (%)	1,80

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

1. Rusya
2. Ukranya
3. Almanya
4. Romanya
5. İngiltere
6. Japonya
7. Uzak Doğu
8. İran
9. Irak
10. Körfez Ülkeleri
11. Ortadoğu
12. Kafkas Ülkeleri
13. Türkiye Cumhuriyetler
14. Balkan Ülkeleri
15. Polonya
16. Beyaz Rusya

Değişim Gündemi

- Kullanılmayan arazilerin tarımda kullanılmasının sağlanması ile tarım üretiminin büyük ölçekli alanlarda yapılmasının sağlanması
- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak – Ürün kalite standartları, sertifikasyon
- Ana tedarikçi konumuna gelmek
- Markalaşmak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Geliştirilen tohum çeşiti
- Sertifikalı tohum ve fidan, fide üretimi/ sertifikalı çoğaltma materyali üretimi
- Üretim envanterinin çıkarılması
- Tarım Bakanlığı'nın belirlediği havzalarda ürün deseninin çıkarılması
- Kayıtdışı oranı
- Kalite güvence sertifikasına sahip işletmelerin sayısı

Pazarlama – Satış

- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen hedef Pazar, Hedef Ürün bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları
- Satış terminali sayısı

Ürün Geliştirme

- Fiyat-miktar endeksi
- yüksek ürün ihracatı

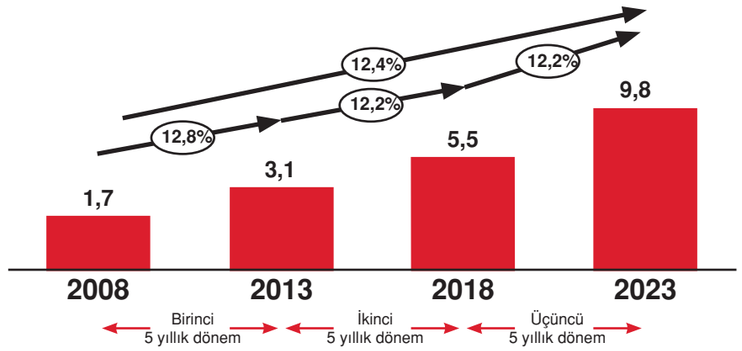
Lojistik

- İkili görüşmelerde yıllık geçiş belgesi adedi
- Yükleme ve boşaltma limanlarında yaş meyve sebze terminalleri (depo, soğuk hava deposu)
- Soğuk zincir yöntemi ile pazarlama ağının geliştirilmesine yönelik yatırımlar
- Soğuk zincir yöntemi ile pazarlama ağının geliştirilmesinin teşvik edilmesi
- Hedef pazarlara ilişkin terminaller
- Tedarik süresi

Hizmetler

- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi – memmnuniyet anketi servis kırılımı
- İhracata yönelik ürün garanti sigorta sistemi uygulaması

Sektör İhracat Gelir Hedefi



MEVZUAT

- Tarım alanlarının korunması
- Mevzuat düzenlemelerinde sektörün görüşünün alınması
- Mevzuatın sadeleştirilmesi, bürokrasinin azaltılması
- Ürün borsasının oluşturması
- Ülkemiz yaş meyve sebze ürünlerine Avrupa Birliği tarafından uygulanan yüksek vergi veya gümrük vergisi oranın düşürülmesi
- Teşvikte üretimi ve ihracata verilen destekler farklılaştırılmalıı

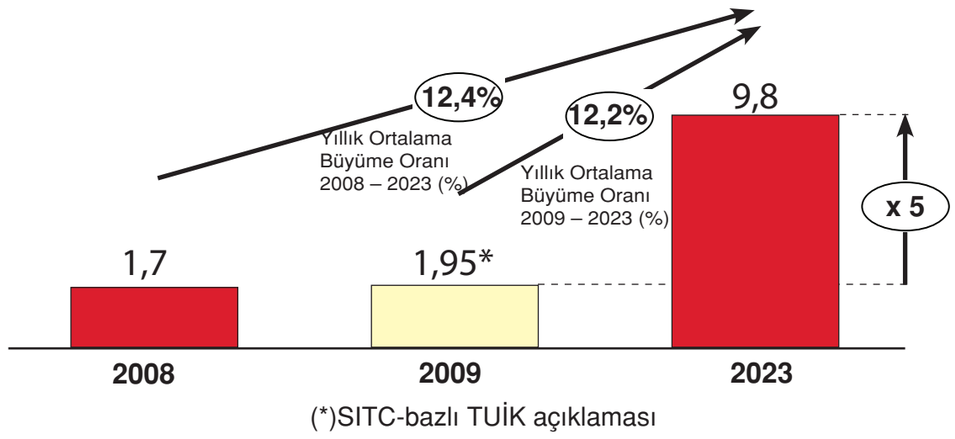
TEMEL YETKİNLİKLER

- Ziraat Fakültesi ve Tarım Meslek liselerinin sayısı
- Araştırma Enstitüsü sayısı
- Tarım Meslek Liseleri,Ziraat Mühendislerinin istihdamı
- Çağdaş tarım bilgi ve becerilerine hızla erişimi sağlamaya yönelik organizasyon sayısı
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

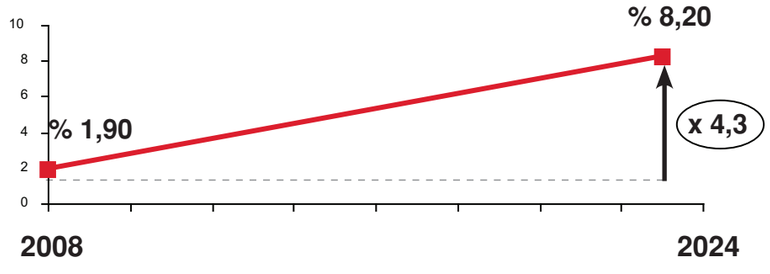
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 750 milyar $)

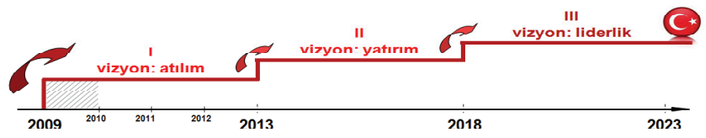


(*)SITC-bazlı TUİK açıklaması

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 4,3 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

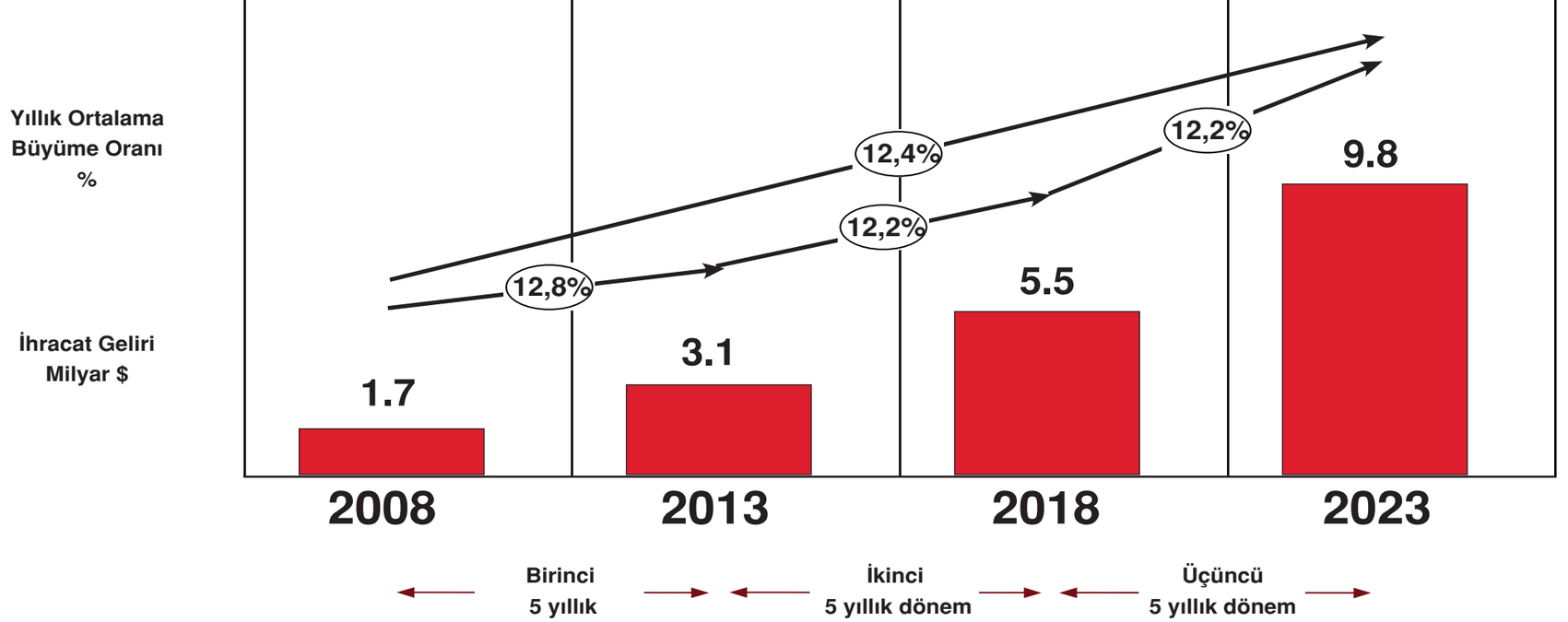
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



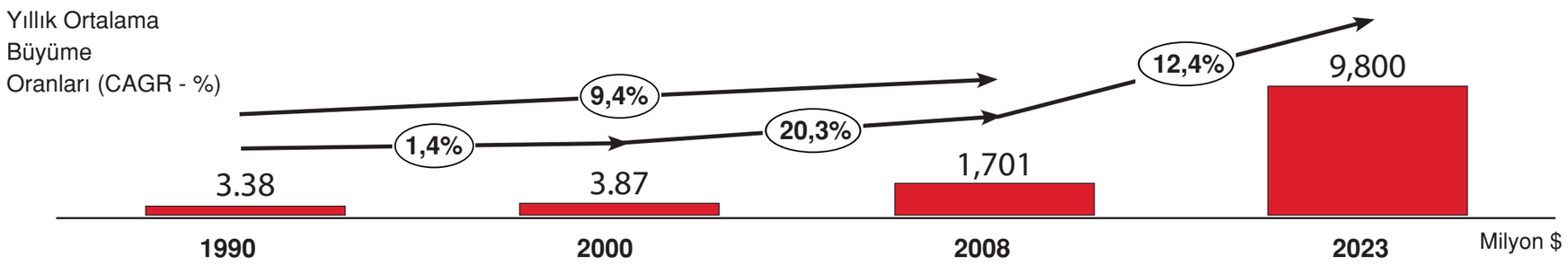


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	91.8	82 *	107 *	120 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	1.90	3.78	5.14	8.20

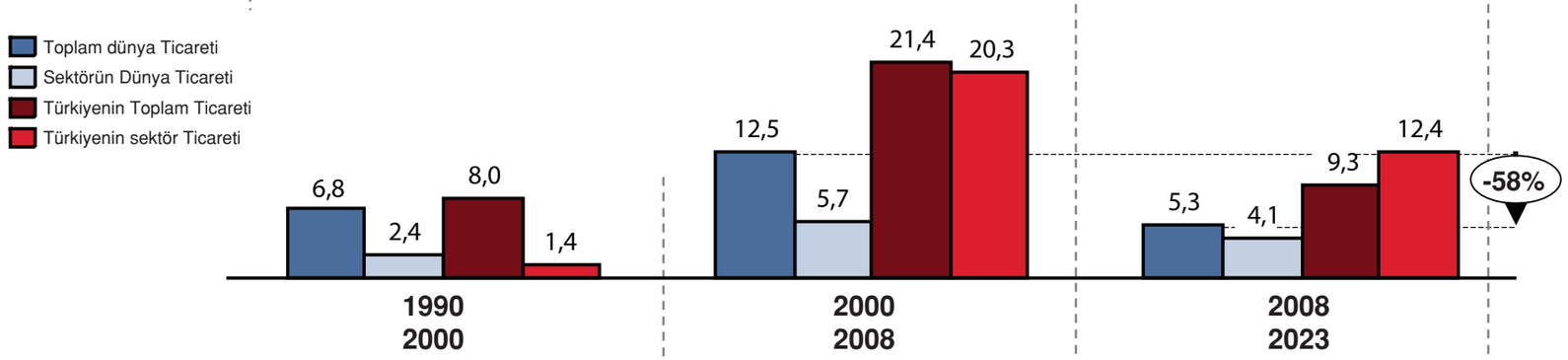


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 1,3 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

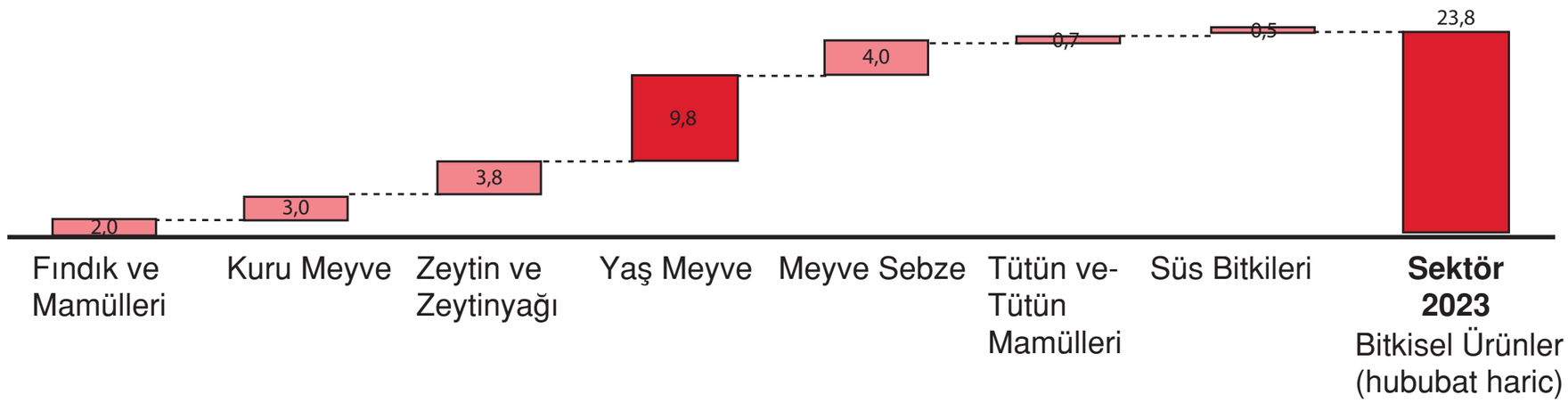
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

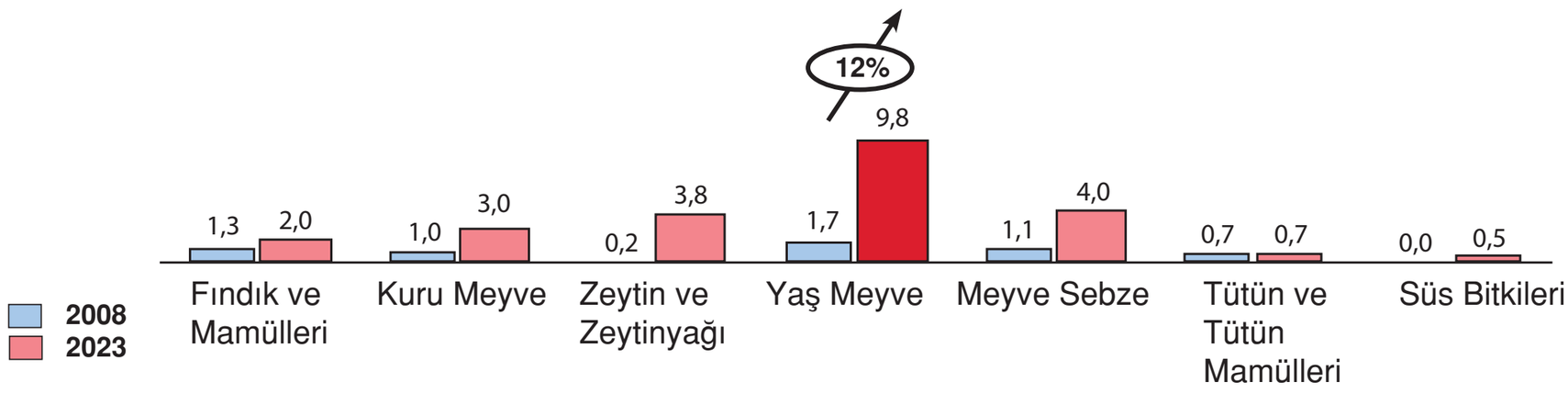
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



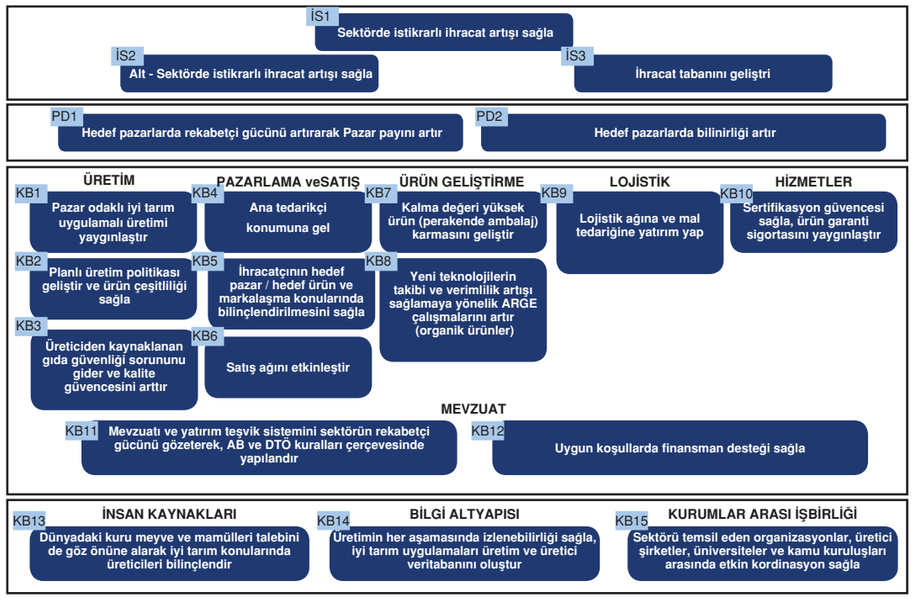
❑**Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $**



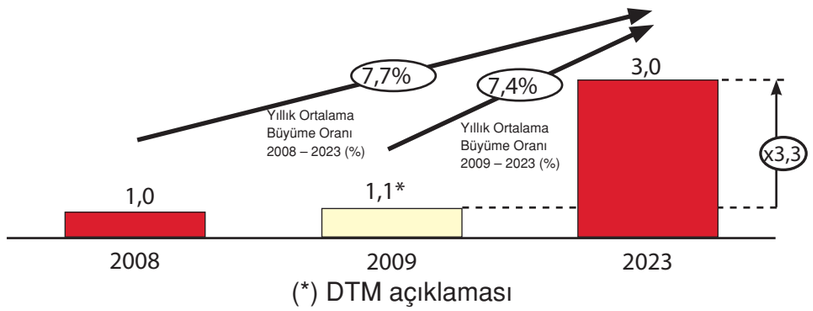




Kuru Meyve ve Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar

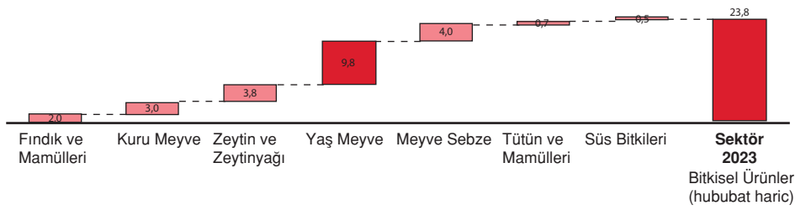


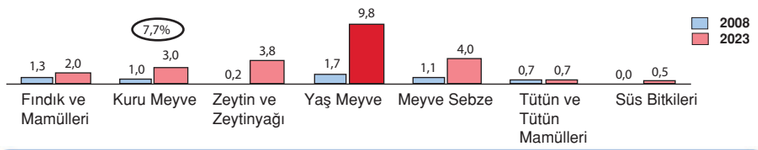
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

2008		2023
1,0	İhracat Geliri (Milyar $)	3,0
11,00	Dünya Pazar Payı (%)	25,00
2000-2008 12,2	Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2008-2023 7,7
0,80	Türkiye İhracatı Payı (%)	0,55

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

1. Rusya
2. Çin
3. Hindistan
4. ABD
5. Güney Kore
6. Japonya
7. Malezya
8. Endonezya
9. Brezilya

Değişim Gündemi

- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım uygulamaları konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak Ürün kalite standartları, sertifikasyon
- Ana tedarikçi konumuna gelmek
- Markalaşmak Kuru meyve sektöründe markalaşma firma bazında değil ancak ürün bazında gerçekleşebilir. Bunun nedeni alıcı ülkelerdeki süpermarketler ve ithalatçıların ülkemizden ihraç edilen ürünlerin üzerinde kendi markalarının yer almasını istemesidir. Markalaşma faaliyetleri, ürünlerin Türkiye menşeli olduğuna vurgu yapılarak yürütülebilir. Türk kuru inciri, Türk Kuru Kayısısı, Türk Üzümü gibi ifadeler ve / veya logolar kullanılabilir

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Üretimi ve ihracatı yapılan ürün çeşiti
- Geliştirilen tohum çeşiti
- Sertifikalı tohum üretimi
- Üreticilerin İyi Tarım Uygulamalarına Geçis oranı
- HACCP, TS EN ISO 9001, ISO 9002 , ISO 14000 belgeli tesis sayısı

Pazarlama – Satış

- Markalaşma konusunda verilen destek – Turquality
- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen hedef Pazar, Hedef Ürün bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları
- Tanıtım grupları kurulması ve fuar çalışmaları

Ürün Geliştirme

- Katma değeri yüksek ürün ihracatının toplam ihracat içindeki payı

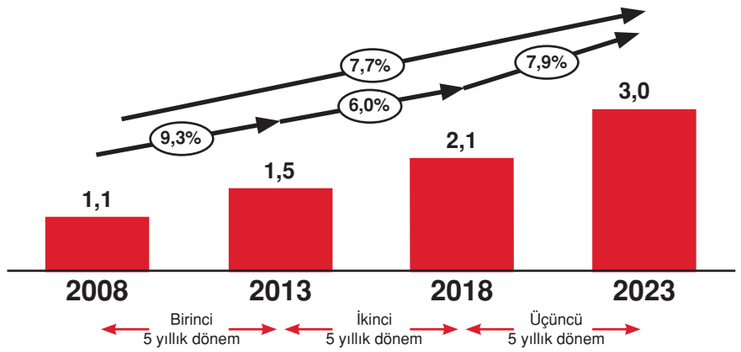
Lojistik

- Lisanslı depolar
- Hedef pazarlara ilişkin terminaller
- Tedarik süresi
- Stok kurumu oluşturulması

Hizmetler

- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi – memmnuniyet anketi servis kırılımı
- Ürün garanti sigorta sistemi uygulanması

Sektör İhracat Gelir Hedefi



MEVZUAT

- Tarım alanlarının korunması
- Mevzuat düzenlemelerinde sektörün görüşünün alınması
- Mevzuatın sadeleştirilmesi, bürokrasinin azaltılması
- Havzalaştırma
- Ürün borsa'sının geliştirilmesi, VOB ve lisanslı depoculuk altarnatiflerinin üzerinde çalışmalar yürütülmesi
- Optimum ölçekli arazi ve işletmeler için Türkiye'deki miras huku'nun düzenlenmesi

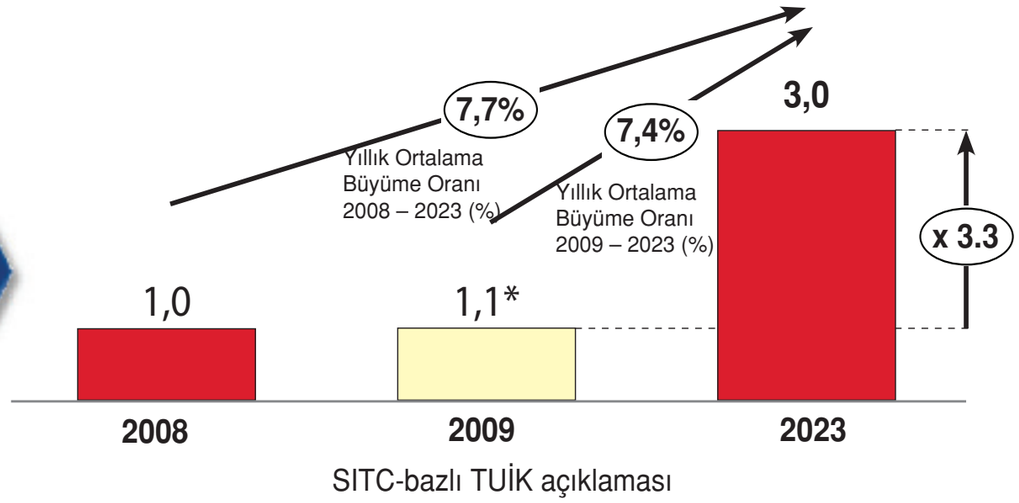
TEMEL YETKİNLİKLER

- Ziraat Fakültesi ve Tarım Meslek liselerinin sayısı
- Araştırma Enstitüsü sayısı
- Çağdaş tarım bilgi ve becerilerine hızla erişimi sağlamaya yönelik organizasyon sayısı
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

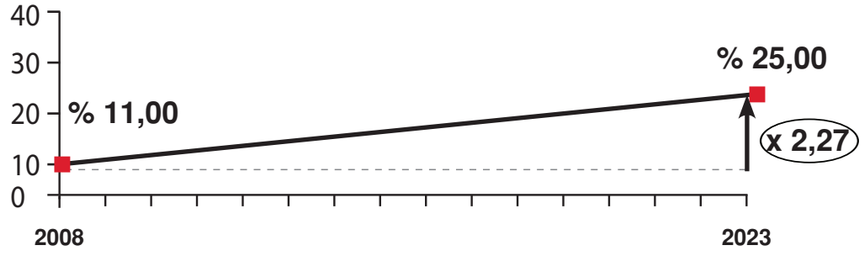
❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

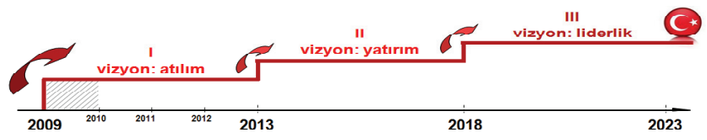
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 23 milyar $)



❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 3 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

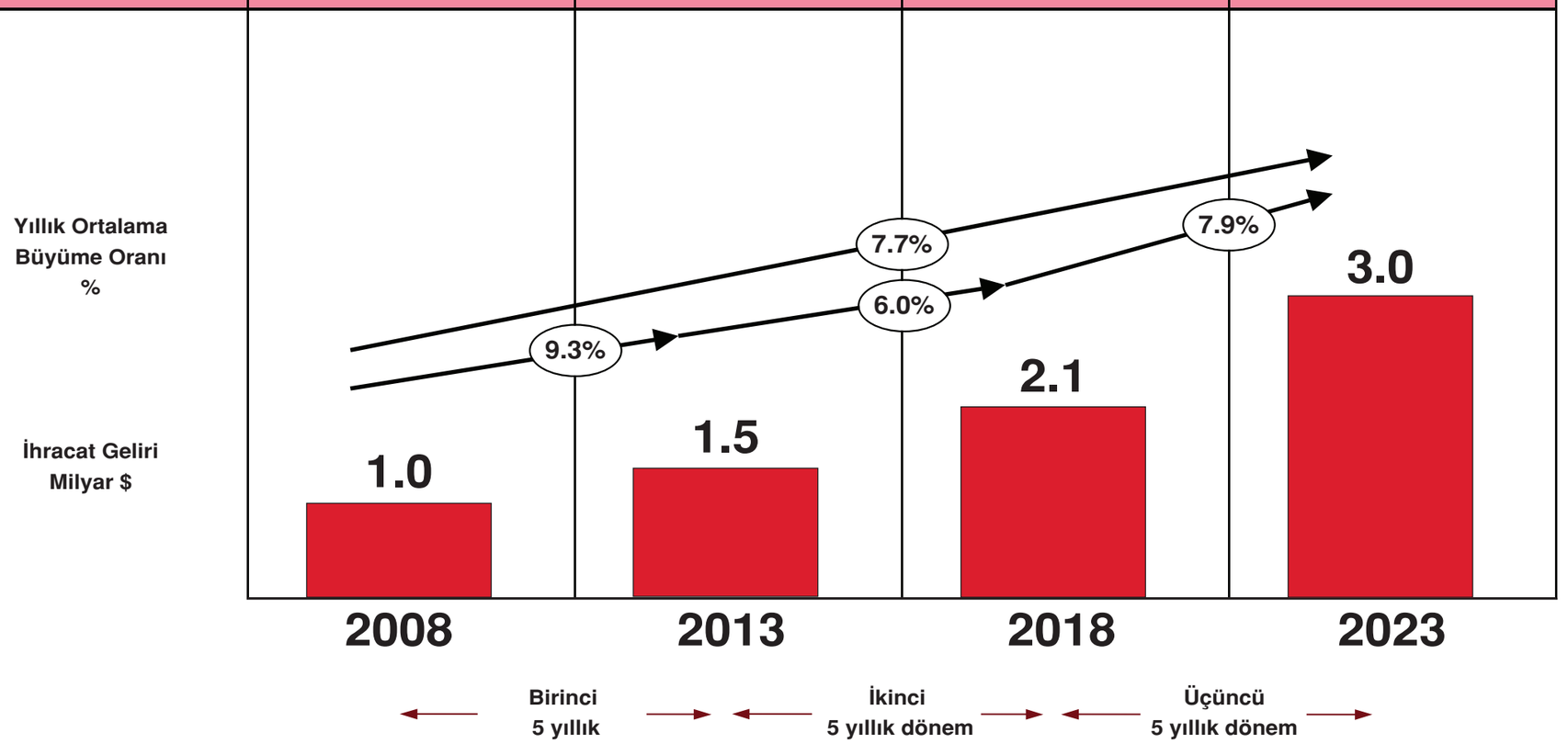
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



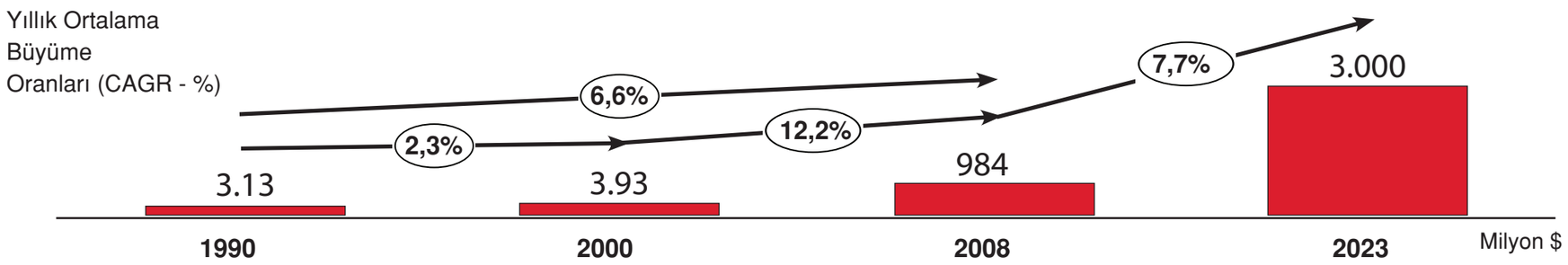


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	8.9	8 *	11 *	12 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	11.00	18.75	19.09	25.00

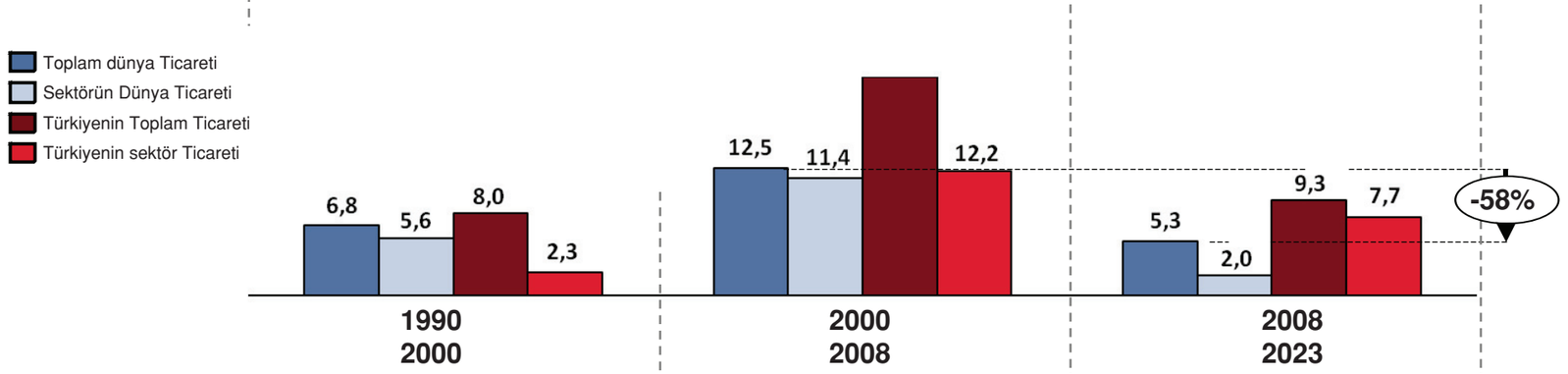


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 600 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

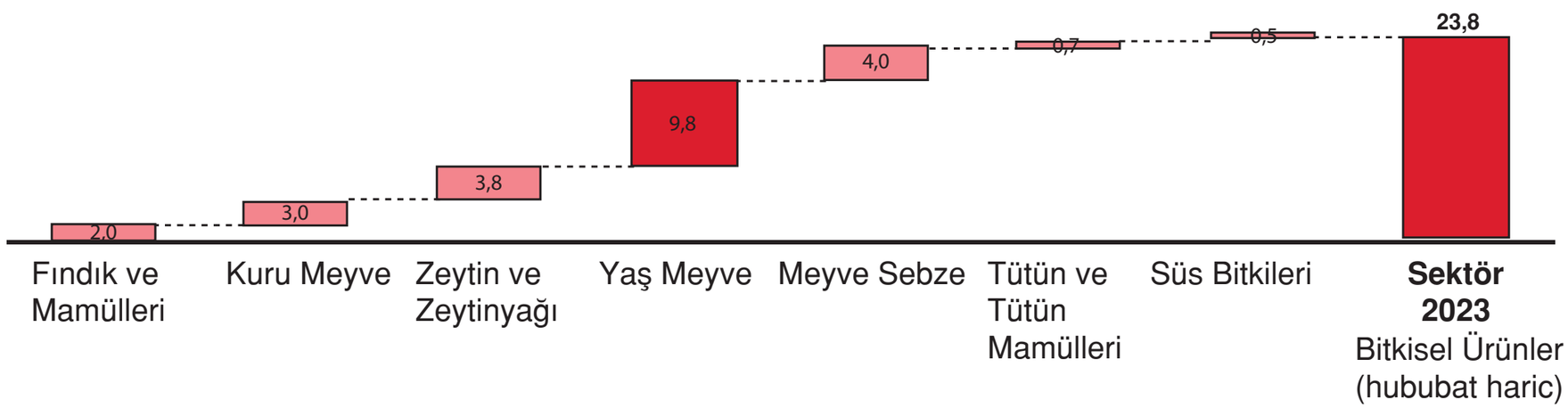
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

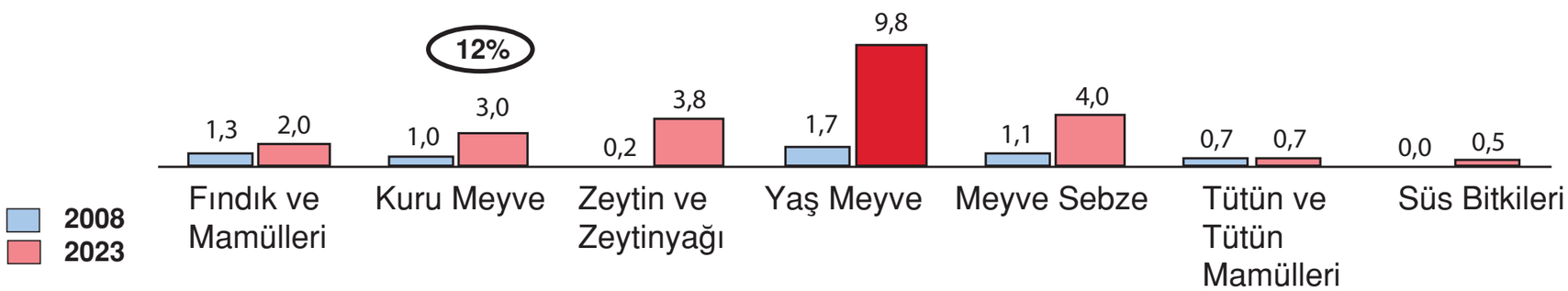
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



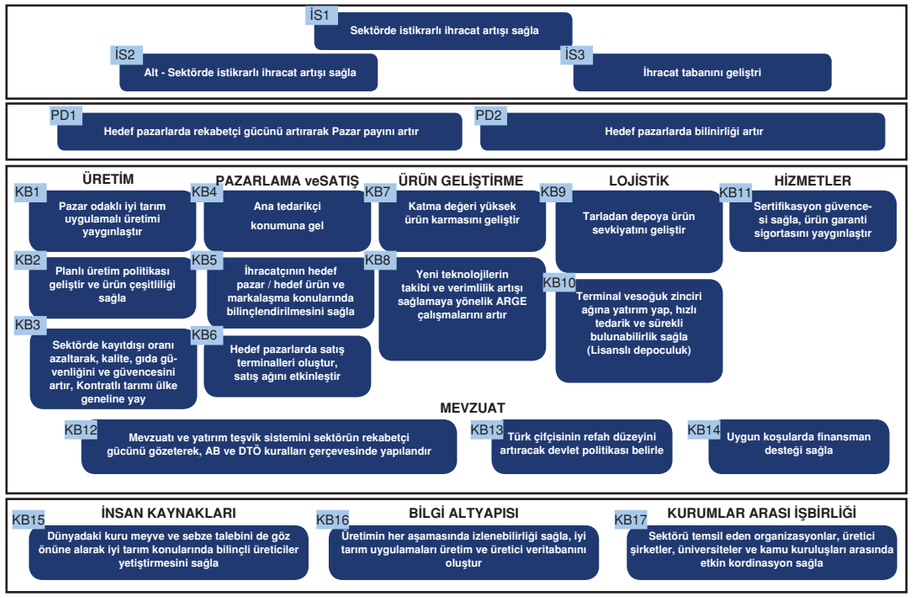
❑**Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $**



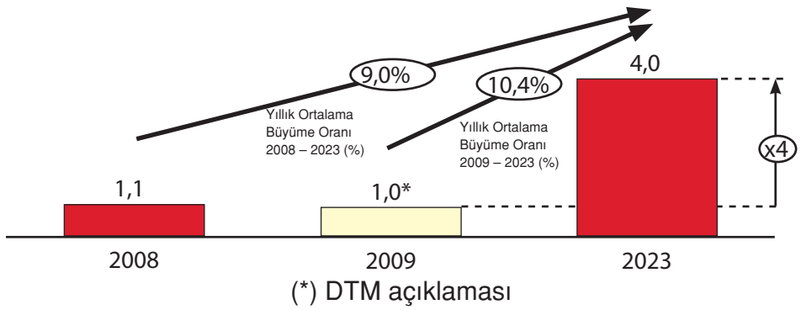


Meyve ve Sebze Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar



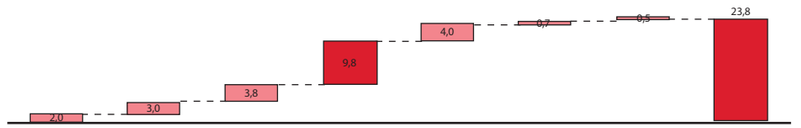


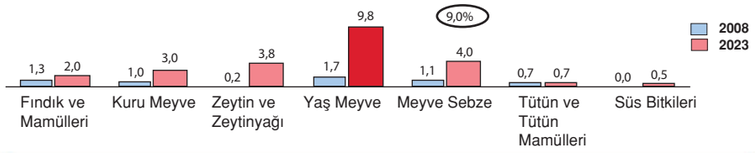
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

	2008		2023
İhracat Geliri (Milyar $)	1,1		4,0
Dünya Pazar Payı (%)	0,79		2,10
Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2000-2008 7,8		2008-2023 9,0
Türkiye İhracatı Payı (%)	1,44		0,73

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

1. ABD
2. AB ülkeleri
3. Kanada
4. Çin
5. Rusya
6. Afrika
7. Hindistan
8. Rusya
9. Ortadoğu

Değişim Gündemi

- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım uygulamaları konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak Ürün kalite standartları, sertifikasyon
- Ana tedarikçi konumuna gelmek
- Markalaşmak
- Kontratlı tarımı ülke geneline yaymak
- Tarım üretiminin desteklenmesinde sürdürülebilirlik sağlamak
- "Türk Çiftçisi"nin refahını artırmak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Üretimi ve ihracatı yapılan ürün çeşiti
- Geliştirilen tohum çeşiti
- Sertifikalı tohum üretimi
- Kayıtdışı oranı
- Kontratlı tarım
- Kontratlı tarımın geliştirilmesine yönelik verilen teşvikler
- HACCP, TS EN ISO 9001, ISO 9002 , ISO 14000 belgeli tesis sayısı

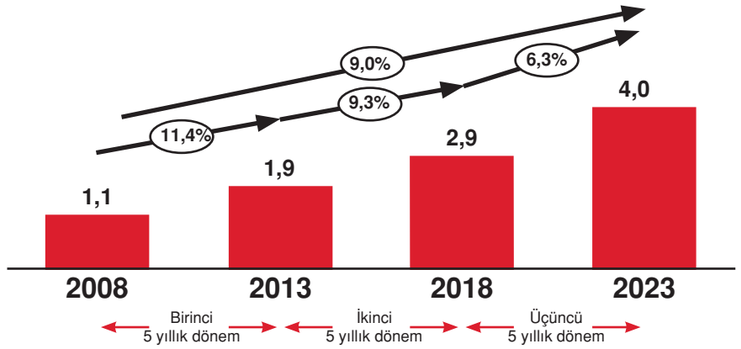
Pazarlama – Satış
- İthalatçı ülkelerin ithalatlarında ilk 10'da olunan ülke sayısı
- Markalaşma konusunda verilen destek – Turquality
- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen hedef Pazar, Hedef Ürün bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları

Ürün Geliştirme
- Katma değeri yüksek ürünleri ihracatı

Lojistik
- Lisanslı depolar
- Soğuk zincir yöntemi ile pazarlama ağının geliştirilmesine yönelik yatırımlar
- Soğuk zincir yöntemi ile pazarlama ağının geliştirilmesinin teşvik edilmesi
- Hedef pazarlara ilişkin terminaller
- Tedarik süresi

Hizmetler
- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi – memmnuniyet anketi servis kırılımı
- Ürün garanti sigorta sistemi uygulanması

Sektör İhracat Gelir Hedefi



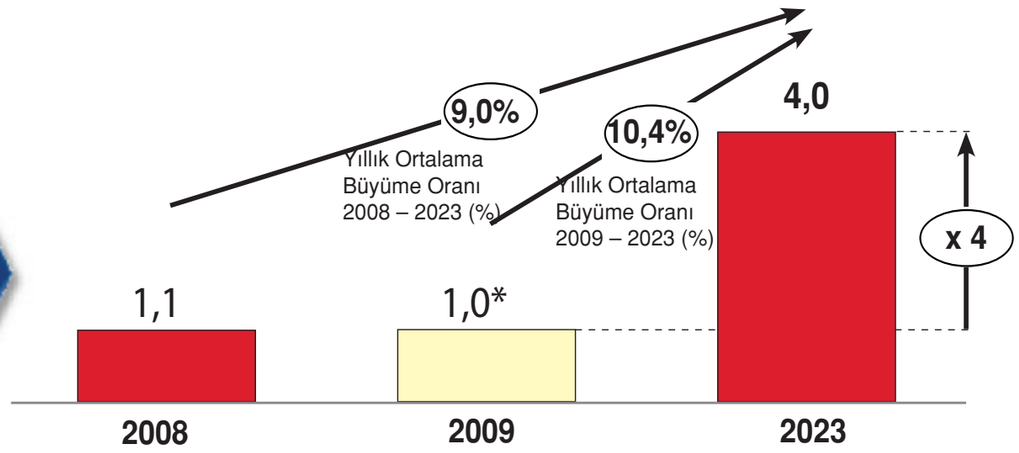
MEVZUAT
- Mevzuat düzenlemelerinde sektörün görüşünün alınması
- Yeni Hal Yasası'nın Yeniden Düzenlenmesi
- Mevzuatın sadeleştirilmesi, bürokrasinin azaltılması
- Sözleşmeli tarımın hukuki altyapısının yeniden düzenlenmesi
- Hav zalarda ekilecek ürünün yıllara göre belirlenmesi
- Ürün Borsa'sının oluşturulması
- Optimum ölçekli arazi ve işletmeler için Türkiye'deki miras hukuku'nun düzenlenmesi

TEMEL YETKİNLİKLER
- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat Mühendislerinin istihdamı
- Ziraat Fakültesi ve Tarım Meslek liselerinin sayısı
- Araştırma Enstitüsü sayısı
- İhraçatcıların eğitim programlarına katılımı (mesleki, pazarlama, dil)
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

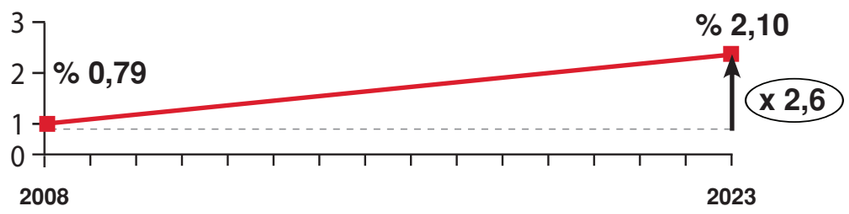
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 192 milyar $)

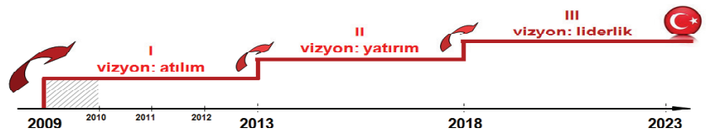


(*) DTM açıklaması - Meyve sebze mamülleri ülke ihracatında 2008 yılı baz alınmıştır. 2009 ihracatı 2008 yılına göre büyük düşüş kaydetmiştir.

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 2,6 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

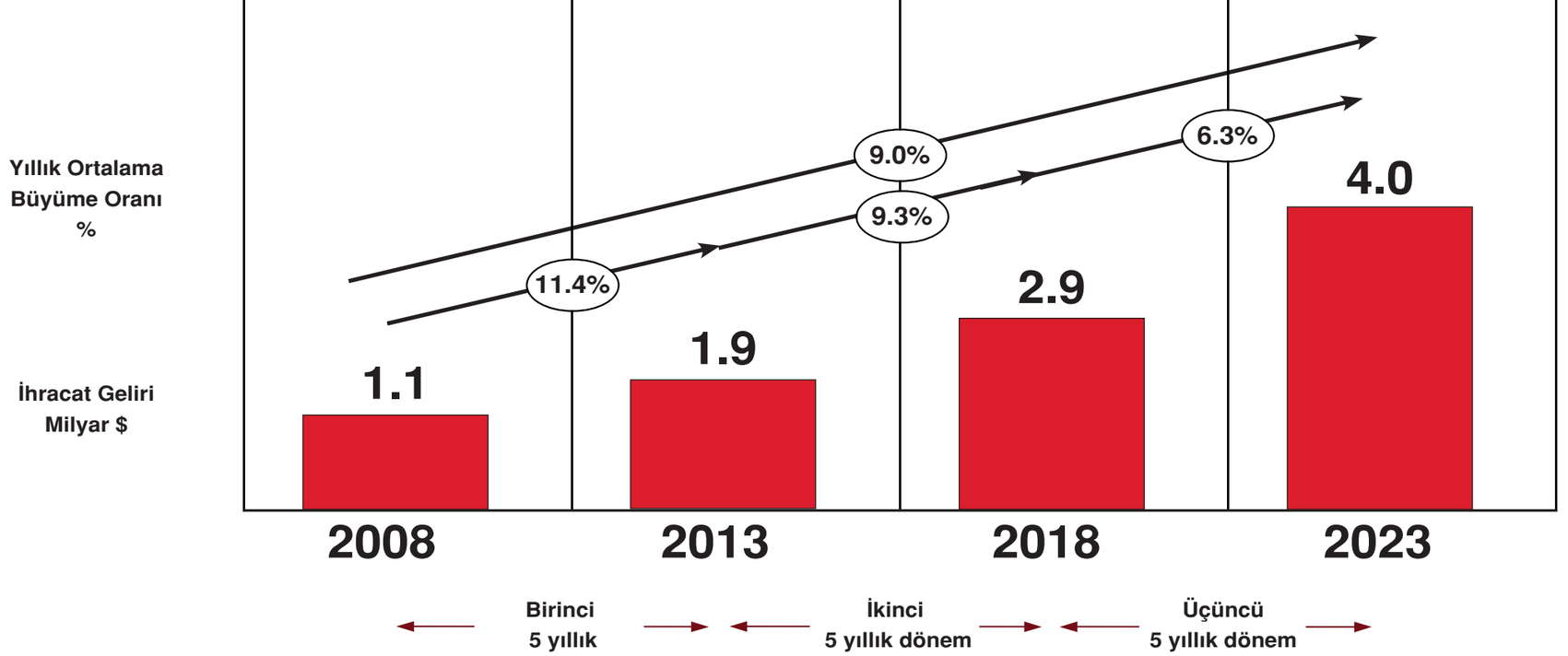
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



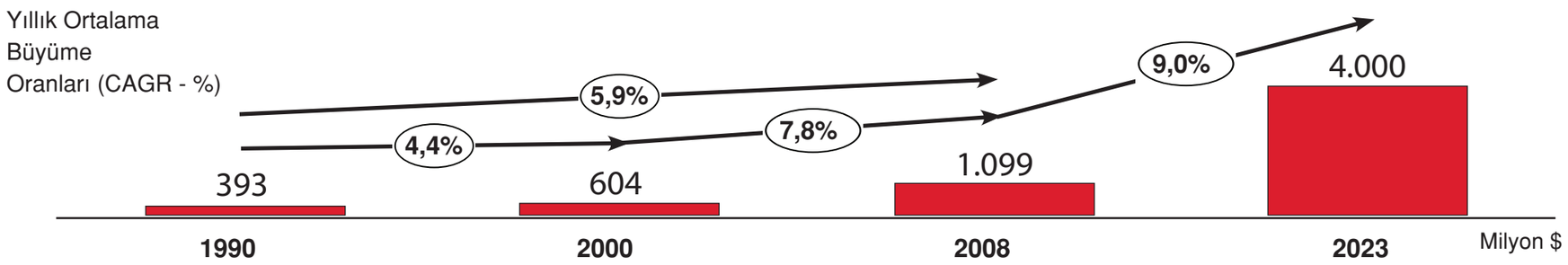


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	140.4	132 *	171 *	192 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	0.79	1.44	1.70	2.10

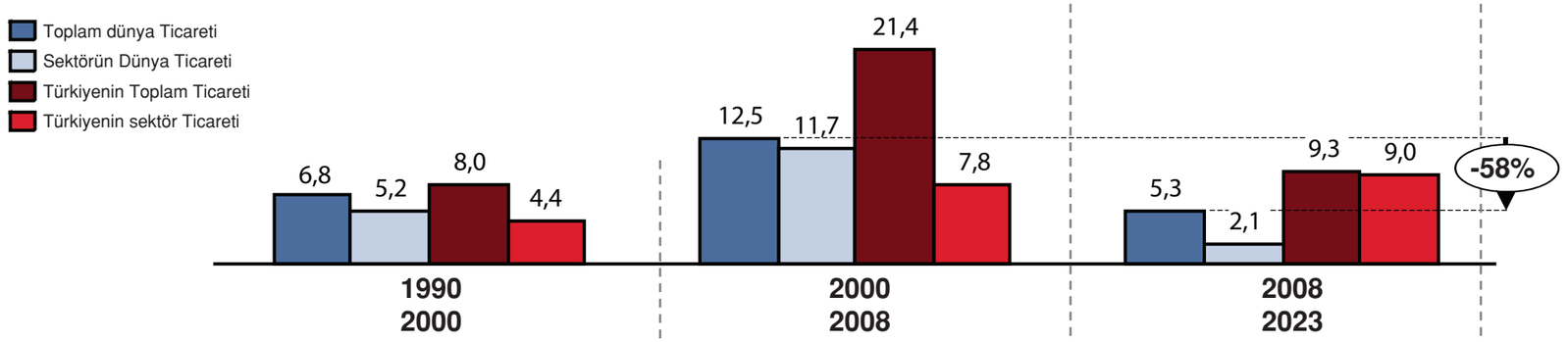


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 1,2 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

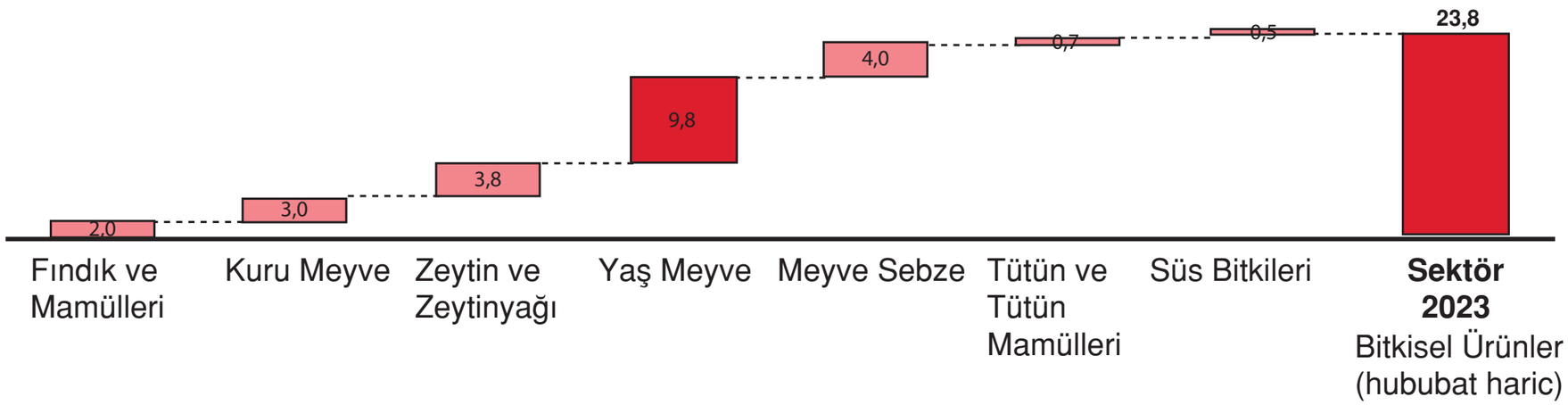
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

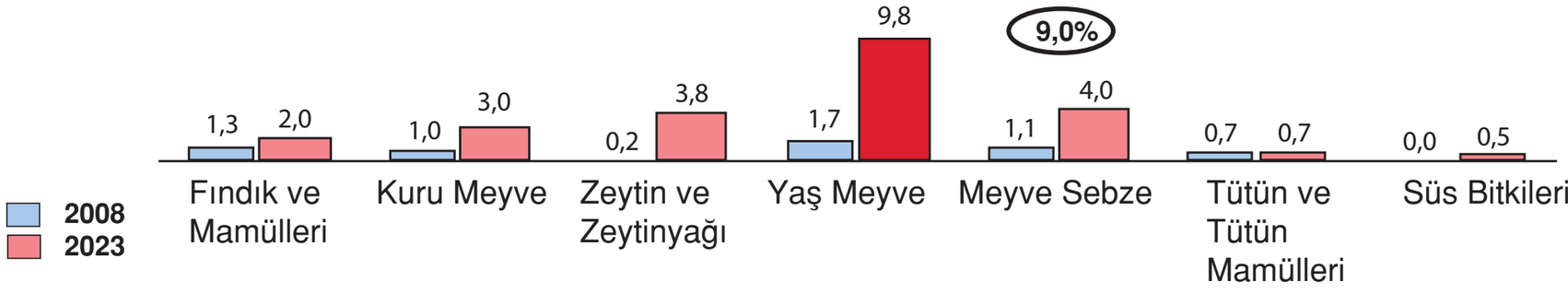
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



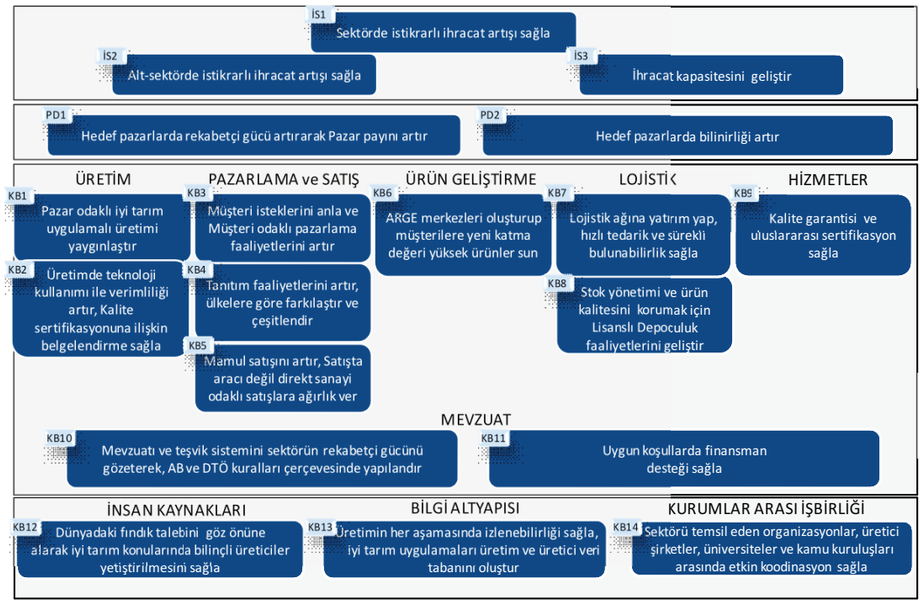
❑Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



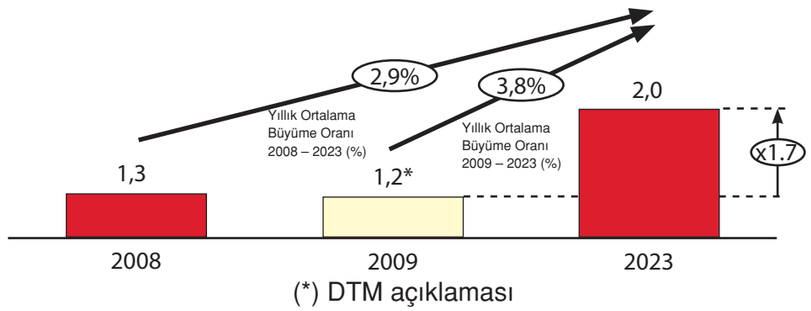




Fındık ve Mamulleri Sektörü
Kritik Çıktılar

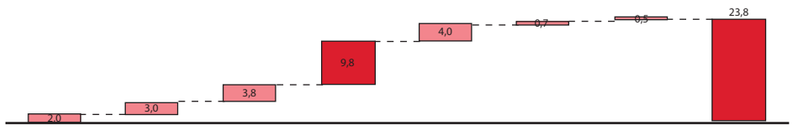


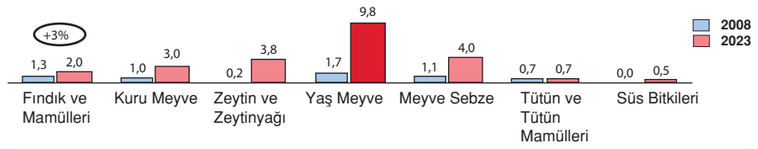
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

	2008		2023
İhracat Geliri (Milyar $)	1,3		2,0
Dünya Pazar Payı (%)	81,00		80,00
Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2000-2008 11,9		2008-2023 2,9
Türkiye İhracatı Payı (%)	1,44		0,37

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

1. Çin
2. Rusya
3. Brezilya
4. Japonya
5. ABD
6. Mısır
7. Hindistan
8. Kanada

Değişim Gündemi

- Bugün yaşanan devlet özel sektör rekabetini kaldırılarak, özel sektörün önünü açmak
- TMO'nun ticari aktör olmayı bırakması – Fındıkta serbest piyasa düzenine geçmek
- Tüketici odaklı üretim modeline geçmek
- İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak, üreticilerin iyi tarım konusunda bilinçlendirilmelerini sağlamak Ürün kalite standartları, sertifikasyon
- Direkt sanayi odaklı mamul satışlarını artırmak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim
- İyi tarım uygulamalı üretim yapan toplam üretici sayısı
- Üretimde modernizasyona yönelik teknoloji yatırımları
- Ortalama verimlilik oranı (dekar başına kg)

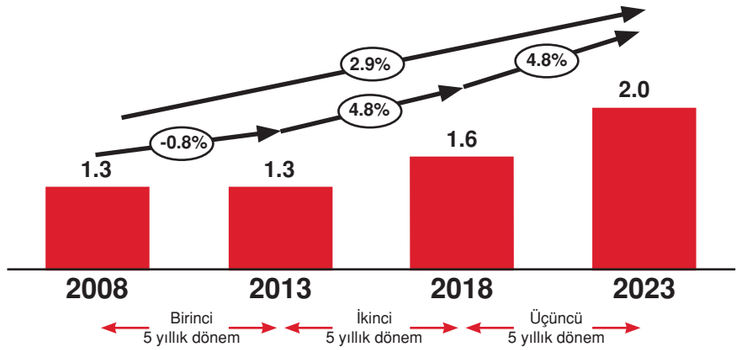
Pazarlama – Satış
- Hedef ülke odaklı Pazar araştırma çalışmaları
- İşlenmiş fındık satışının toplam satışlar içindeki payı

Ürün Geliştirme
- Katma değeri yüksek ürünleri ihracatı

Lojistik
- Lisanslı depoculuk faaliyetlerini yürüten kuruluş ve organizasyon sayısı
- Tedarik süresi

Hizmetler
- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi – memnuniyet anketi servis kırılımı
- Akredite laboratuar sayısı

Sektör İhracat Gelir Hedefi



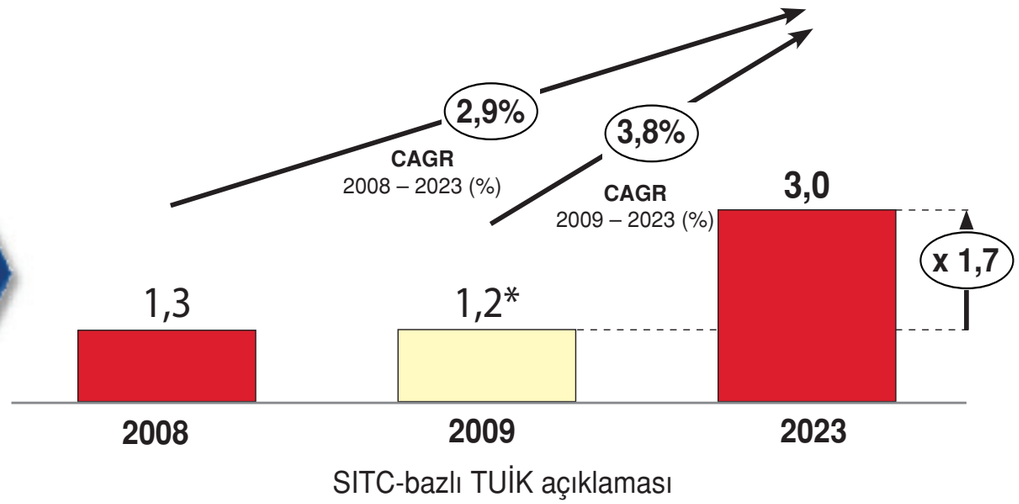
MEVZUAT
- Mevzuat düzenlemelerinde sektörün görüşünün alınması
- Sözleşmeli tarımın hukuki altyapısının yeniden düzenlenmesi
- Ürün borsası'nın oluşturulması
- Optimum ölçekli arazi ve işletmeler için Türkiye'deki miras huku'nun düzenlenmesi
- Tarım Bakanlığı'nda ihracata yönelik özel bir birimin oluşturulması

TEMEL YETKİNLİKLER
- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat Mühendislerinin istihdamı
- Ziraat Fakültesi ve Tarım Meslek liselerinin sayısı
- Araştırma Enstitüsü sayısı
- Üretici kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonun sağlanması
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonunun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

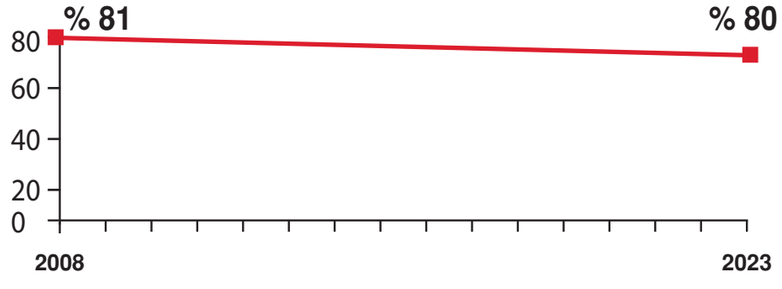
İhracat
Milyar $
(Dünya fındık ve fındık mamülleri 2023 öngörüsü 4 milyar $, sadece fındık 2023 ihracat öngörüsü 2,5 milyar $)

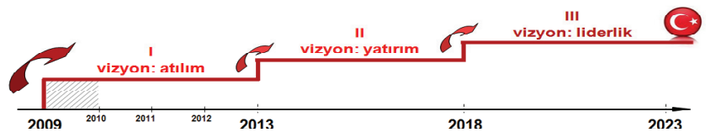


SITC-bazlı TUİK açıklaması

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını %80 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

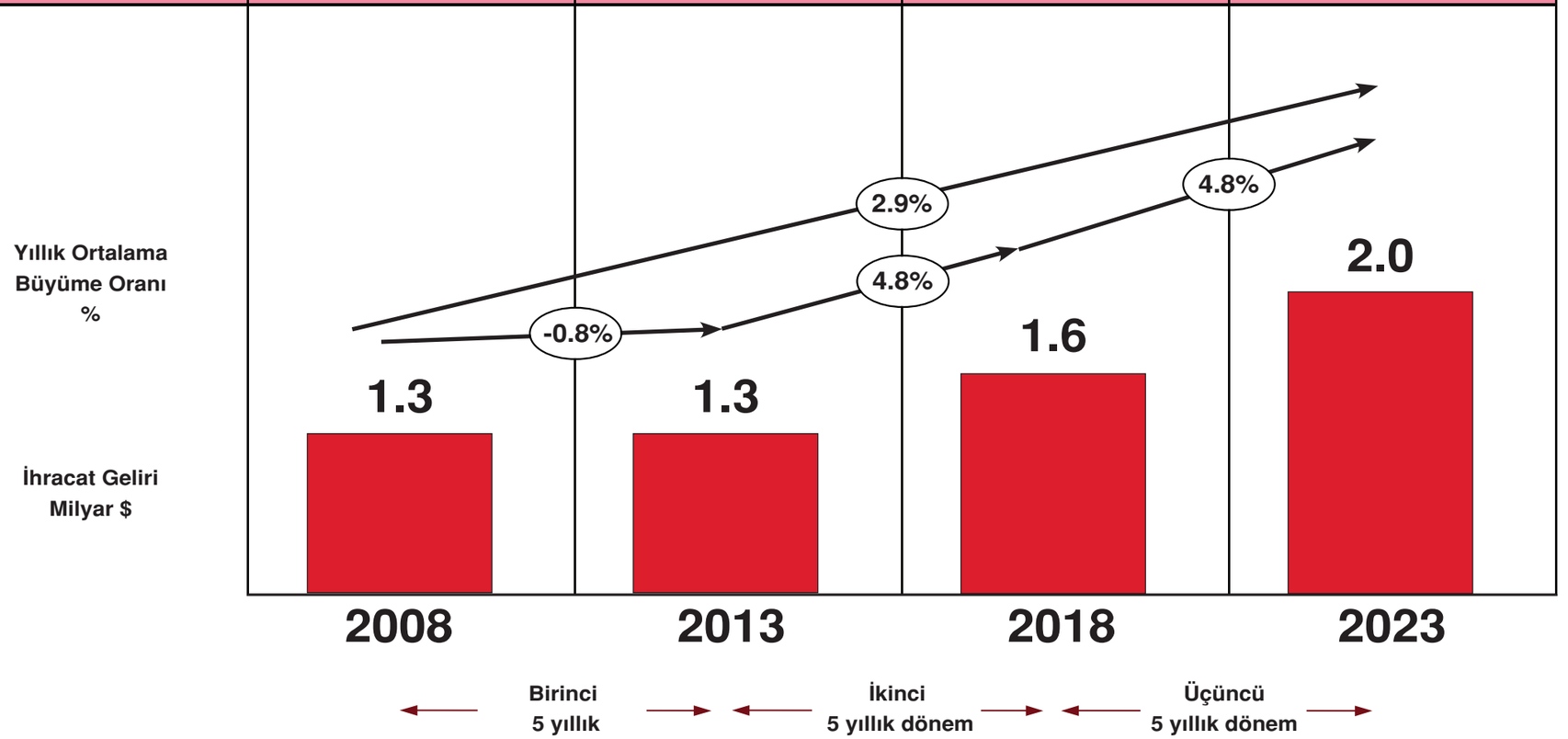
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



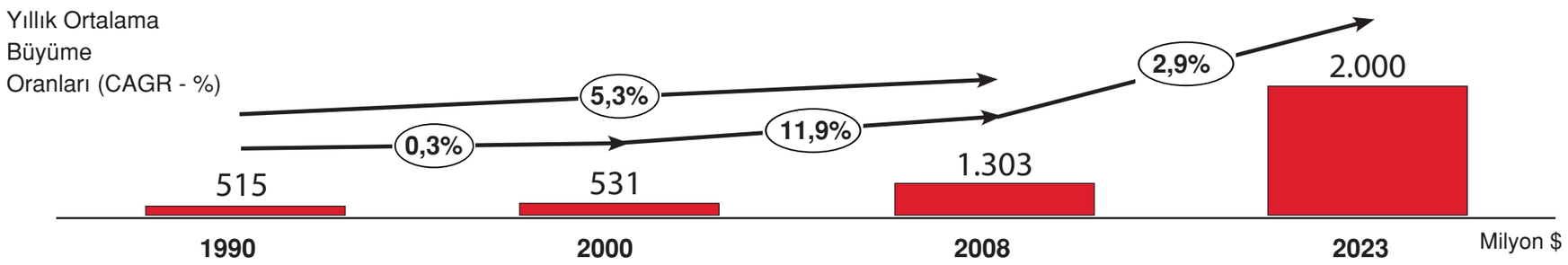


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	1.6	1.9 *	2.2 *	2.5 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	81.00	65.79	71.82	80.00

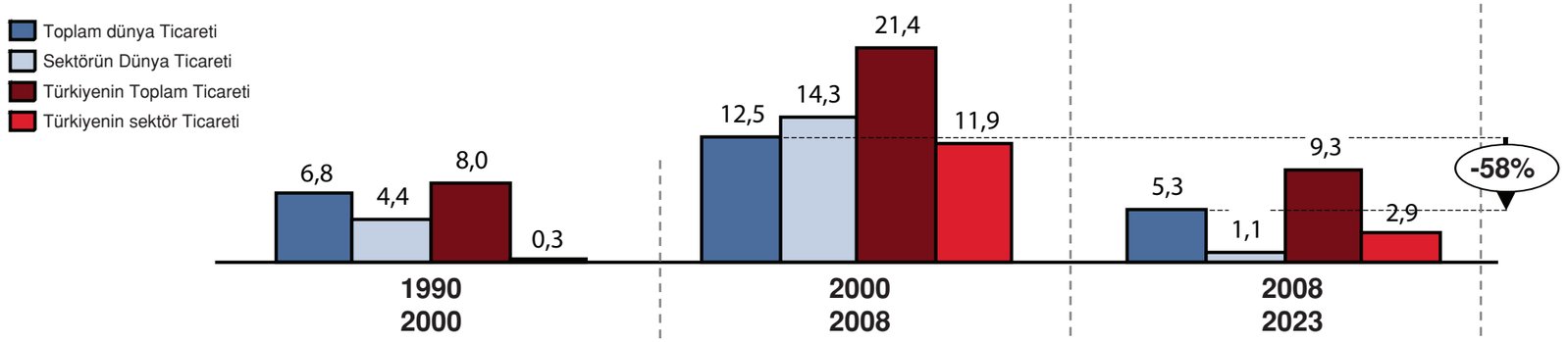


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 788 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

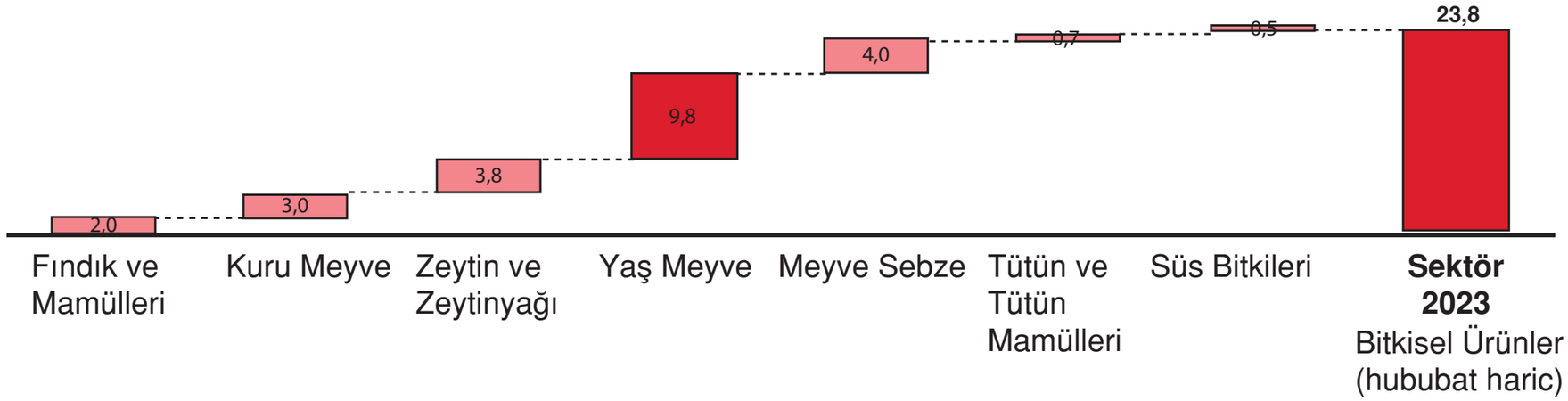
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

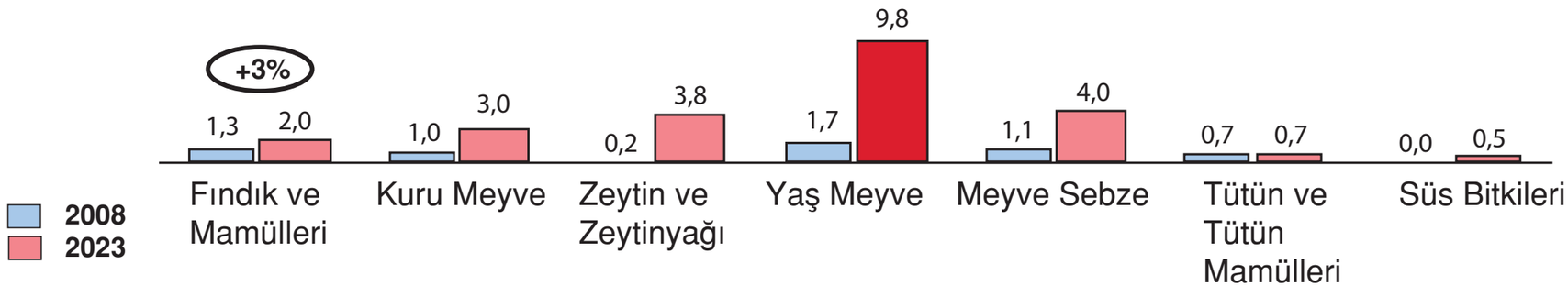
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



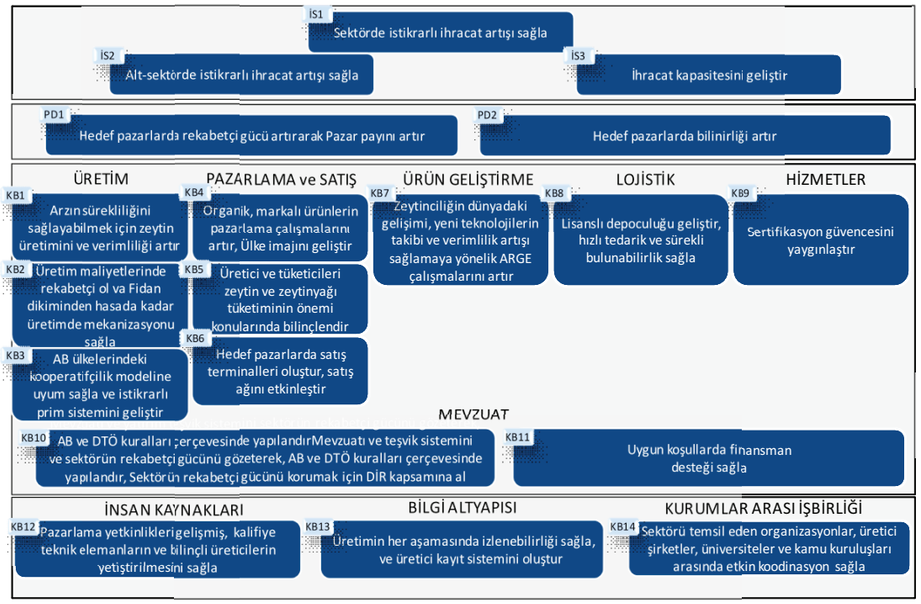
❑Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



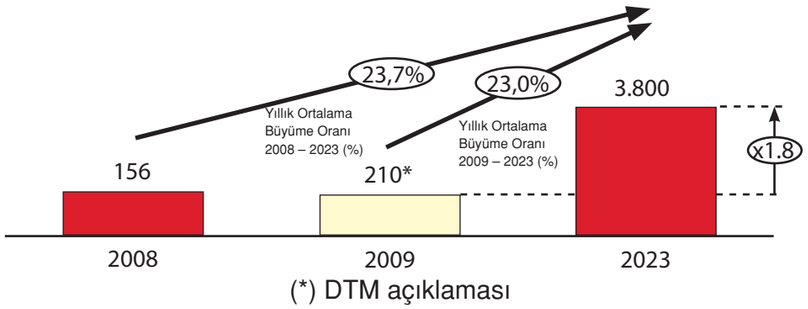


Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü Kritik Çıktılar



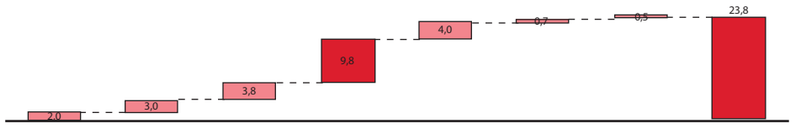


Sektör İhracat Gelir Hedefi



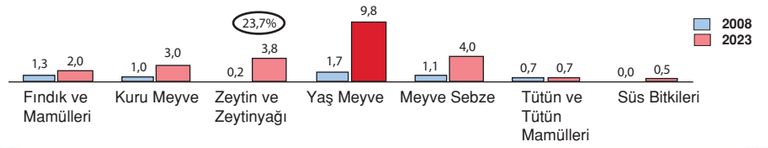
(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

	2008		2023
İhracat Geliri (Milyar $)	0,2		3,8
Dünya Pazar Payı (%)	2,10		32,00
Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2000-2008 15,3		2008-2023 23,7
Türkiye İhracatı Payı (%)	0,13		0,70



Hedef Pazarlar

Zeytin		Zeytinyağı	
1. ABD	6. iran	1. ABD	6. Çin
2. Rusya	8. Almanya	2. Rusya	7. Avustralya
3. Romanya		3. Japonya	8. AB
4. Bulgaristan		4. Kanada	
5. Irak		5. Güney Kore	

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- Yeni pazarlara girmek ve girmiş olduğumuz pazarlarda sürekliliği sağlayabilmek
- DiR kapsamında hammadde ve yarı-mamul temin ederek, kesintisiz üretim ve kesintisiz tedarik sağlamak
- Organik zeytin tarımını yaygınlaştırmak ve markalı ürünler geliştirmek

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Yeni dikilen zeytin ağacı sayısı
- Zeytinyağı üretimi
- Ağaç başına zeytin danesi verimi
- Üretimde mekanizasyona yönelik yatırımlar
- Modern kooperatiflere üye olan üreticilerin oranı

Pazarlama – Satış

- Uluslararası konuma ulaşan marka sayısı
- Private Label (ABD ve Rusya'ya yönelik) destekler - (product of Turkey yazmak kaydıyla)
- Gıda imalatçıları / işletmecileri çiftçilere yönelik yürütülen bilinçlendirme ve tanıtım çalışmaları (

Ürün Geliştirme

- Teknoloji yatırımları ve araştırma çalışmaları

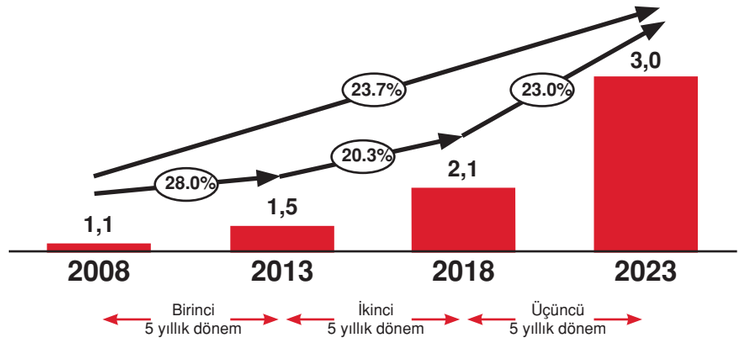
Lojistik

- Lisanslı depolar
- Tedarik süresi

Hizmetler

- Sertifikasyona sahip üretici / ürün / tesis sayısı
- Hizmet kalitesi

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

- Sofralık Zeytin ve zeytinyağının "Dahilde İşleme Rejimi" kapsamına alınması
- Tarım satış kooperatifi uygulamalarının iyileştirilmesi
- Private Label'da DİF'lerin yürürlükte olan marka desteği kadar miktarda yükseltilmesi
- AB, İran gibi yüksek gümrük vergisi uygulayan ülkelerde Serbest Ticaret Anlaşması görüşmelerinde Türk sofralık zeytinine uygulanan vergilerin düşürülmesi
- AB'nin Türkiye'ye uyguladığı kotanın artırılması

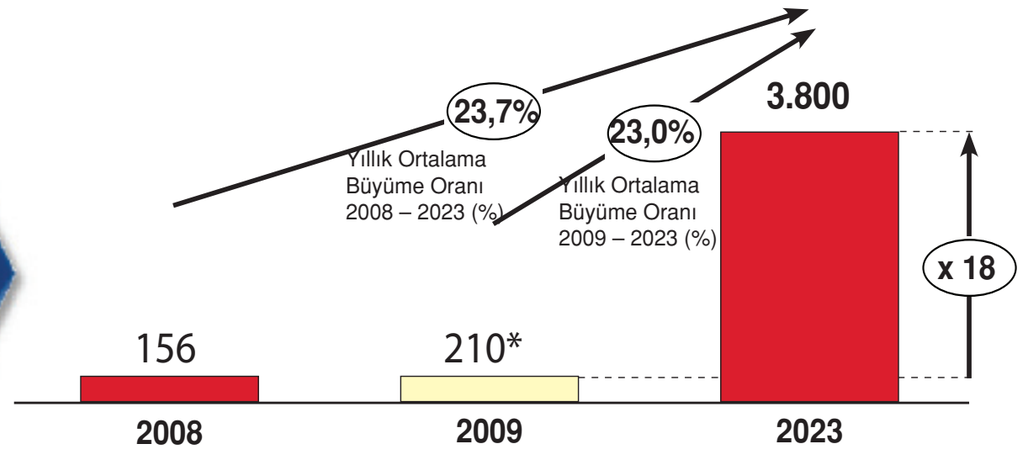
Temel Yetkinlikler

- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat Okulu, Zeytincilik Meslek Yüksek okulu mezunlarının istihdamı
- Çiftçi kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Gıda işletmelerinin kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonunun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Dünya gıda üretim ve tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

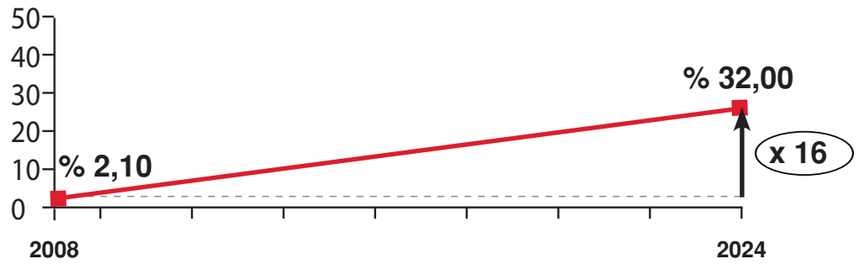
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 12 milyar $)

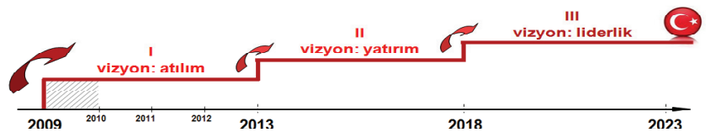


(*) DTM verisi.

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını 16 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

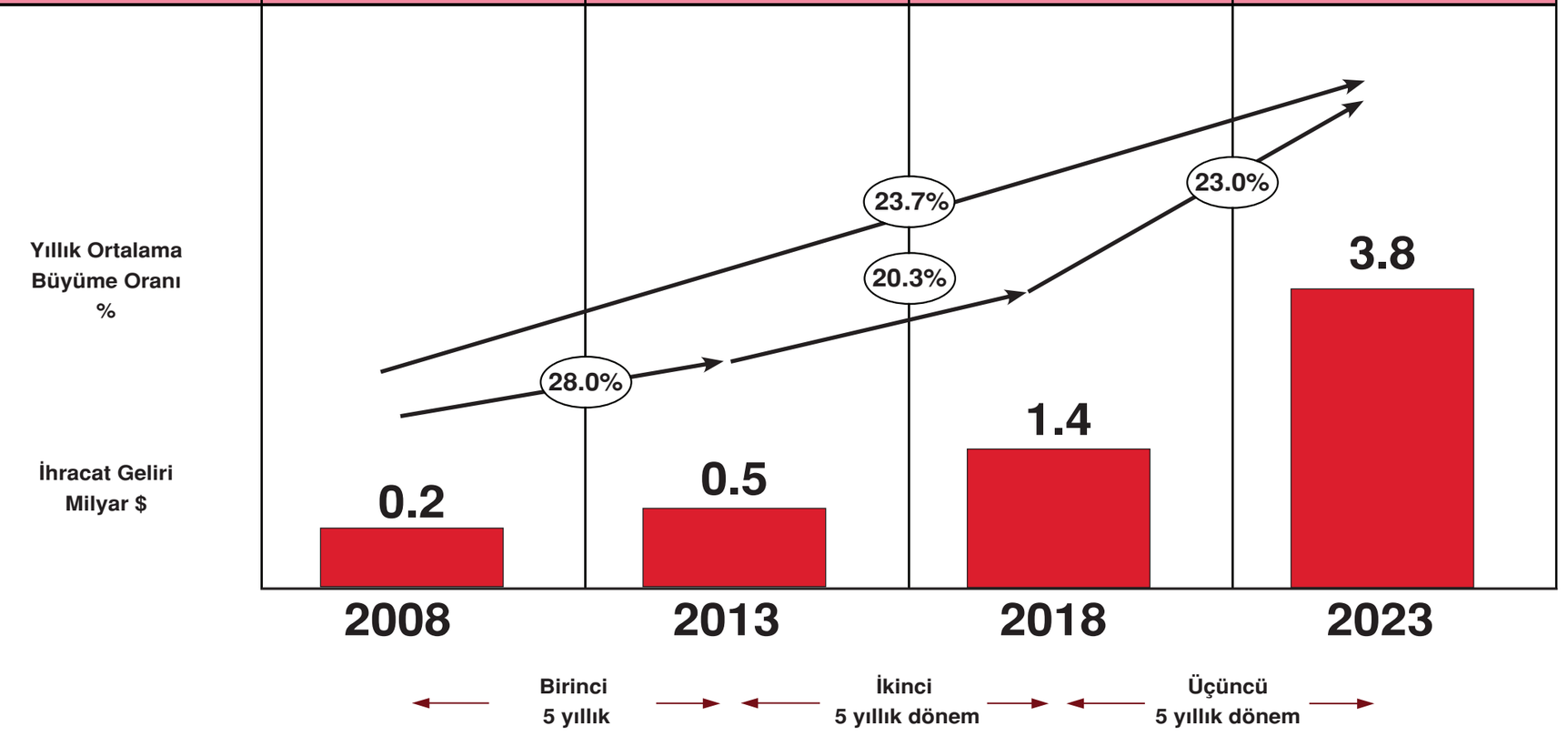
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



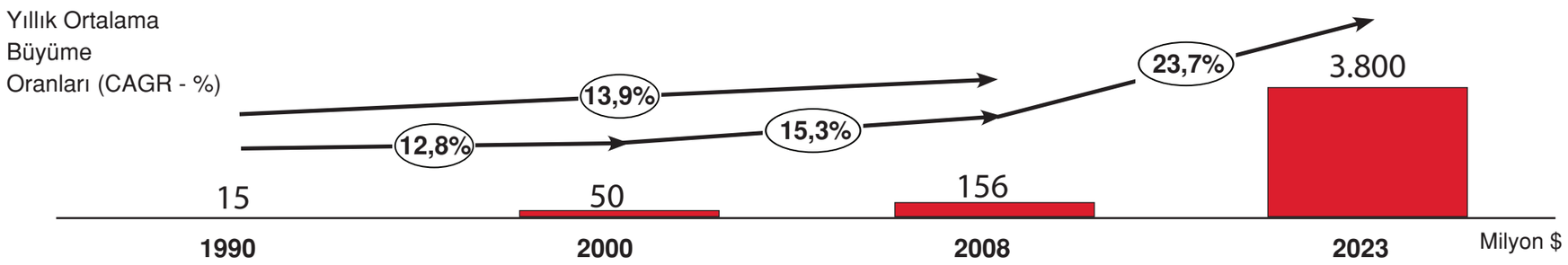


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	7.4	8.2 *	10.7 *	12 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	2.10	6.54	12.62	32.00

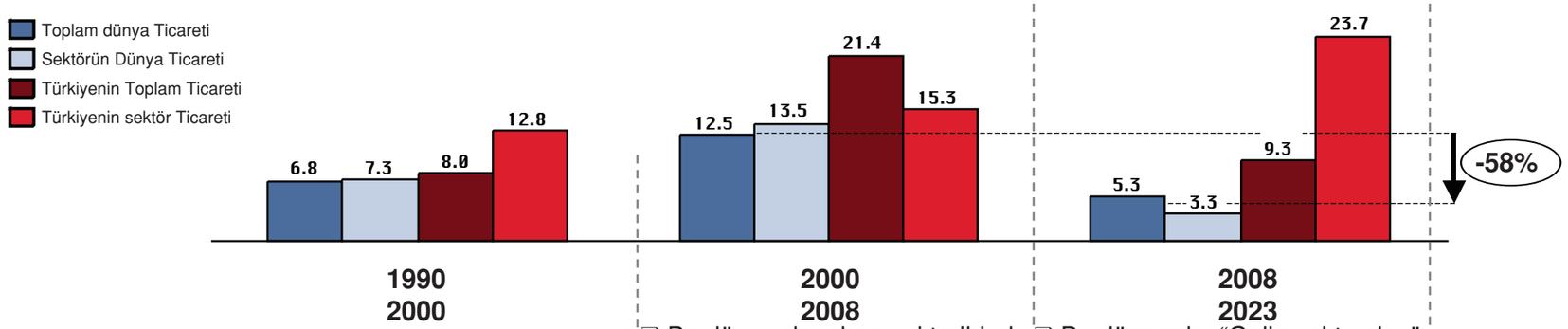


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 140 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

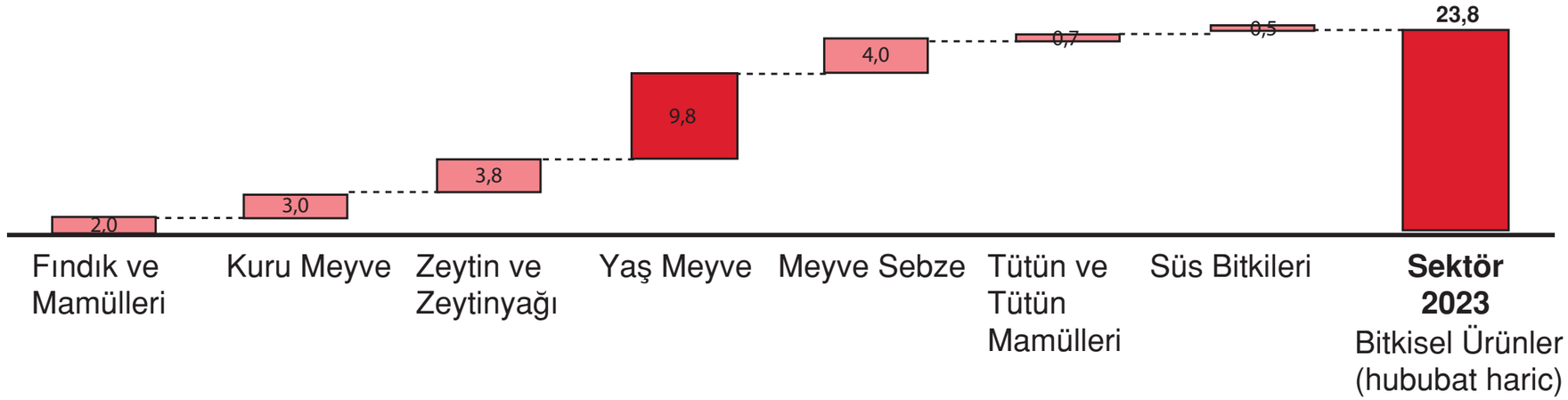
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

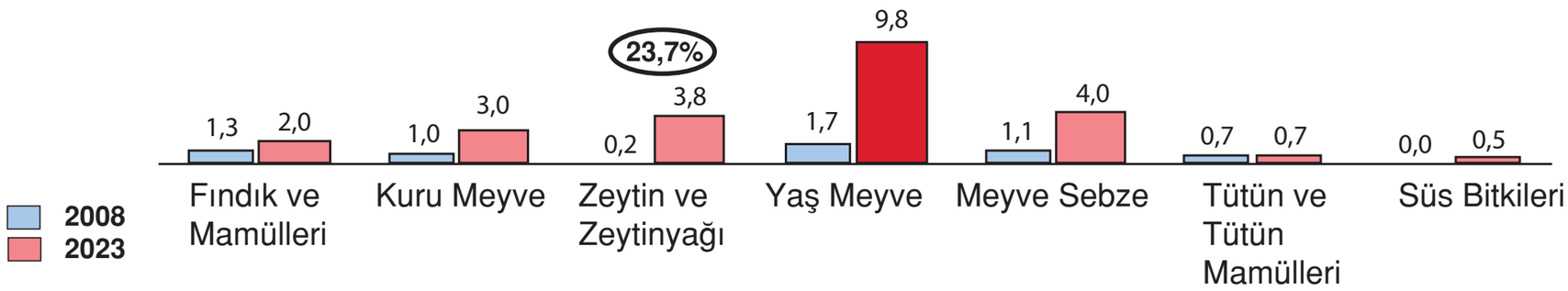
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



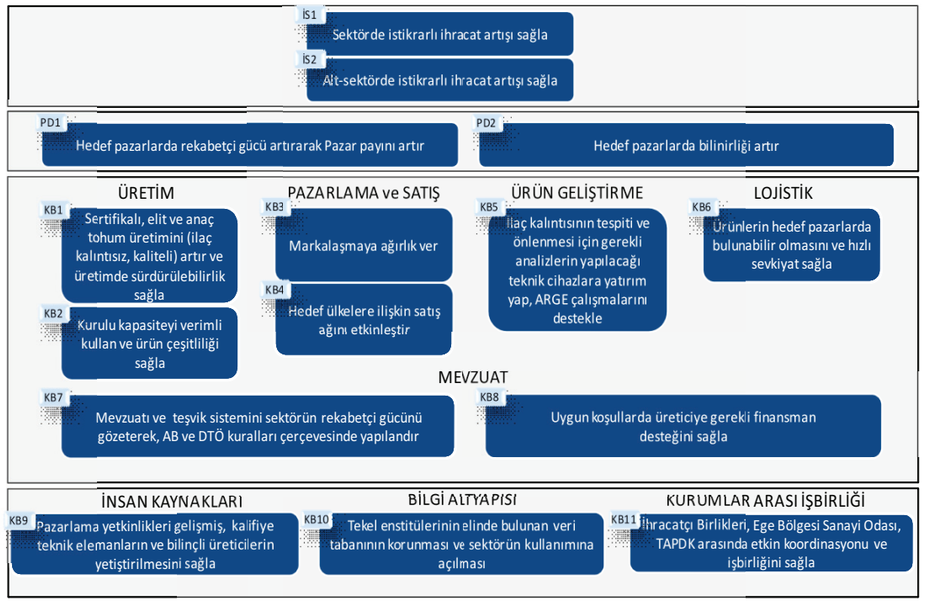
❑Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $







Tütün ve Tütün Mamülleri Sektörü Kritik Çıktılar

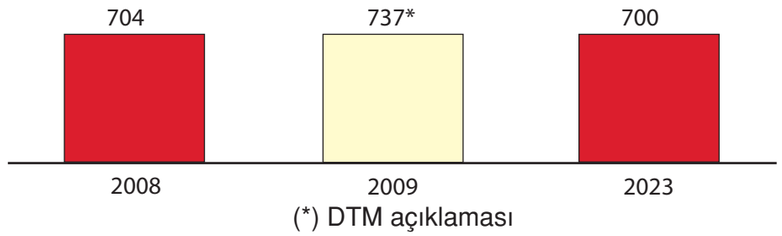


Temel Göstergeler

	2008		2023
İhracat Geliri (Milyar $)	0,7		0,7
Dünya Pazar Payı (%)	2,20		1,94
Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2000-2008 4,6		2008-2023 0,0
Türkiye İhracatı Payı (%)	0,57		0,13

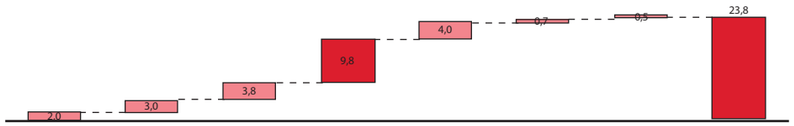
*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

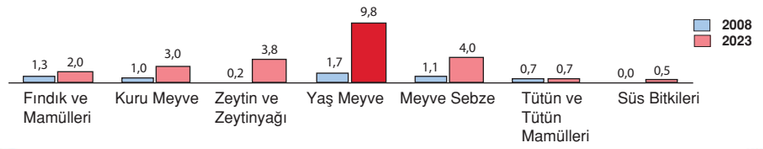
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Hedef Pazarlar

1. ABD
2. Almanya
3. Endonezya
4. Rusya
5. Yunanistan
6. Brezilya
7. Ukranya
8. Meksika
9. Arjantin
10. Kuzey Afrika ülkeleri
11. Çin

Değişim Gündemi

- Üretimin sürekliliğinin sağlanması
- Dahilde işleme izin Belgesi kapsamında ihracat kaydıyla tütün ithaline izin verilmesi
- İlaç kalıntısız, kaliteli ürünlerle markalaşmak
- Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu'nun (TAPDK) ticareti engelleyici hükümler konusunda gerekli yasal düzenlemeleri yapması

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Sertifikalı, elit ve anaç tohum üretimi
- Kaliteli tütün çeşitlerinin standardizasyon ve tescillerinin sağlanmasına yönelik çalışmalar
- Üretime yönelik yatırımlar

Pazarlama – Satış

- Uluslararası konuma ulaşan marka sayısı

Ürün Geliştirme

- İlaç kalıntısının tespiti ve önlenmesi için gerekli araştırma çalışmaları

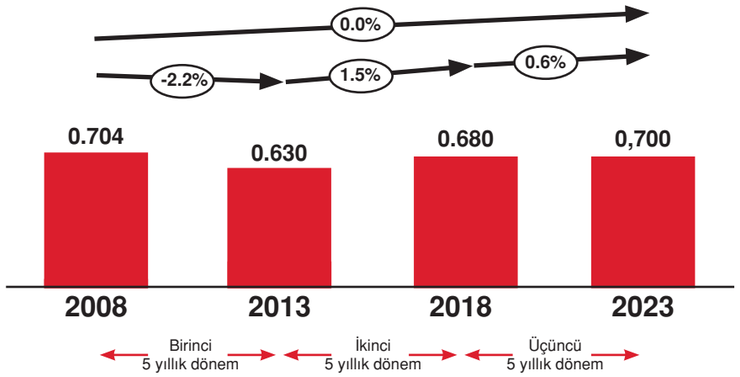
Lojistik

- Tedarik süresi

Mevzuat

- Yaprak tütün ihracatçısı şirketlerimizin yurt dışından numune getirebilmesinin sağlanması
- Dahilde işleme izin belgesi kapsamında tütün ithaline olanak sağlanması
- Yeni ürünlerin üretim denemelerinde gerekli izin alınması konusunda sıkıntıların giderilmesi
- TAPDK'nin ticareti engelleyici hükümleri gözden geçirerek bu konuda gerekli düzenlemelerin yapması
- TAPDK tarafından yasa dışı tütün üretim ve ticaretinin engellenmesine yönelik tedbirlerin alınması, yasal mevzuatta bulunan ve üretici başına 50 kg'lık kıyılmış tütün miktarının gerçek ihtiyaç olan 5 kg'a indirilmesi

Sektör İhracat Gelir Hedefi



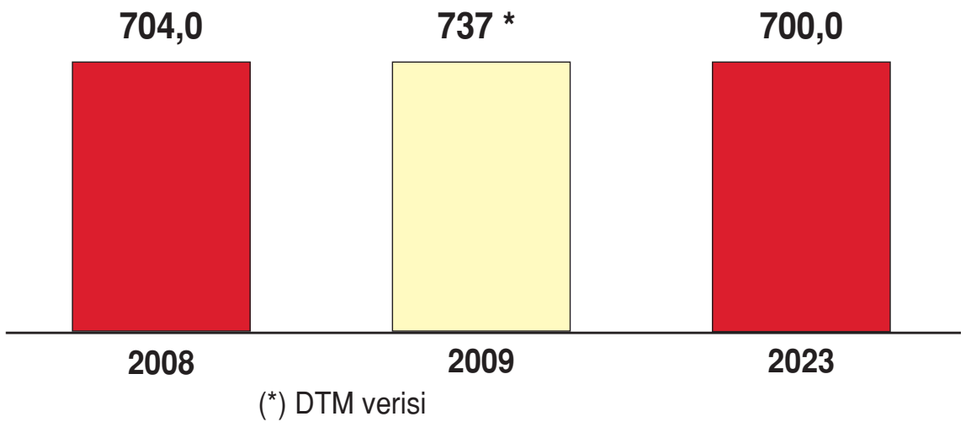
Temel Yetkinlikler

- Tarım Meslek Liseleri, Ziraat okulu mezunlarının istihdamı
- Tütün Experliği Yüksek Okulu'nun Ziraat fakültesi kapsamına alınması
- Araştırma enstitüsü sayısı
- Üretici kayıt sisteminin geliştirilmesi
- Kayıt sistemleri arasında tam entegrasyonunun sağlanması
- İzleme ve kontrol sistemlerinin geliştirilmesi
- Tekel enstitüleri tarafından uzun yıllardır yapılmış olan çalışmaların sektörün kullanıma açılması
- Dünya tütün tüketim trendlerinin takip edilebilmesi amacıyla bir veri istasyonu oluşturulması

2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

❑ **Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $**

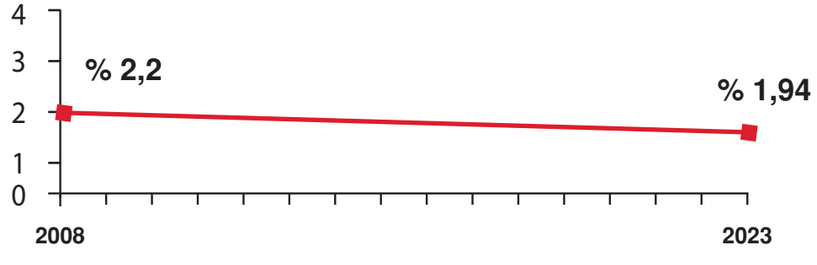
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü 23 milyar $)

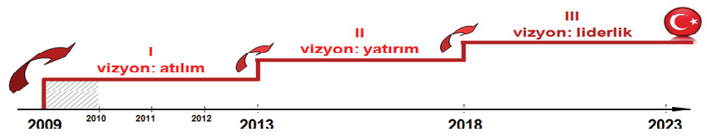


(*) DTM verisi

❑ **Sektörün 2008-2023 büyümesi, dünya ticaretindeki payını %2 katına çıkartacağı iddiasını taşımaktadır.**

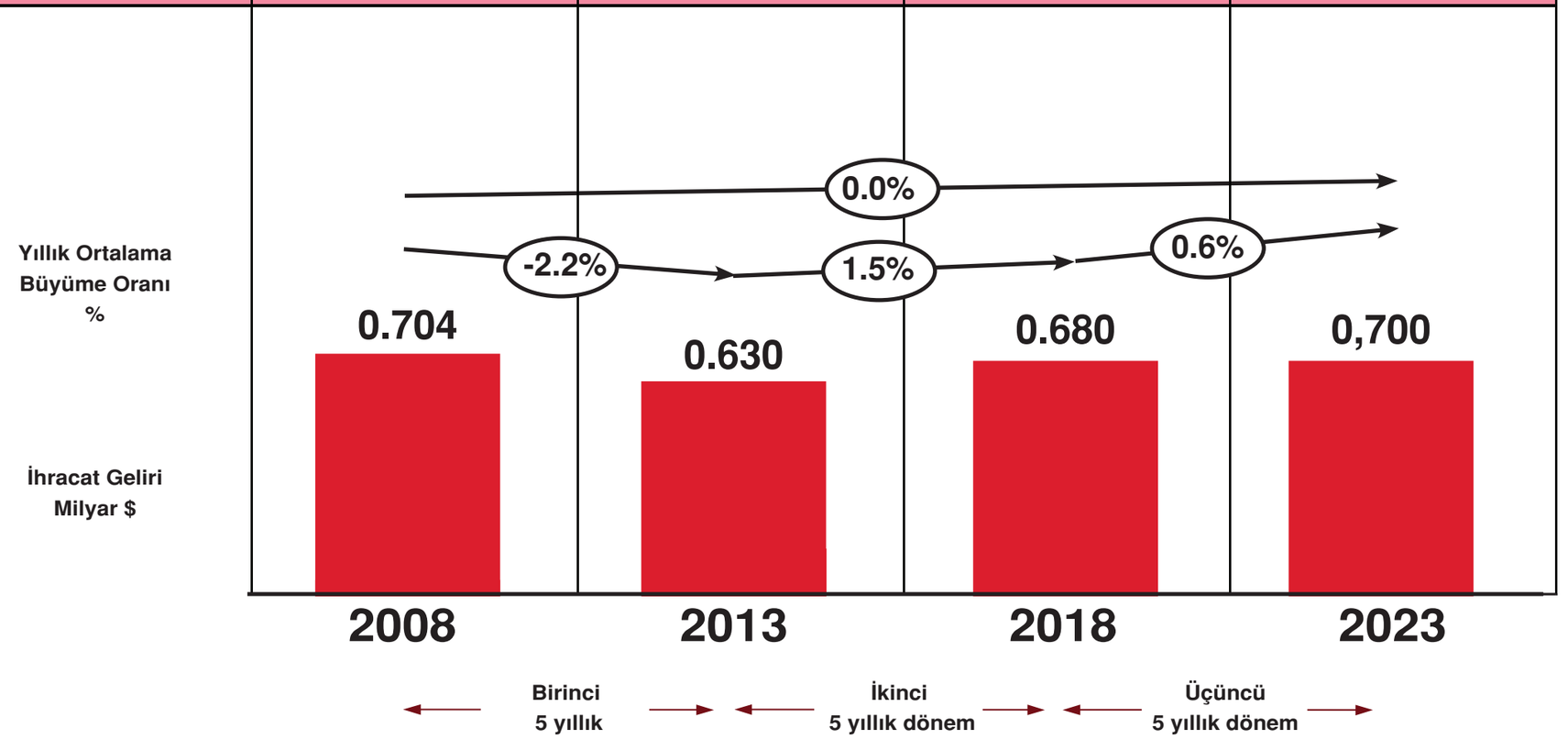
Dünya ilgili sektör ticareti içinde Türkiye'nin payı %



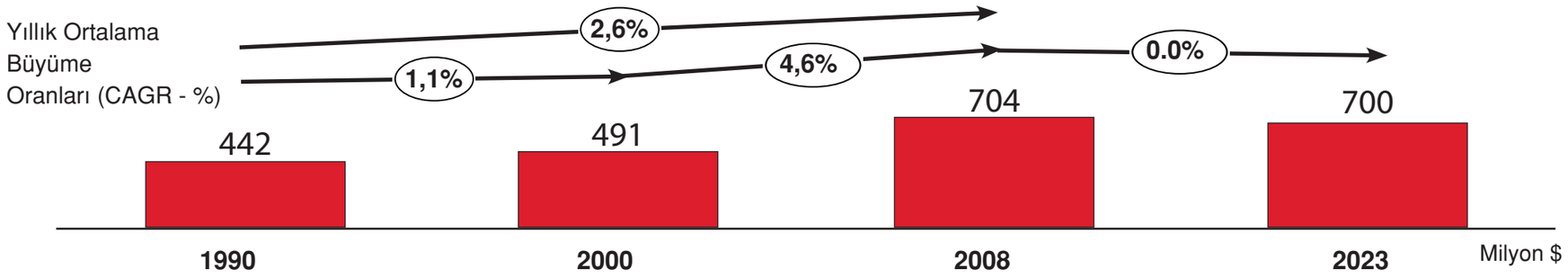


Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	32.7	25 *	32 *	36 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	2.20	2.52	2.13	1.94

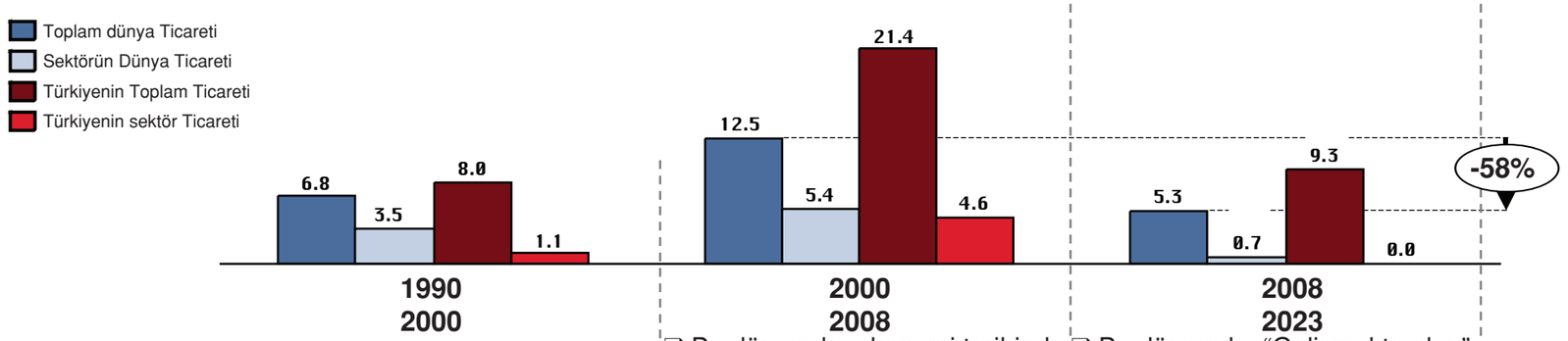


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 140 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)



❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

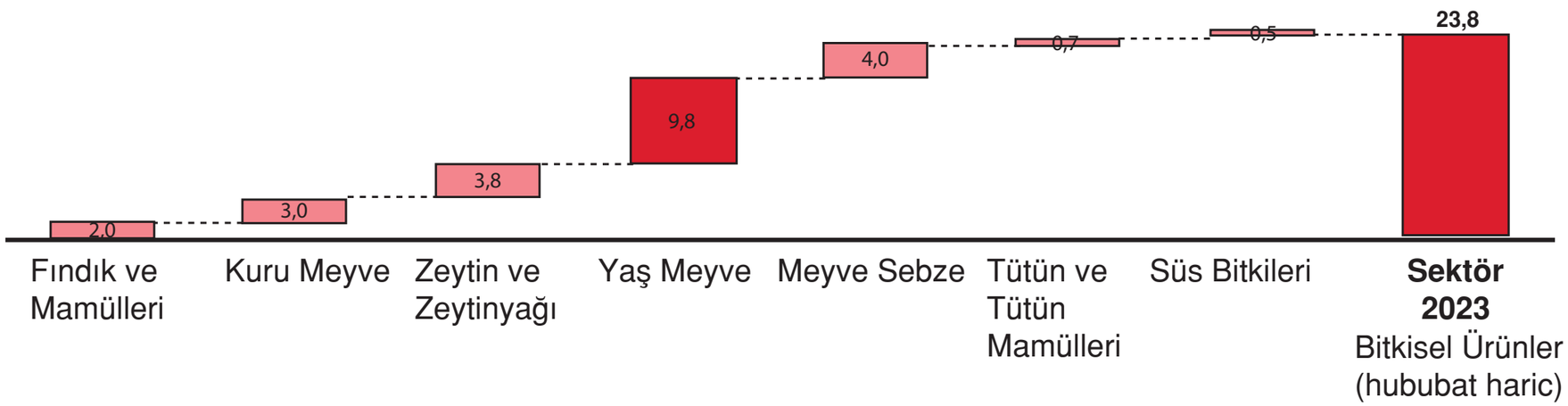
❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

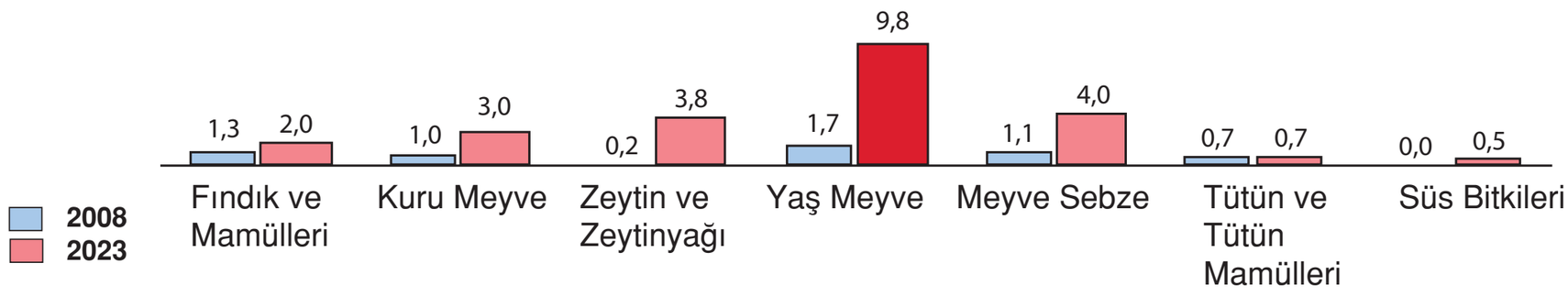
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



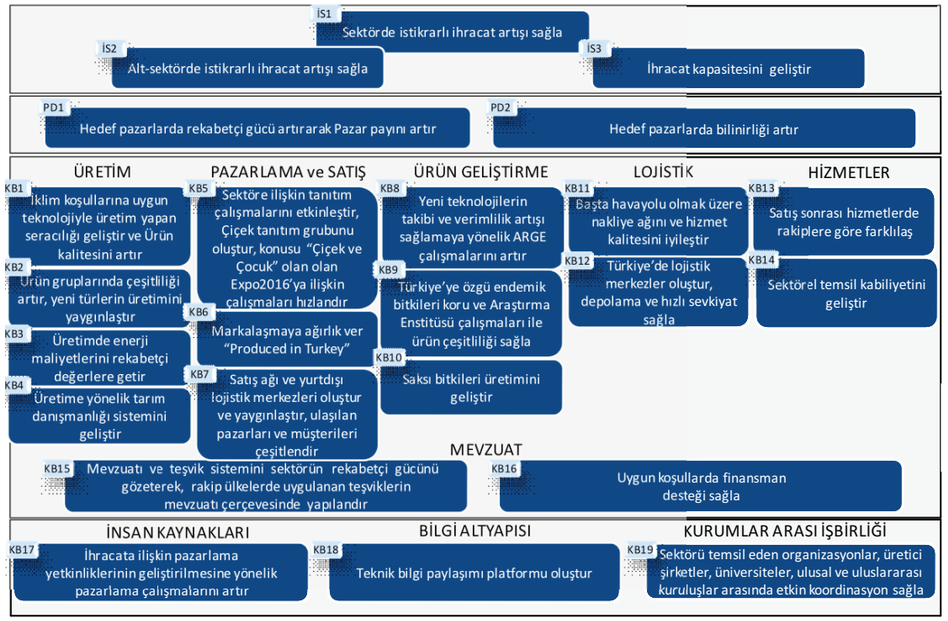
❑Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $



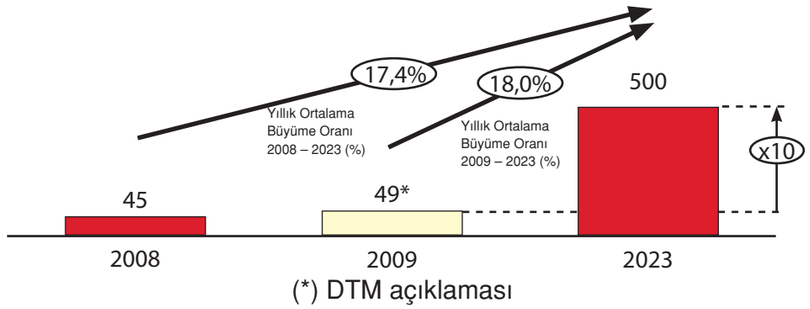


Süs Bitkileri Sektörü Kritik Çıktılar



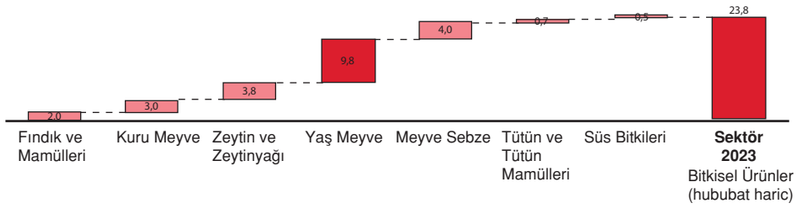


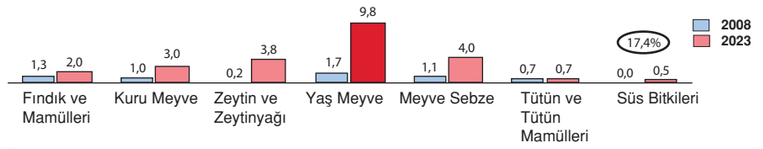
Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) DTM açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri





Temel Göstergeler

2008		2023
0,05	İhracat Geliri (Milyar $)	0,5
0,20	Dünya Pazar Payı (%)	2,10
2000-2008 16,8	Yıllık Ort. Artış Oranı(%)	2008-2023 17,4
0,04	Türkiye İhracatı Payı (%)	0,09

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Hedef Pazarlar

1. İngiltere
2. Holanda
3. Rusya
4. Ukranya
5. Polonya
6. Bulgaristan
7. Macaristan
8. Almanya
9. Slovakya
10. Çek Cumhuriyeti
11. Libya
12 Irak
13. BAE
14. Türkmenistan
14. İskandinav
16. Kuzey Amerika
17. Romanya

Değişim Gündemi

- Hedef pazarları çeşitlendirmek
- Ürün çeşitliliğini ve ürün kalitesini artırmak

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- Modern üretim teknolojieriyle üretim yapan büyük ölçekli üretici sayısı
- Büyük ölçekli modern sera yatırımlarının desteklenmesine yönelik verilen teşvikler
- Üretim bölgelerinde bulunan ihracat mezatları
- Kapalı alanda üretim yapan üretici sayısı
- Açık alanda üretim yapan üretici sayısı
- Organize çiçek üretim bölgesi sayısı
- Yılboyu ihracat gerçekleştirilecek üretim alanları büyüklüğü
- Bitki koruma ürünleri
- Endemik bitkilere yönelik araştırma sayısı
- Kültüre alınan doğal çiçek soğanlarının üretim alanı

Pazarlama – Satış

- Düzenlenen tanıtım ve fuar çalışmaları
- Çiçek Tanıtım Grubu'nun oluşturulması
- Expo 2016 yatırım miktarı

Ürün Geliştirme

- Teknoloji yatırımları ve araştırma çalışmaları
- Saksı bitkileri üretimi

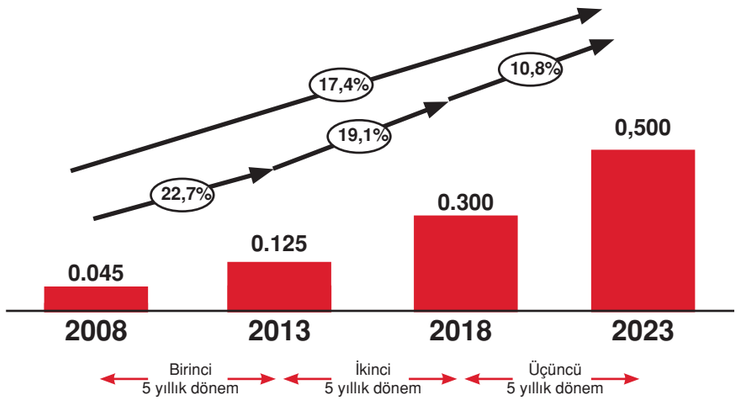
Lojistik

- Uçak kesme çiçek kargo ücretleri
- TIR taşımacılığı maliyetleri– rakiplerle kıyaslama
- Birden çok firmanın malının tek bir tırda taşınabilmesini teminen grupaj işlemlerine yönelik organizasyonlar
- Hedef pazarlara ilişkin teslimat depoları
- Stok devir hızı
- Tedarik süresi

Hizmetler

- Hizmet kalitesi
- Sektörü temsil eden organizasyon sayısı

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

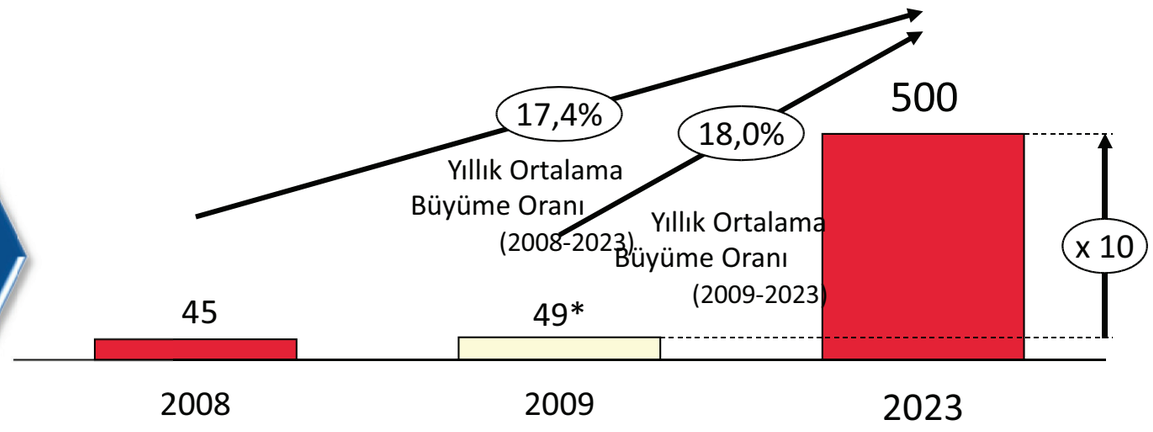
- Organize Tarım Bölgeleri'nin - Organize Süs Bitkileri Bölgeleri'nin oluşturulması
- Çiçek soğanlarının ihracatında söküm yönteminden ayrılarak "kültüre alma" yoluyla üretim gerçekleştirilmesi ve ihracata yönlendirilmesine yönelik teşvikler
- Süs bitkileri üretiminin ana maddesi olan fide ve tohumlarının satışında uygulanan KDV oranının AB gibi özel oranlara indirilmesi
- Organize tarım bölgelerinde yer alan büyük işletmelere yatırım indiriminden faydalanma imkanı sağlanması
- Küçük işletmelerde sera yatırımlarına KKDF teşviki verilmesi
- Kredilenmenin sadece teminata değil, projelere de sağlanması

Temel Yetkinlikler

- Meslek liseleri ve üniversite mezunlarının istihdamı (kişi) – uzman, ara eleman
- Teknik bilgi paylaşımı platformunun oluşturulması
- Yurtdışı lojistik merkezlerindeki ülke veya müşteri bilgilerini oluşturulması

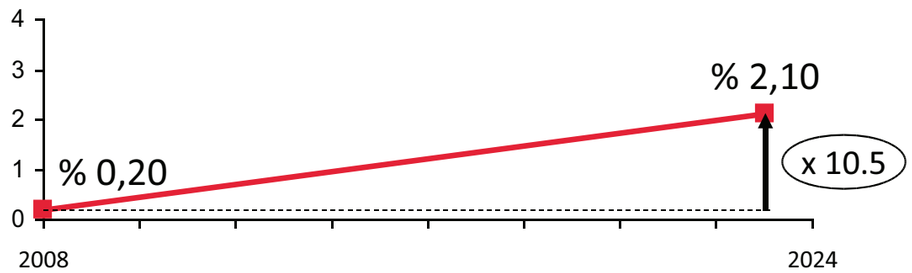
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

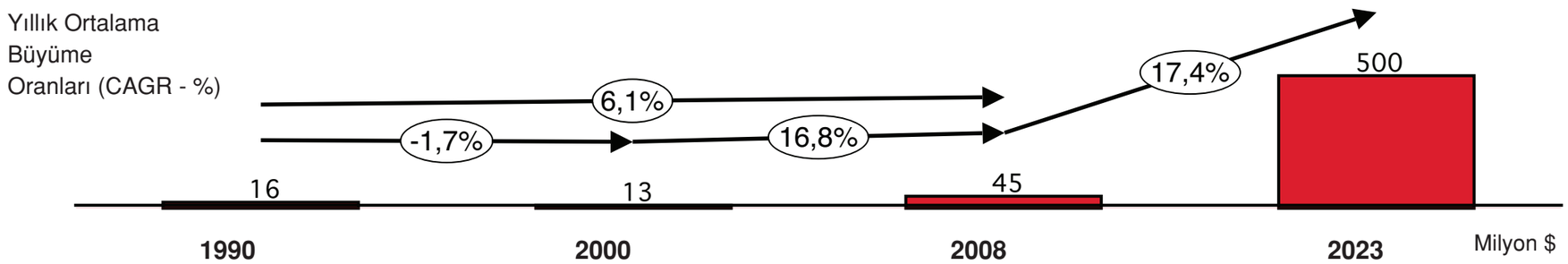
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
24 milyar $)



(*) DTM verisi

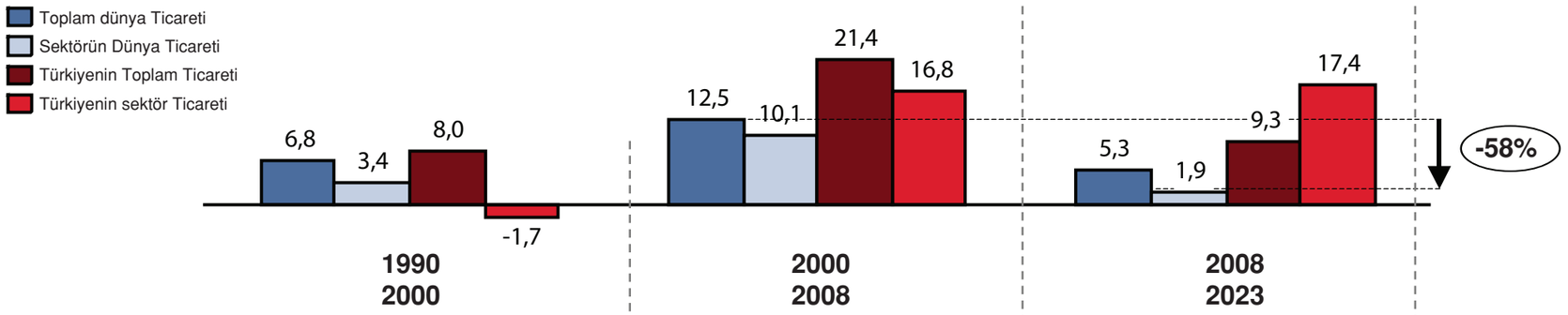
Dünya ilgili sektör ticareti
içinde Türkiye'nin payı %





Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 29 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

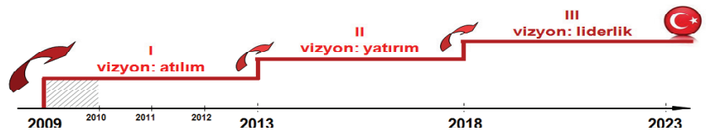


❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

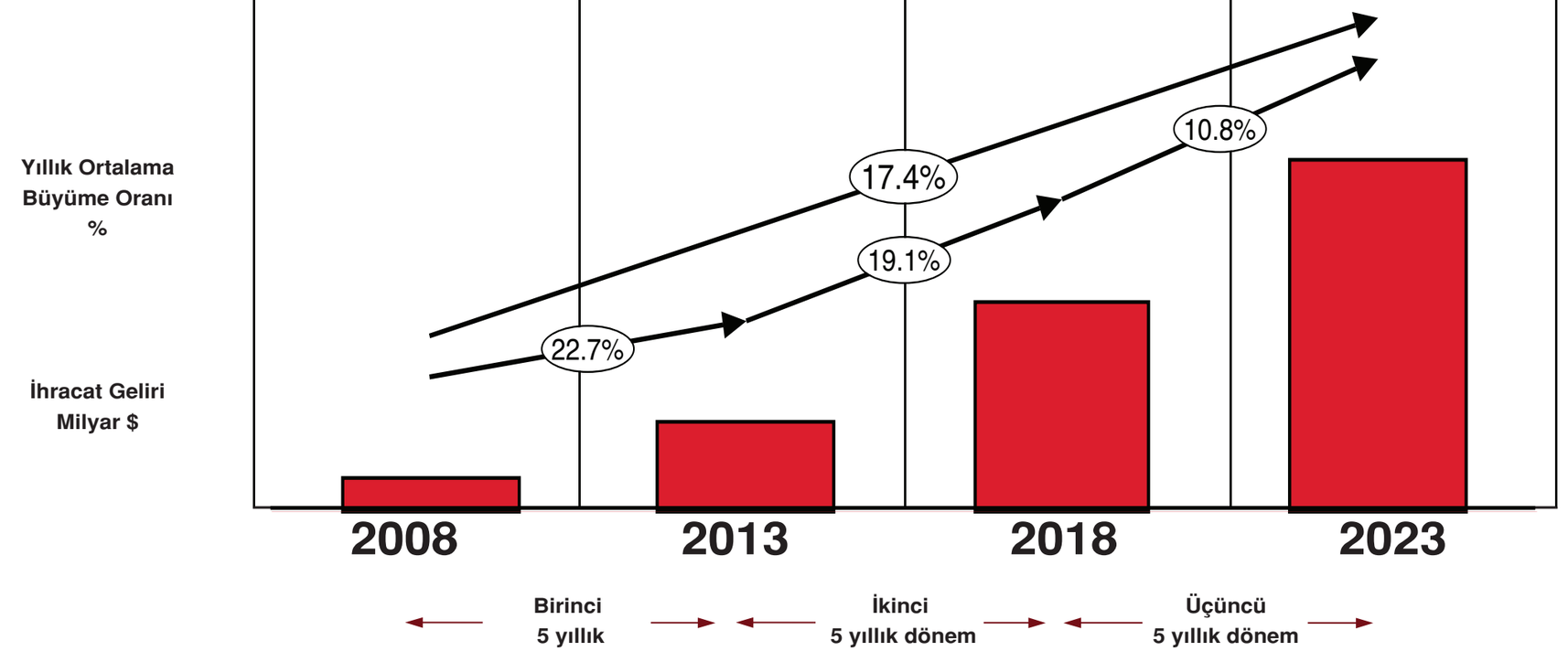
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

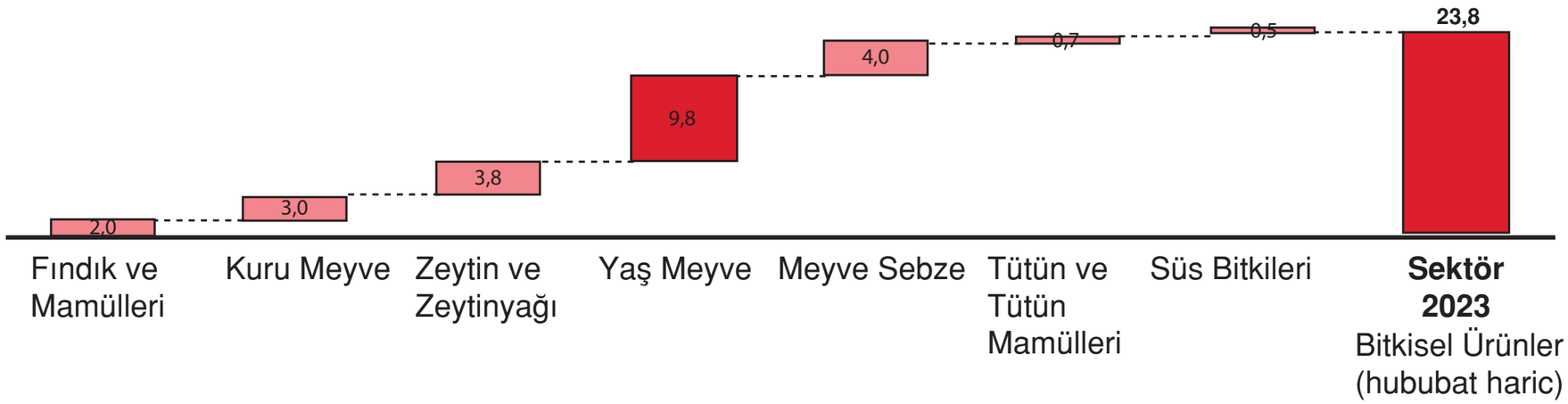
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	18.2	16 *	21 *	24 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	0.20	0.78	1.43	2.10

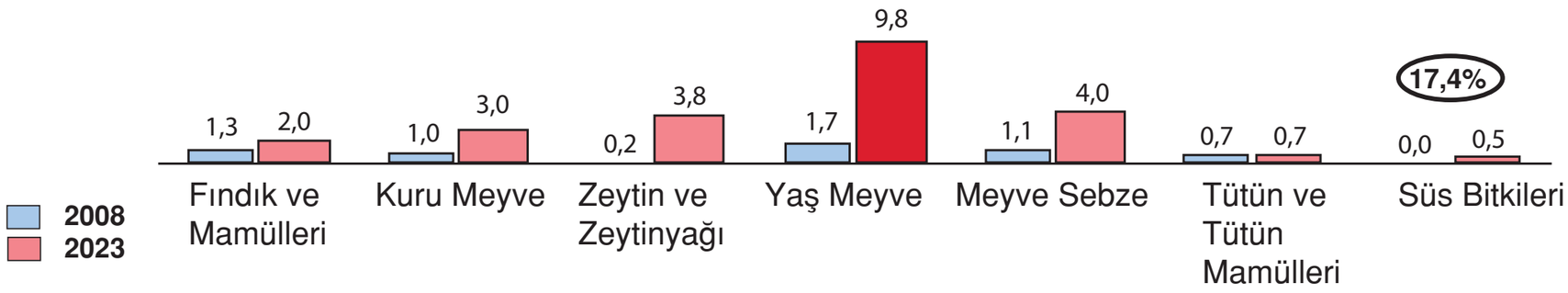


(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri



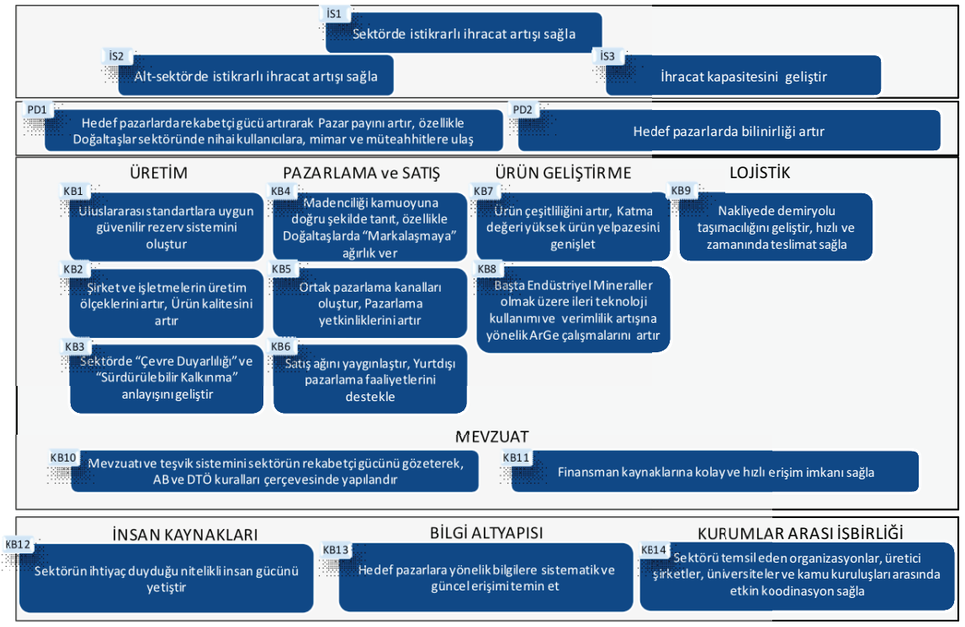
❑**Alt-sektörler bazında ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası – Milyar $**



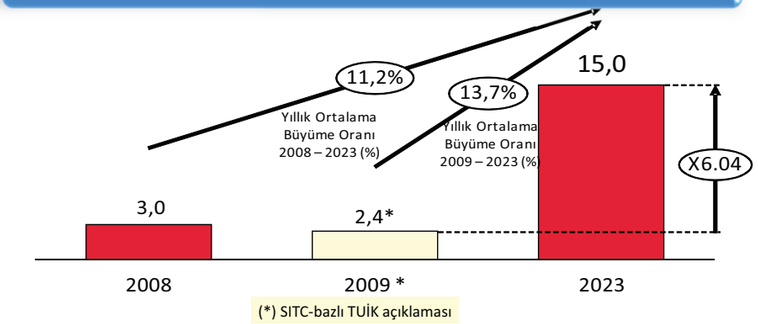




Madencilik Ürünleri Sektörü Kritik Çıktılar

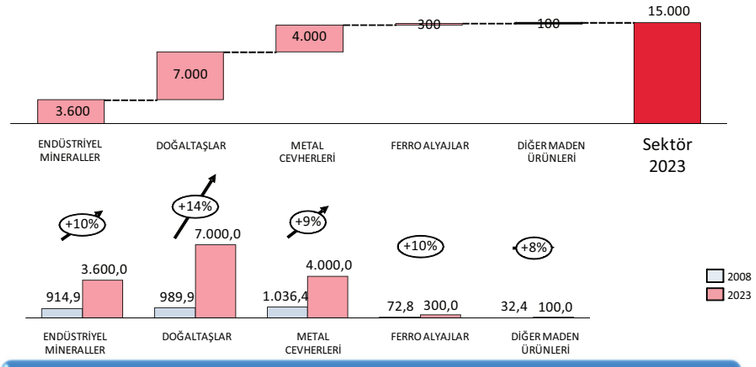


Sektör İhracat Gelir Hedefi



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

Alt-sektörler İhracat Gelir Hedefleri



Temel Göstergeler

	2008	2023
İhracat Geliri *(Milyar $)*	3,0	15,0
Dünya Pazar Payı *(%)*	0,90	1,67
Yıllık Ort. Artış Oranı *(%)*	2000-2008 25,2	2008-2023 11,2
Türkiye İhracatı Payı *(%)*	2,44	2,75

Hedef Pazarlar

Doğal Taşlar
1. G. Kore
2. BAE
3. Mısır
4. Libya
5. Amerika
6. Çin
7. Hindistan
8. Rusya
9. Irak
10. S.Arabistan
11. Azerbaycan
12. İspanya
13. İngiltere
14. İtalya

Endüstriyel Mineraller
1. Çin
2. ABD
3. S.Arabistan
4. Suriye
5. Irak
6. İran
7. İtalya
8. Hindistan
9. Libya
10. Rusya
11. Ukranya
12. Bulgaristan
13. Romanya
14 Yunanistan
15. AB ülkeler
16. Ortadoğu ülkeleri

*** Sektör raporu TİM Strateji Ofisinde bulunmaktadır**

Değişim Gündemi

- ❑ Uluslararası standartlara uygun güvenilir rezerv sistemini oluştur
- ❑ Doğaltaşlar sektöründe Markalaşmak, nihai kullanıcı-lara, mimar ve müteahhitlere ulaşmak
- ❑ Endüstriyel minerallerde katma değeri yüksek ürünlere yönelmek
- ❑ Sektörde "Çevre Duyarlılığını" ve "Sürdürülebilir Kalkınma" anla-yışını geliştirmek

Büyüme dinamikleri / gereklilikleri

Üretim

- ❑ Üretimi yapılacak maden kaynağının kalitatif ve kantitatif parametrelerinin uluslararası standartlara uygunluğu
- ❑ İşletmeye alınan maden rezervleri
- ❑ Üretim kapasitesi – doğaltaşlar, endüstriyel mineraller, metal cevherleri, ferro alyajlar

Pazarlama – Satış

- ❑ Mermer/doğal taş ürünlerininin Turquality projesine dahil edilmesi
- ❑ Tescili tarafımıza ait olan markalı ürünler
- ❑ Doğaltaşlarda sahip olunan uluslararası marka sayısı

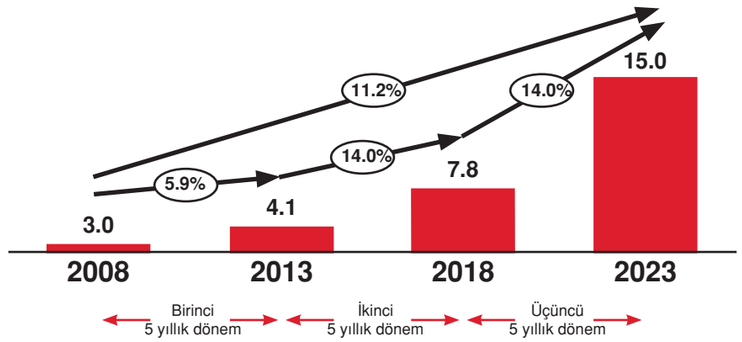
Ürün Geliştirme

- ❑ Katma değeri yüksek, kaliteli, uygun fiyatlı ve çevreye duyarlı ürünlerin ihracatı

Lojistik

- ❑ Demiryolu kapasitlerindeki artış
- ❑ Liman yükleme kapasitelerindeki artış
- ❑ Tedarik süresi

Sektör İhracat Gelir Hedefi



Mevzuat

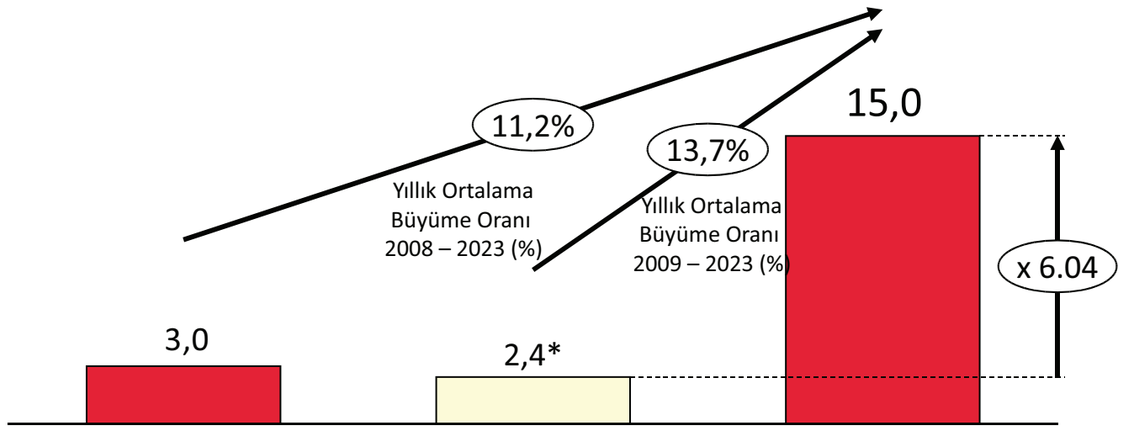
- ❑ İhraç edilen ürünün üretiminde kullanılan akaryakıt üzerindeki ÖTV'nin kaldırılması
- ❑ İhracattan doğan KDV ve mahsup işlemlerinin hızlandırılması
- ❑ Tarife dışı engeller – hedef pazarlar ile tarife dışı engellerin azaltılması
- ❑ Sektörü doğrudan temsil eden bir Maden Bakanlığı'nın kurulması
- ❑ Ruhsat güvenliği ve devamlılığının sağlanması
- ❑ Saha ruhsatlarının ve stoktaki madenlerin bankalarca teminat sayılması için gerekli yasal düzenlemeler yapılması
- ❑ Madencilik sektörüne ilişkin tüm yasa ve yönetmeliklerin AB ile uyumlandırılması

Temel Yetkinlikler

- ❑ Meslek liseleri ve üniversite mezunlarının istihdamı
- ❑ Sektöre nitelikli eleman yetiştiren orta öğretim, lisans ve yüksek lisans okulları sayısı ve kapasiteleri
- ❑ Güncel sektör bilgi veri tabanının oluşturulması

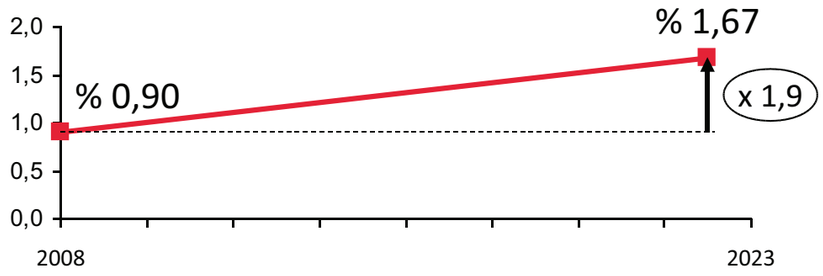
2023 VİZYONU: Rakiplerin Önüne Geçerek, Sürdürülebilir İhracat Büyümesi Sağlamak

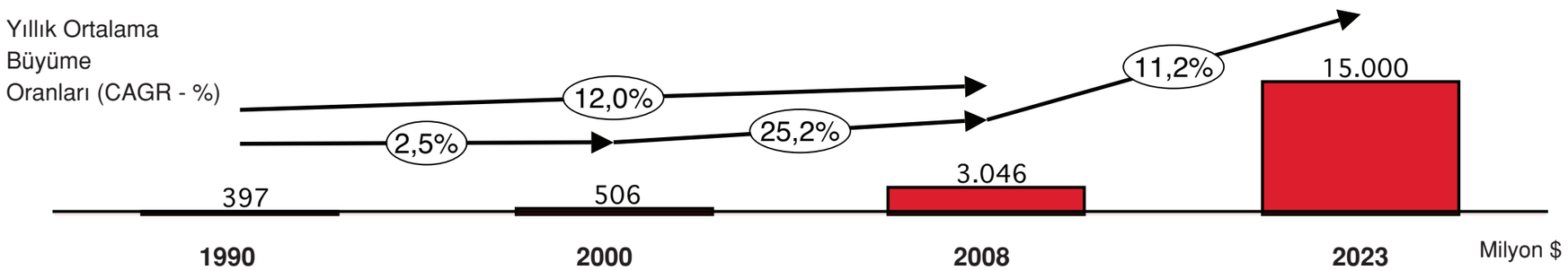
İhracat
Milyar $
(Dünya 2023 öngörüsü
900 milyar $)



(*) SITC-bazlı TUİK açıklaması

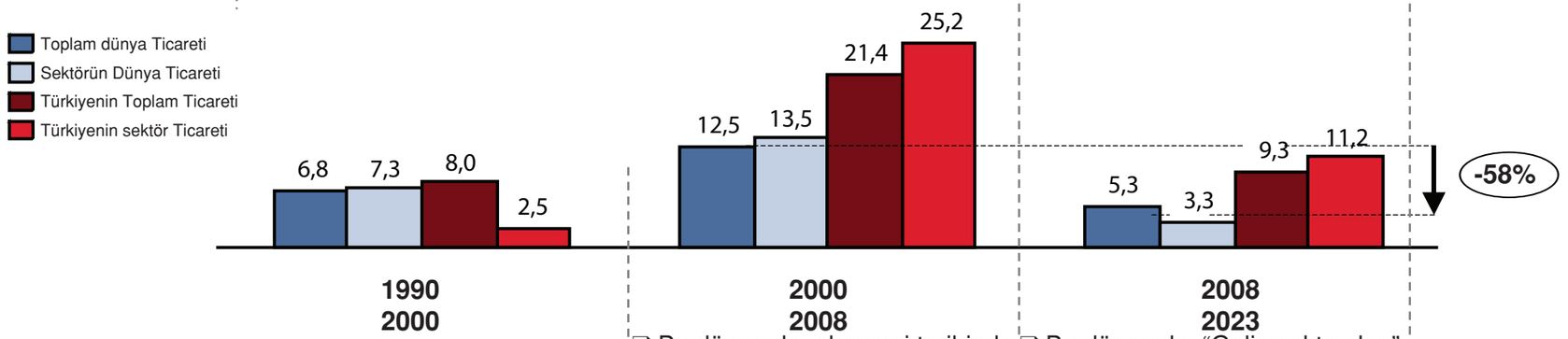
Dünya ilgili sektör
ticareti içinde
Türkiye'nin payı %





Türkiye Sektör ihracatı, 1990'dan 2008'e (geçmiş 18 yılda) mutlak 2.6 Milyar $ artış gerçekleştirmiştir.

Yıllık Ortalama Büyüme Oranları (CAGR - %)

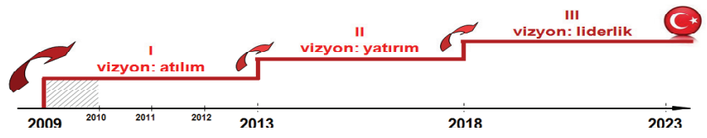


❑ Bu dönemde, ekonomi tarihinde daha önce görülmemiş şekide, Dünya geliri 2 kat, Dünya ticareti 2,5 kat artmıştır.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranı % 12,5 olmuştur.

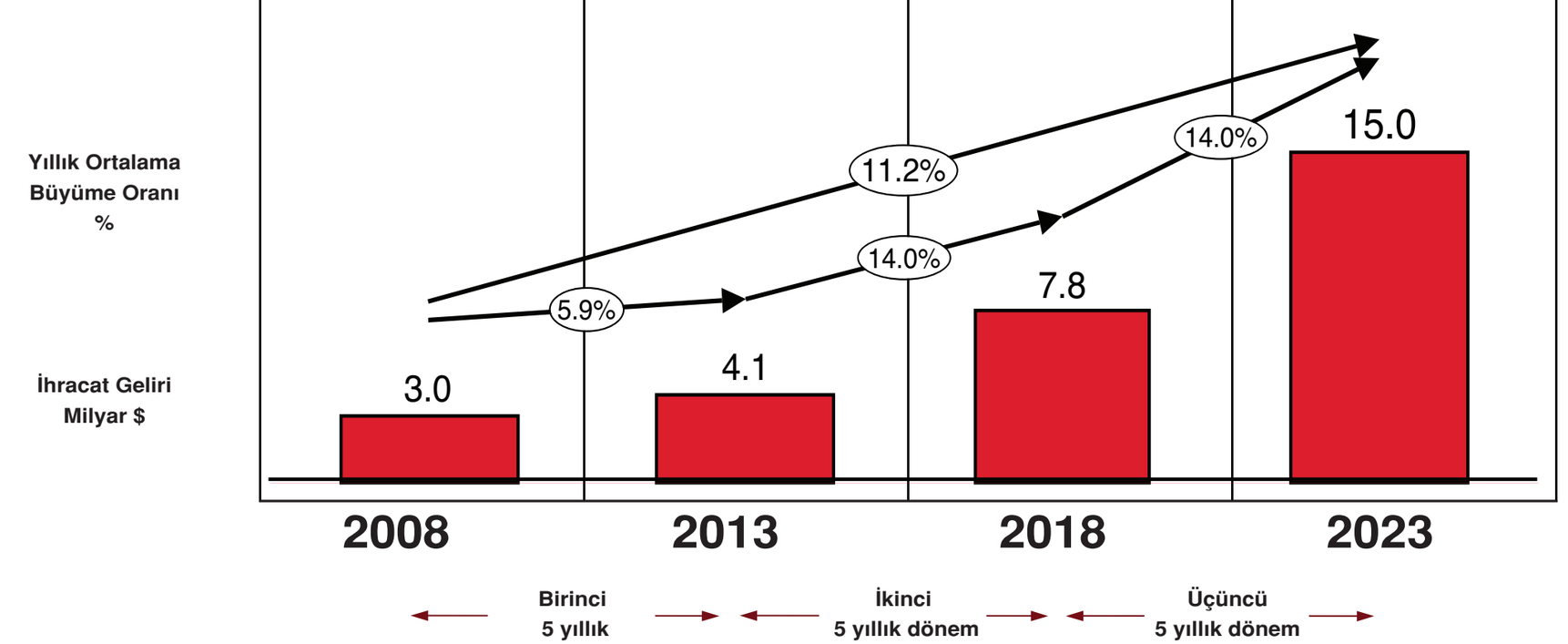
❑ Bu dönemde, "Gelişmekte olan" ülkelerin etkisinin artacağı ve rekabetin çok yüksek düzeyde olacağı öngörülmektedir.

❑ Dünya Mal Ticareti yıllık ortalama artış oranının % 5 düzeyinde olacağı öngörülmektedir.



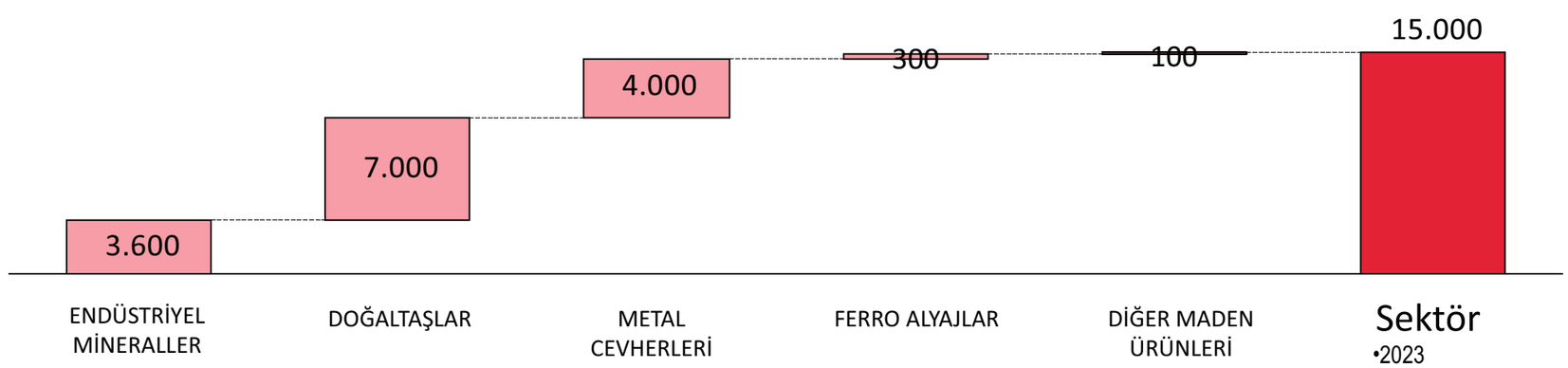
Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $

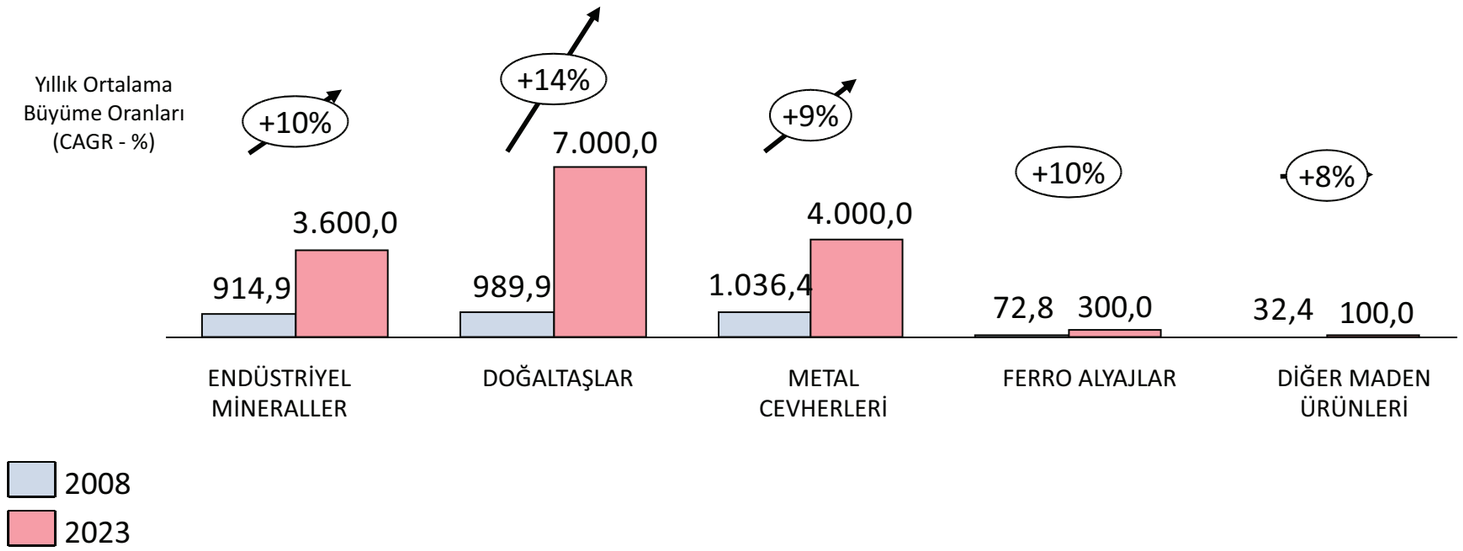
SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)	335.4	403 *	616 *	900 *
TÜRKİYE'nin SEKTÖR DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI (%)	0.90	1.01	1.27	1.67



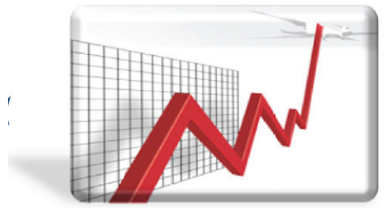
(*) Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları Dünya ticareti büyüklük öngörüleri

Sektörel ihracat büyüklüğünde gelecek iddiası - Milyar $





Proje Hakkında



100. YIL HEDEFİ DEMOKRASİ İLE KALKINMA VE İSTİKRAR HEDEFİDİR...

Türkiye'nin, Cumhuriyetimizin 100. yılı için önüne koyduğu vizyonun ekonomik anlamda en anlamlı ve somut hedeflerinden biri olan 500 milyar dolar ihracat hedefi aslında yalnız rakamsal bir büyüklüğü ifade etmiyor. Bu kapsamlı çalışma da göreceğiniz gibi bu hedef, bir dönüşümünün rakamsal ifadesidir sadece... Bugün yaşananlar hakkında ne düşünürsek, nasıl ve nerede tavır alırsak alalım, bu ülkenin bir yurttaşı olarak şunu kabul etmek zorundayız: Türkiye büyük ve tarihi bir fırsatın üzerinde şu an..

100. yıla yaklaşırken, sanki hızlandırılmış bir tarih gibi ayağımızın altından gelip geçen küresel değişimin merkezlerinden birisi Türkiye; hatta Türkiye, bu hızlı değişimin en önemli merkezi. Türkiye, istikrarı ve kalkınmayı demokrasi ile sağlamak ve bu barış ve kalkınma idealinin, yalnız ulusal sınırları içinde değil, Avrupa'dan Kafkaslara kadar olan tüm bölgede gerçekleşmesi için öncü olma fırsatını ele geçirmiş ve bu fırsatı kullanmaya bu yolda ilerlemeye başlamıştır. Bugün bunun, hem dünya siyasetinde hem de dünya ekonomisinde konjoktürel ve tarihsel yapısal şartları oluşmuş ve oluşmaktadır. Nitelikli ve katma değer yoğun ihracat artışı bu tarihsel fırsatı kullanmanın, ekonomik olarak, ilk adımı sayılmalıdır. Peki, bu fırsatı önümüze koyan tarihsel ve ekonomik şartlar nelerdir...

KÜRESEL EKONOMİ YENİDEN DÜZENLENİYOR

Birincisi; yeni bir finans sistemi geliyor. Bu yeni finans sistemi, kontrollü küreselleşme, yeni küresel kurumlar ve IMF'nin öncülüğünde bir dünya merkez bankası ve yeni bir dünya rezerv parasını hedefleyecek. Türkiye, enerji ve finans merkezi olarak öne çıkacak. İstanbul finansta öne çıkarken, Türkiye'nin güneyi ve doğusu enerjide öne çıkacak. Bu çıkarımlar artık bir "öngörü" olmaktan çıkıyor. Örneğin G.Kore'deki son G-20 toplantısı bize bu konuda önemli ipuçları verdi.

İkincisi; yeni finans sistemi, girişim sermayesini ve buna bağlı yeni ekonomi çerçevesini öne çıkartıyor. Bu yeni ekonominin merkezleri, Avrupa'nın doğusundan başlamak üzere, Türkiye üzerinden gelişmekte olan Asya, Afrika ve Latin Amerika... İşte İstanbul bu yapının finans merkezlerinden birisi olarak öne çıkmaya hazırlanıyor... Ama İstanbul'un böyle bir merkez olması değişim için yeterli değil... Çünkü kriz sonrası süreçte dünyanın üretim eksenleri ve öncü-kontrol sanayileri hızla yer değiştiriyor.

Dünya ekonomisi geleneksel sanayilerde Çin'in öncülüğünde büyürken, ileri teknoloji, bilgi ekonomisi, bio-ekonomi, iletişim ve iletişim ağları Anglosakson hâkimiyetinden çıkıyor. İleri teknolojiyi kullanma hatta oluşturma-geliştirme merkezleri de hızla doğuya kayıyor. Türkiye bu değişimden ancak bu teknolojiyi yapan ve ihraç eden bir ülke olursa yararlanabilir.

Avrupa, Almanya ve Fransa hükümetlerinin bu krizi ve sonrasını okuyamaması yüzünden ciddi bir krizle karşı karşıya. Avrupa'nın durması ve Amerika-İngiltere'nin yeni küresel düzenlemesine ayak uyduramaması çok güçlü bir ihtimal.

İşte tam burada Anglosakson yeniden yapılanması için Türkiye seçeneği devreye giriyor. Küresel ekonominin karşı durulmaz dinamikleri, nasıl geleneksel sanayileri Çin ve gelişen Asya'ya bırakıyorsa enerji geçişini ve yönetimini de Türkiye'ye bırakıyor. Burada Rusya faktörü önemli ama belirleyici değil. Rusya, dünya ekonomisinin hem finansal hem de –enerjiden yola çıkarak- reel anlamda güçlü bir oyuncusu olmak istiyor. Ama bunun da yolu, kriz sonrası G-20 merkez olmak üzere, yeni yapılanmada etkin ve yapıcı bir unsur olmasından geçiyor. Bundan dolayıdır ki, Rusya, Güney Akım, Samsun- Ceyhan hattı gibi çok önemli projelerde Türkiye'nin elini güçlendirmek için önemli adımlar atıyor. Çünkü Rusya'nın batıyla hem ekonomik hem de siyasi kalıcı-sürdürülebilir- ilişkiler kurması ancak Türkiye üzerinden olacak. Bütün bunlara bağlı olarak, ABD, AB ve Rusya arasında neredeyse örtülü bir mutabakatla sağlanan uzlaşı, Türkiye'yi bu yeniden yapılanmanın yalnız enerji geçişi ve köprüsü yapmıyor. Türkiye'nin de 2003'ten beri uyguladığı aktif dış politika sayesinde, ülkemizi, yapıcı bir güç olarak –soft power- öne çıkartıyor.

YENİ BİR AVRUPA ZORUNLU

Bugün Avrupa'nın krizi yalnız ekonomik değildir. Avrupa bir siyasi krizle de karşı karşıyadır. AB'nin yeniden eski dinamiklerine kavuşabilmesi bizce Türkiye'den başlayan yeni bir genişleme dalgası ile mümkün olabilir. Şimdi yeni Avrupa'nın önünde iki yol var...

AB ve ABD son yıllarda Türkiye konusunda bu kadar kesin bir net fikre herhalde çok az sahip olmuştur. Bunun en önemli nedeni Türkiye'deki istikrarın, krizden çıkışın ve bölgenin yeniden yapılanması için tarihsel bir öneme haiz olması. Bu gerçek aslında Türkiye'den çok ABD ve AB tarafından farkına varıldı. Çünkü AB'nin kriz sonrası iki yolu var.

Birincisi, AB'nin genişlemeyi durdurup içe kapalı ulus-devletler olarak bir müddet daha devam etmesi bu, aynı zamanda, çok açık bir savaş senaryosudur. AB zaten ulus-devletlerin, pazarı yalnızca ekonomik yolla paylaşmasının önünü açan ve dünya savaşına gidecek yolları tıkayan bir birlik olarak ortaya çıkmıştı. AB'nin ilk düşensel temeli, bir pazar bütünleşmesi sağlayarak, savaşa gerek duyulmayan bir birikim rejimi oluşturmaktı. AB genişlemesinin durması yeniden pazarın savaş yoluyla paylaşılmasını öne çıkartır. Bunun için AB genişlemesinin bırakın durmasını, kriz sonrası gecikmesi bile, yalnız AB'ye değil sistemin bütününe zarar verir ve krizi derinleştirir.

İkinci yol tabii ki genişlemenin içine Türkiye'yi de alacak şekilde devam etmesi; hatta genişlemenin Türkiye ile başlayarak devam etmesi. Bu yolun temel dinamiklerine değinmeden önce, bunun AB için niye elzem olduğunu bir cümle ile ifade edelim: Pazar, büyüme ve enerji güvenliği ve istikrarı için AB şimdiki sınırlarını Rusya'ya kadar genişletmek zorundadır. Böyle olunca karşımıza içine Türkiye, Ukrayna, Gürcistan ve Ermenistan'ı da alan çok önemli bir yeni genişleme dalgası çıkıyor. Ancak, AB'nin Türkiye ile bütünleşmeden bu ülkeleri içine alması çok zor. Bu genişleme dalgasının AB'nin üçüncü büyük genişleme dalgası olduğunu ve bu dalganın aynı zamanda siyasi küreselleşmeyi de başlatacağını söyleyelim. Şunu artık kesinleşmiş bir gelecek bilgisi olarak söyleyebiliriz: Yeni Ortadoğu'nun ortaya çıkması başlaması Türkiye'ye doğrudan bağlı. Suriye'den İran'a kadar bütün bölge ülkeleri küresel sisteme Türkiye üzerinden dâhil olacaklar.

ÖNEMLİ VE YENİ BİR GÜÇ: TÜRKİYE

Türkiye, hem büyük Avrupa birliğini ekonomik ve siyasi olarak sürükleyen hem de Avrasya bütünlüğünü yeniden yapılandıracak bir güçtür artık. Şimdi bütün bunlardan siyasi küreselleşmenin tam da buradan ve bu bölgeden başlayacağını çıkartabiliriz. Ama bunun için ilkönce Türkiye'de sistemin tümüyle kendini yenilemesi ve bu büyük bütünleşmeye hazır olması gerekir. İşte tüm bunlardan dolayı TİM'in öncülüğünü yaptığı, 100. yılda 500 milyar dolar ihracat hedefi, yalnız rakamsal bir hedef değildir. Bu hedef, istikrarın barış ve demokrasi ile sağlanmasının en büyük teminatıdır. Yine bu hedef bize refah ve kalkınma yolundaki değişimi anlatmaktadır.

Bu değişim, aynı zamanda Türkiye'deki sermaye dinamiklerini ve Türkiye'nin öncü sektörlerin de değiştirecektir. Türkiye'de teknoloji yoğun, ihracatçı ve rekabetçi sektör ve gruplar öne çıkması ve TİM'in bu süreçte çok aktif ve vizyoner bir işleve sahip olması gerektiği de artık çok açıktır.

Dr. Cemil ERTEM

"CUMHURİYETİN 100. YILINI GÖRMEK"

Ekonominin lâfzî bölümünden çok matematik kısmını dikkate almaya çalışan bizim gibi iktisatçıların en ciddiye aldıkları çalışma biçimleri genellikle geleceğe doğru bazı hesaplamalar yapmaktır

Geride bıraktığımız 30 yıla bir göz gezdirdiğimizde, birbirinden farklı dönemlerin bir zincir halinde bağlayacak anlamlı bir dizin oluşturmanın çok mümkün olmadığı gerçeğini görüyoruz.

Her ne kadar matematiksel iktisat geçmişte olan bitenlerle geleceğe doğru rakamsal tahminlerde bulunmak gibi gözükse de, iş o kadar da basit değildir.

Her şeyden önce araştırmayı yapan kişinin önünde sonunda ortaya koyduğu öngörülerin gerçekleşmelere çok yakın olması sonraki çalışmaları için önemli bir kredibilite kazandıracaktır. Ancak, Makro Ekonomi, şirket idaresinden farklıdır ve bazen en mütevazı gözüken hedefler bile gerçekleşmeyebilir. Dolayısıyla, öngörülerde bulunurken matematiği kullanmak her zaman sizi doğru sonuca ulaştıramayabilir. Hedefleri tarif ederken söz konusu rakamların arkasındaki "insan faktörünün" farkında olmak gerekmektedir.

Thomas D'acquinas'nın dediği gibi, "inanan için açıklama gerekmez, inanmayana açıklama yetmez." Ekonomide insan faktörünü yadsıyarak öngörüde bulunmak, üretim faktörlerine sahip olanların moral durumunu ve büyüme/gelişme ile ilgili inançlarını hesaplama dışında tutmak çoğu zaman, exante-expost yani planlanan ya da öngörülen ile gerçekleşen arasındaki farkın tolerans dışına çıkmasına sebep olmaktadır.

Bu bilimsel yaklaşımdan sonra çalışmanın pratik tarafına geçelim. 500 milyar dolar ihracat hedefi belirlendiği zaman Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin genel sekreteriydim ve bu rakama ulaşana kadar gerçekleştirdiğimiz çalışma sayısı belki de akademik yaşamdaki çalışmalarımın sayısına yaklaşmıştı. 500 milyar dolar oldukça heyecan uyandıran bir hedefti ve açıkçası yukarıda bahsettiğim "inancı" içinde barındıran bir motto idi adeta.

Elbette her önemli iş gibi 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefini yakalamakta tecrübe, alın teri, önsezi, inanç ve tabi ki "risk alma" olgularının yan yana gelmesiyle ortaya çıktı. Dolayısıyla bu hedefin mutlaka bir yol haritası olması gerekiyordu. İşte elinizde tuttuğunuz çalışma, bu hedefin yol haritasıdır ve her uzun yolculukta olduğu gibi "rota değişikliklerine" açıktır. Bu anlamda da son derece esnek ve modüler bir özelliğe sahip olduğunu düşünüyorum.

Söz konusu esnekliğin araştırmacılar tarafından yol haritası hakkında yanlış şekilde yorum yapmalarını engellemek içinde şu hatırlatmayı yapmak istiyorum.

Ekonomi, tek denklemli simültane bir model değildir. Yani, hedefe ulaşmak için sadece o anki şartları değerlendirerek rotanızı çizebilirsiniz. Ancak değişen şartlar, hedefe ulaşmak için başka bir rota çizmemizi gerektirebilir. Buna rağmen, elinizde mutlaka şartlar değişse de sizi güçlü kılacak bazı avantajlar olmalıdır.

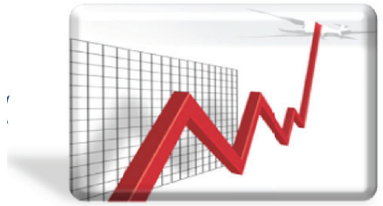
Buradan hareketle ekonominin çok denklemli ve dinamik bir özelliğe sahip olduğunu ve değişen şartlara rağmen eldeki avantajları en doğru şekilde kullanarak hedefe ulaşmak gerektiği mutlak bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır.

Kötü bir strateji hiçbir zaman kıvrak taktiklerle düzeltilemez. Kötü strateji kaybettiren stratejidir. Dolayısıyla, "2023 yılında 500 milyar dolar ihracat" çalışmasının dış ticaretin tüm paydaşlarıyla yaratılan ortak akıl çerçevesinde esnek, modüler bir şekilde geliştirilmesinin ne kadar önemli olduğunun da altını bir kez daha çizmek istiyorum.

Bu çalışmaya emek veren tüm paydaşlara akademik camia ve şahsım adına teşekkürlerimi sunarken, bir parçası olmaktan duyduğum mutluluğu ifade etmek istiyorum.

Prof. Dr. Emre ALKİN

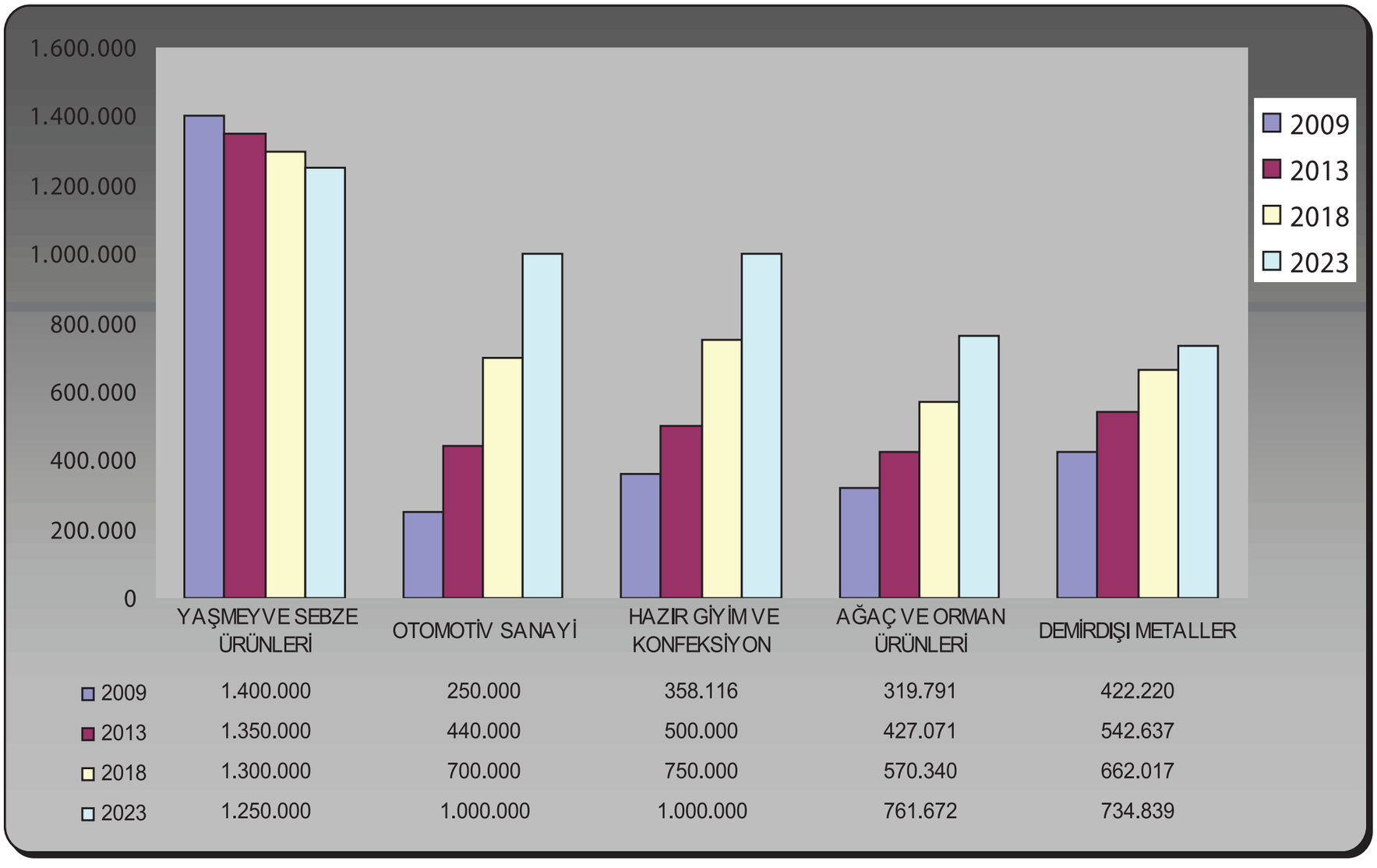
24 ihracatçı Sektörün 2023 yılı istihdam Öngörüleri



24 ihracatçı Sektörün 2023 yılı istihdam Öngörüleri

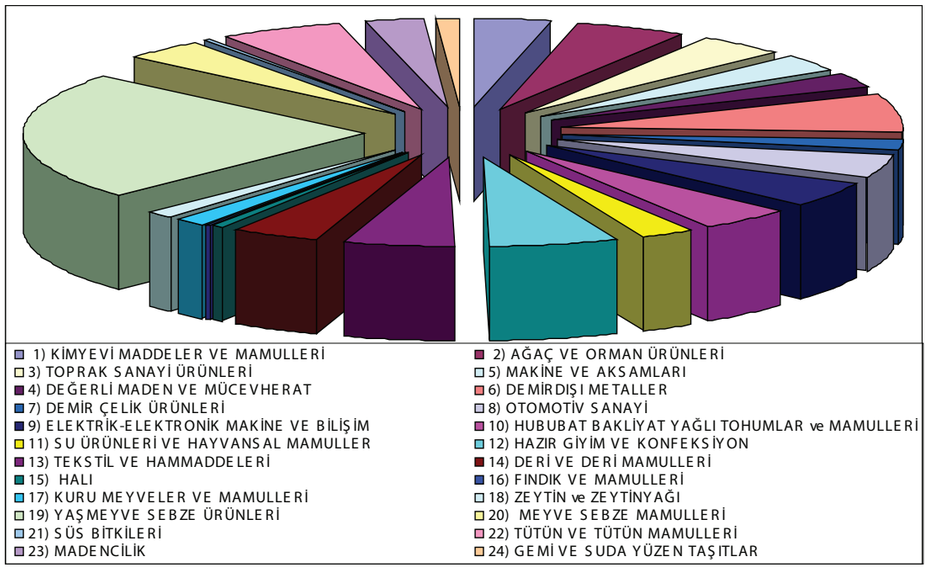
SEKTÖRLER	2009	2013	2018	2023	2009-2023 artış oranı	Değişim
Bitkisel Ürünler	2.196.822	2.200.128	2.273.613	2.327.922	% 5,97	↑
Su ve Hayvancılık Ürünleri	150.000	158.000	163.000	171.000	% 14.00	↑
Ağaç ve Orman Ürünleri	319.791	427.071	570.340	761.672	% 138.8	↑
Gemi ve Suda Yüzen Taşıtlar	63.000	110.187	192.718	337.066	% 435,03	↑
Değerli Maden ve Mücevherat	161.685	207.798	253.513	281.399	% 74,04	↑
Demir Dışı Metaller	422.220	542.637	662.017	734.839	% 74,04	↑
Demir Çelik	109.789	135.983	161.530	185.428	% 68,89	↑
Tekstil ve Hammaddeleri	331.438	400.000	550.000	700.000	% 111,20	↑
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	358.116	500.000	750.000	1.000.000	% 179,24	↑
Deri ve Deri Mamulleri	240.000	290.000	380.000	500.000	% 108,33	↑
Halı	35.000	67.600	96.400	126.500	% 261,43	↑
Otomotiv Sanayi	250.000	440.000	700.000	1.000.000	% 300,0	↑
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	214.835	276.325	337.622	375.210	% 74,65	↑
Elektrik ve Elektronik	285.023	367.095	449.629	500.691	% 75,67	↑
Makine ve Aksamları	192.500	235.000	300.000	380.000	% 97,40	↑
Çimento ve Toprak Ürünleri	249.841	257.932	268.416	279.326	% 11,80	↑
Madencilik	168.250	216.561	264.959	294.774	% 75,20	↑
24 SEKTÖR TOPLAMI	6.023.669	7.115.938	8.665.886	10.256.720	% 70,27	↑

En fazla istihdam yaratan ilk beş sektörün 2009 - 2023 istihdam Öngörüsü

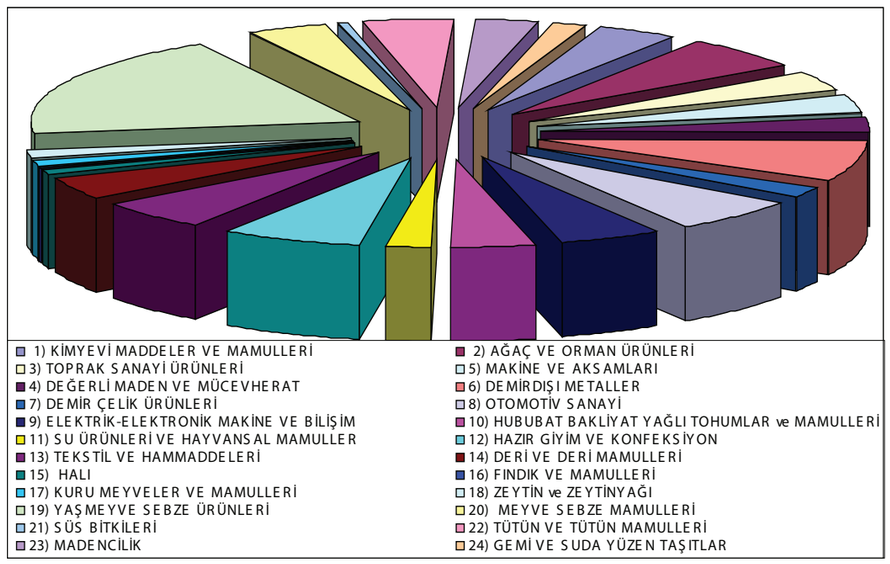


	YAŞMEYVE SEBZE ÜRÜNLERİ	OTOMOTİV SANAYİ	HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON	AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	DEMİRDIŞI METALLER
2009	1.400.000	250.000	358.116	319.791	422.220
2013	1.350.000	440.000	500.000	427.071	542.637
2018	1.300.000	700.000	750.000	570.340	662.017
2023	1.250.000	1.000.000	1.000.000	761.672	734.839

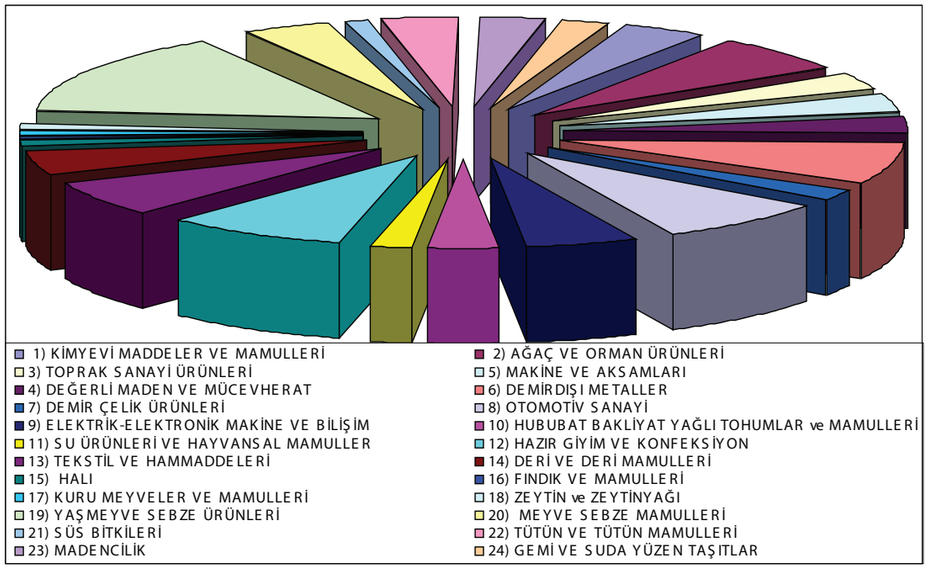
2009 yılı Sektörel İstihdam Dağılımı



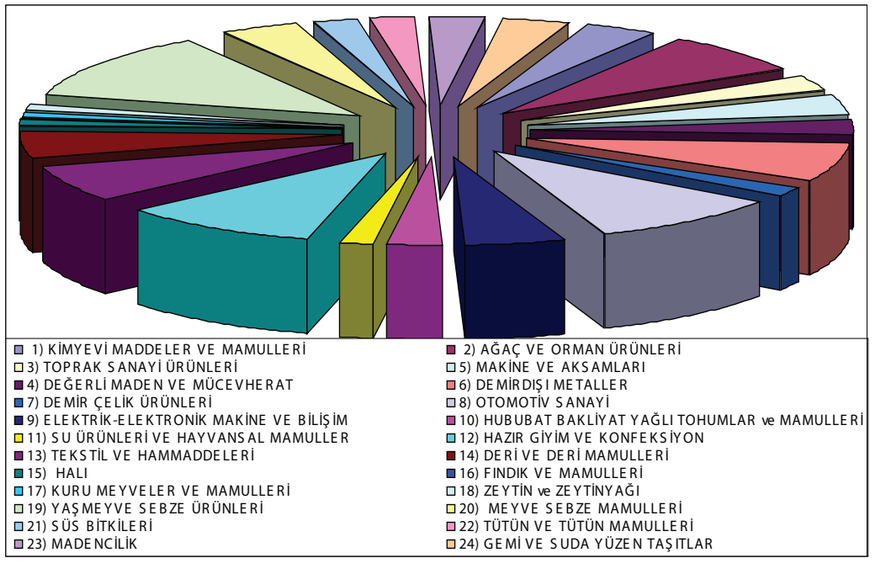
2013 yılı Sektörel İstihdam Dağılımı



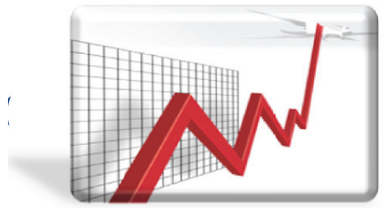
2018 yılı Sektörel İstihdam Dağılımı

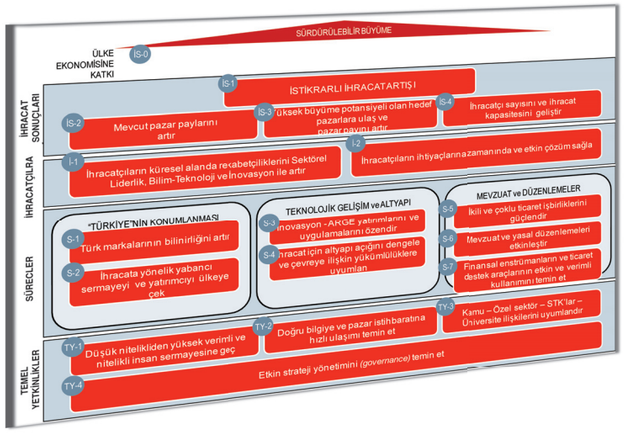


2023 yılı Sektörel İstihdam Dağılımı



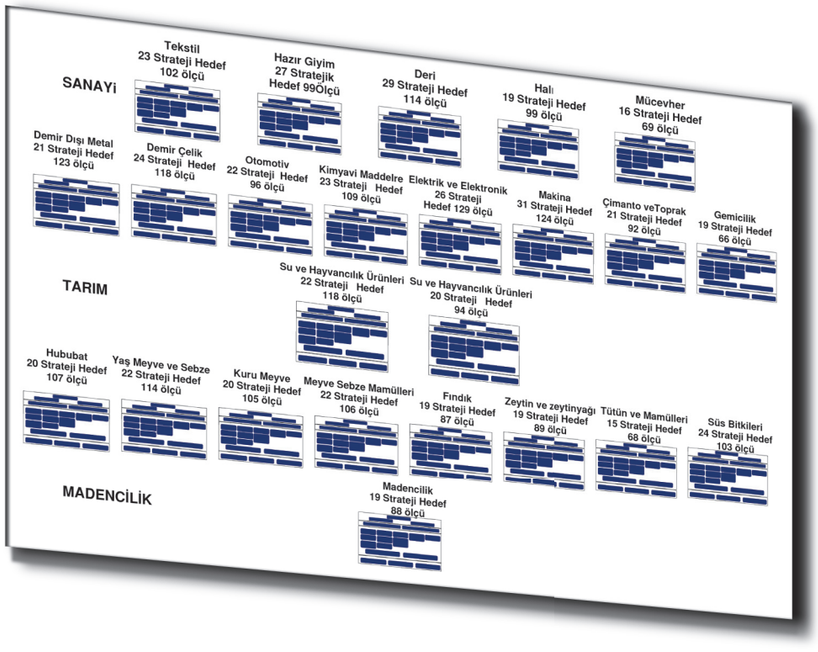
Makro Bütünleme





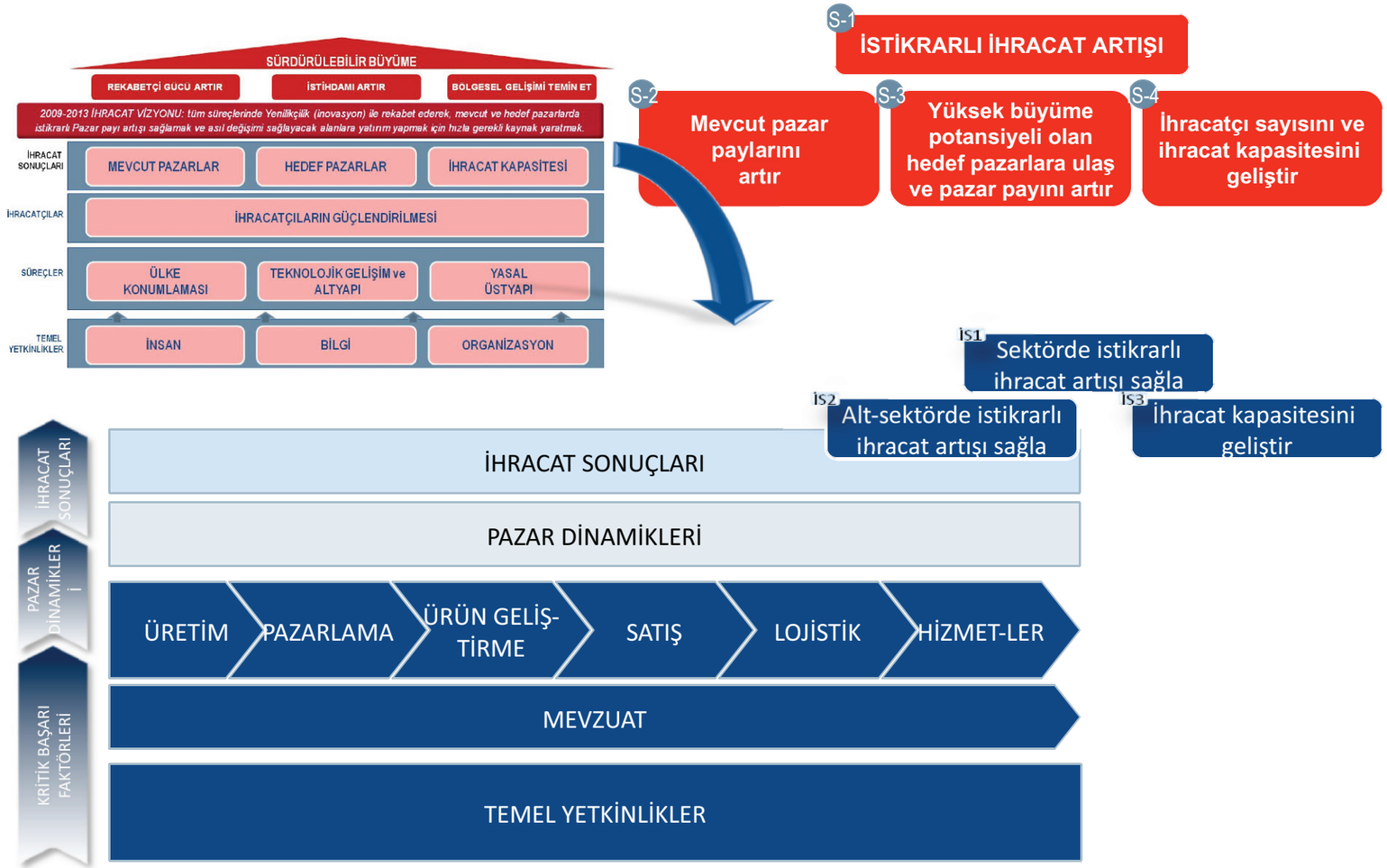
"2023'te 500 Milyar $ ihracat" sloganından hareket alındı.

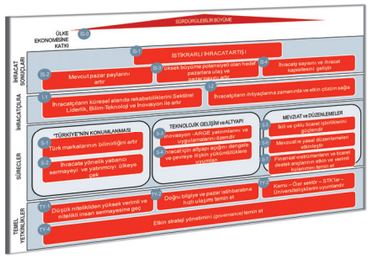
Ülke ölçeğinde strateji yönetimi çerçevesi ve performans programı inşa edildi.



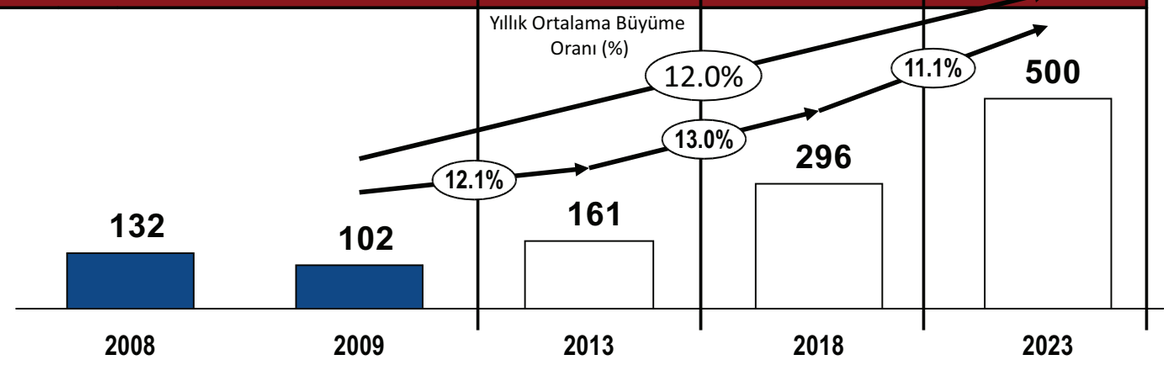
500 Milyar $ rakamından bağımsız olarak, 24 sektörle ayrı ayrı yürütülen çalışmalarda, Lidelik Ekipleri sektörlerin 2023 ihracat iddialarını ve Kritik Başarı Faktörlerini belirlediler.

- Ülke düzleminden sektörler düzlemine ihracat sonuçlarının yayılımı kapsamında, "İhracat Sonuçları" stratejik hedefleri makro bütünlemeye imkan vermesi açısından her sektörde aynı korunmuştur. Burda temel hedef sektörde istikrarlı ihracat artışı sağlarken, alt sektörlerde de ihracatı istikrarı bir şekilde artırmak ve ihracat kapasitesini, ihracat tabanını genişletmektedir.



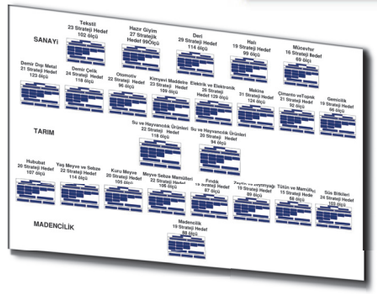


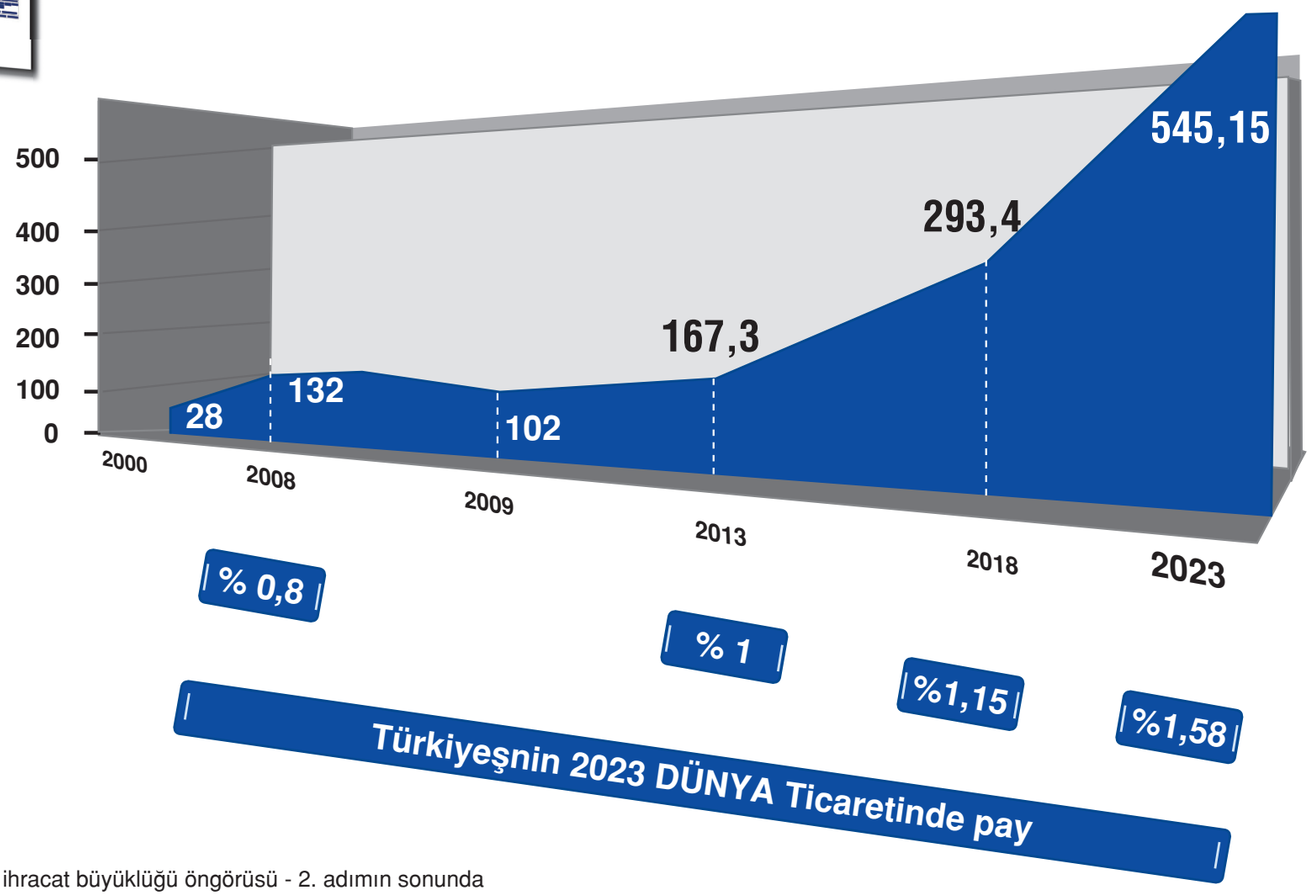
TİCARET SENARYOLARI		TÜRKİYE'NİN DÜNYA TİCARETİ İÇİNDE PAYI İÇİN SENARYOLAR	TÜRKİYE İHRACATI Milyar Dolar 2013	2018	2023	2009-2023 YILLIK ORTALAMA İHRACAT ARTIŞI %
TEMEL SENARYO	1	MEVCUT PAY % 0.83 İLE	133.7	197.0	284.4	7.7
	2	% 1.00 PAY İLE	161.1	237.4	342.6	9.2
	3	% 1.20 PAY İLE	193.3	284.9	411.1	10.6
DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)			16,100	23,700	34,500	
500 MİLYAR DOLAR HEDEFİ İÇİN TÜRKİYE İHRACATININ DÜNYA TİCARETİNDEKİ PAYI %			1.00	1.25	1.46	



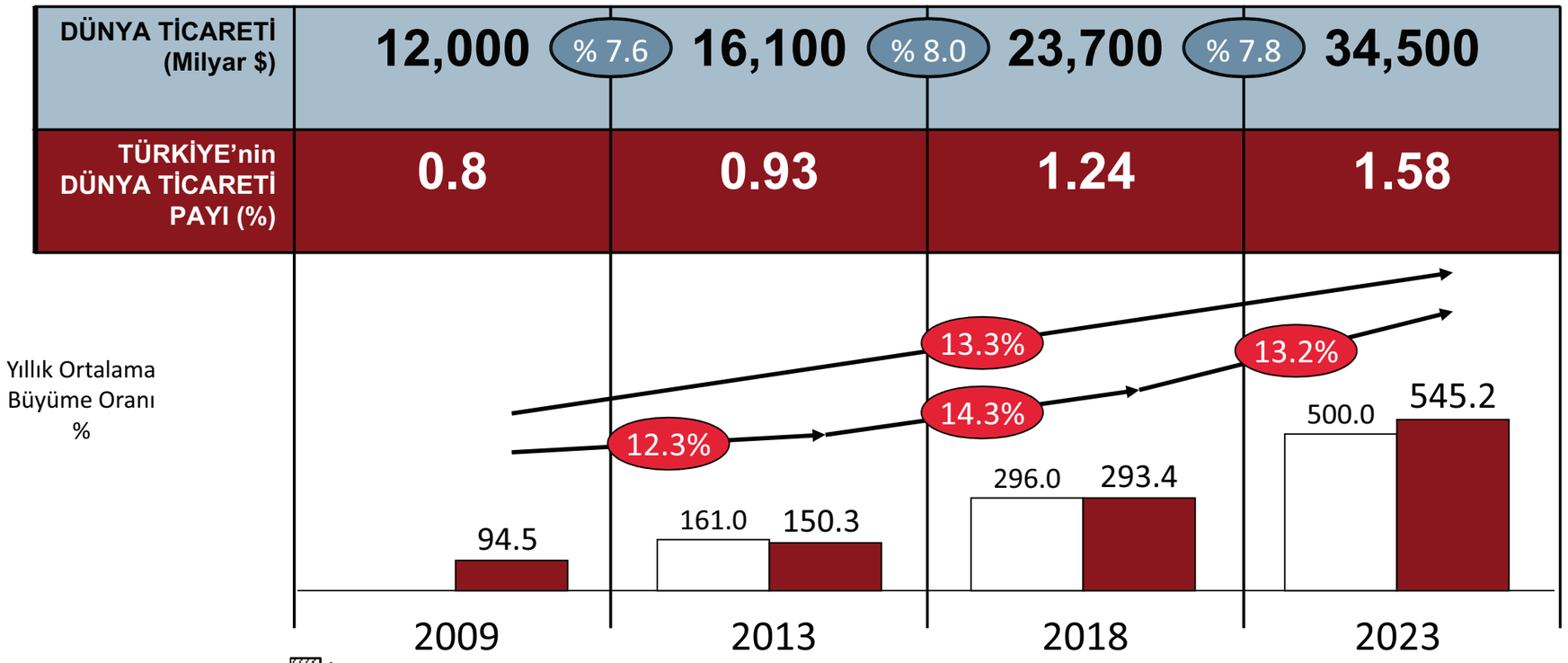
TÜRKİYE'NİN 500 Milyar $ İHRACAT BÜYÜKLÜĞÜ SENARYOSU

24 sektörün 2023 İhracat büyüklüğü öngörüsü

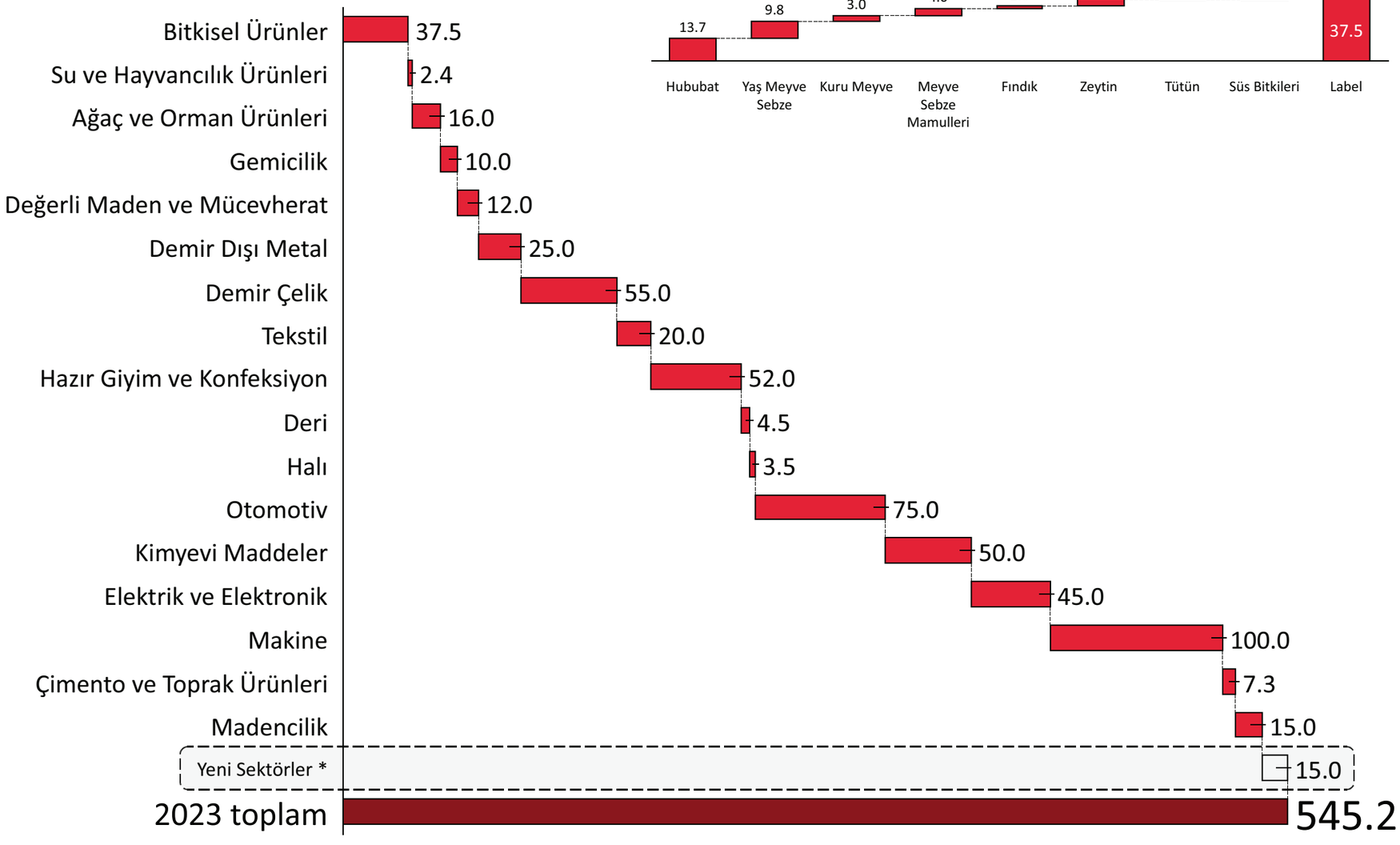




24 sektör toplamı ile ulaşılan ihracat büyüklüğü öngörüsü - 2. adımın sonunda

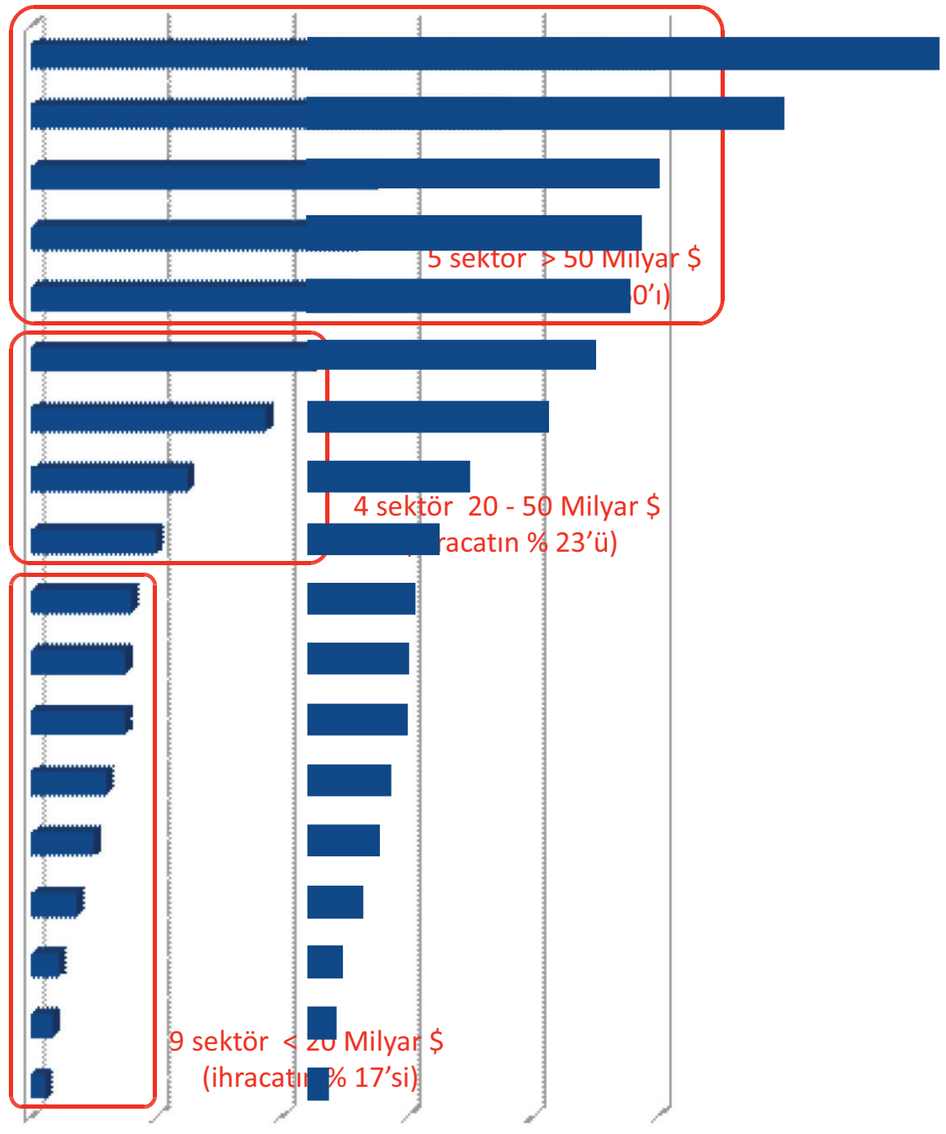

DÜNYA TİCARETİ (Milyar $)
12,000
% 7.6
16,100
% 8.0
23,700
% 7.8
34,500
TÜRKİYE'nin DÜNYA TİCARETİ PAYI (%)
0.8
0.93
1.24
1.58
Yıllık Ortalama Büyüme Oranı %
12.3%
13.3%
14.3%
13.2%
94.5
161.0
150.3
296.0
293.4
500.0
545.2
2009
2013
2018
2023
İhracat büyüklüğü senaryosu – 2.adımın başında
24 sektör toplamı ile ulaşılan ihracat büyüklüğü öngörüsü – 2.adımın sonunda
Yıllık Ortalama Büyüme Oranı %
+11%
+16%
+31%
+34%
+17%
+15%
+26%
+23%
-23%
+21%
28
31
36
47
63
74
85
107
132
102
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009

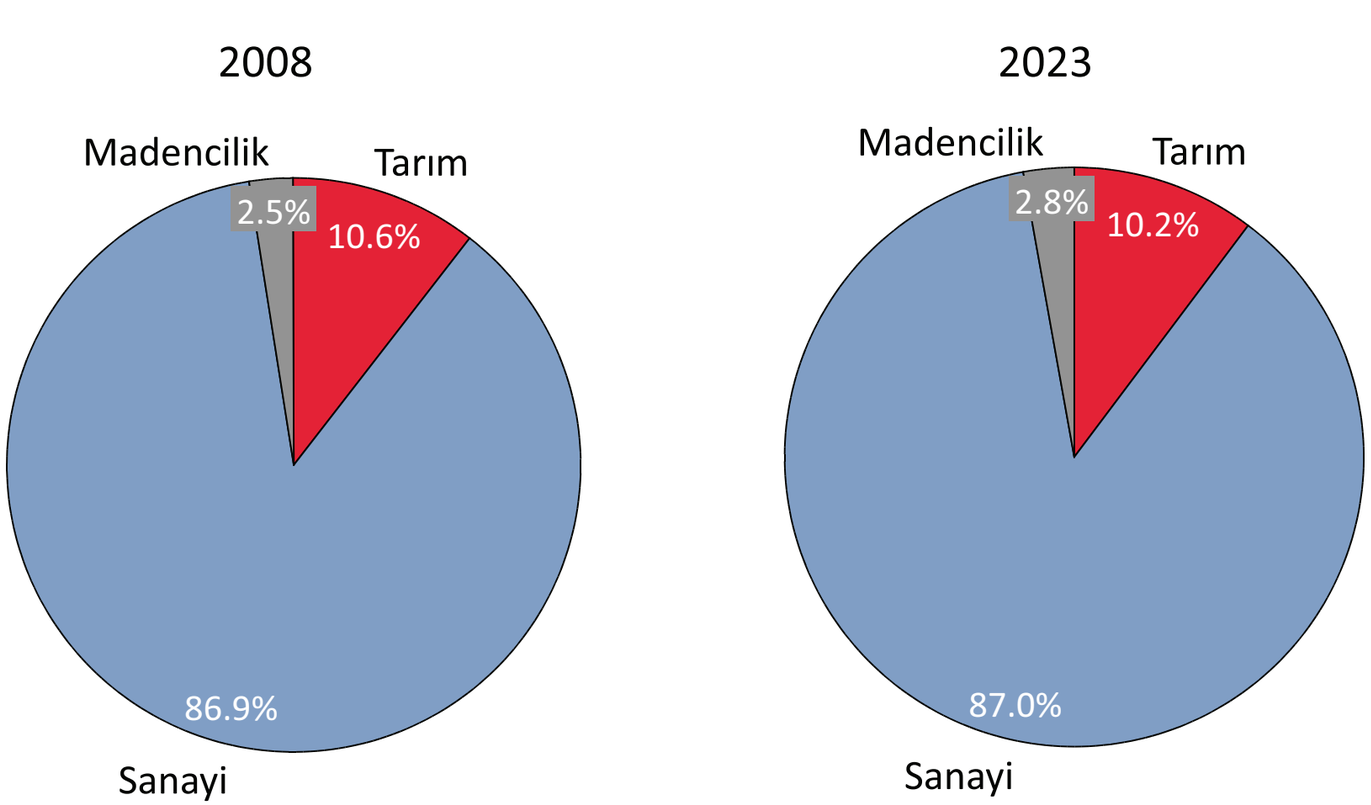
22



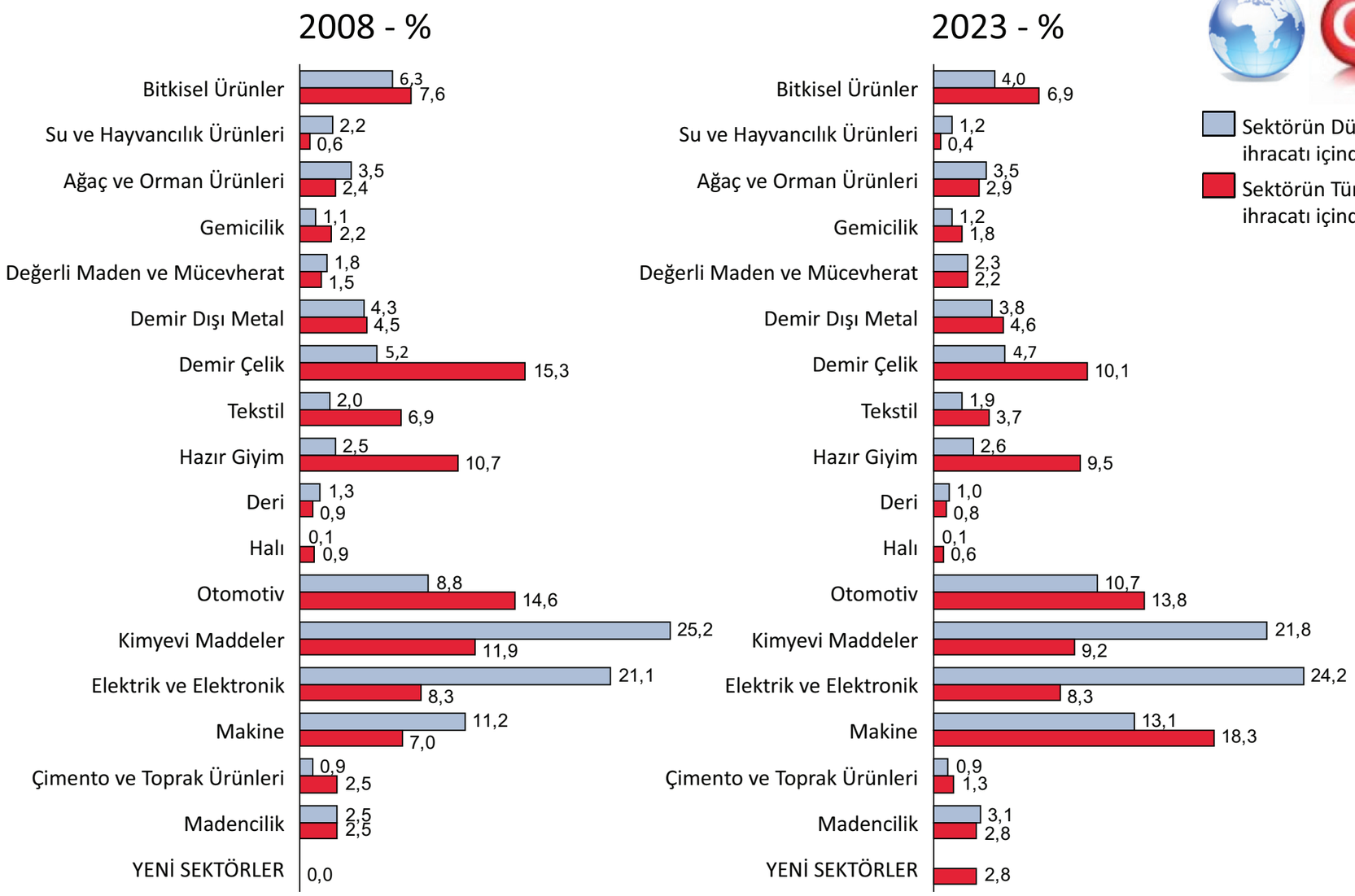
(*) Yeni Sektörler rakamı, mevcut 24 sektörden farklı olarak, 2023'te dünya ticaretinde öngörülen 1-1.5 Trilyon $ hacminden % 1 pay alınabileceği tahminine baz edilmiştir.

SEKTÖRLER	2023	2008
Makine	1	7
Otomotiv	2	2
Demir Çelik	3	1
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	4	4
Kimyevi Maddeler	5	3
Elektrik ve Elektronik	6	6
Bitkisel Ürünler	7	5
Demir Dışı Metal	8	9
Tekstil	9	8
Ağaç ve Orman Ürünleri	10	12
Madencilik	11	11
YENİ SEKTÖRLER	12	-
Değerli Maden ve Mücevherat	13	14
Gemicilik	14	13
Çimento ve Toprak Ürünleri	15	10
Deri	16	16
Halı	17	15
Su ve Hayvancılık Ürünleri	18	17





2008 ve 2023 Türkiye inracat dağılımına bakıldığında sektörel profilin aynı kalacağı gözlenmektedir.


2008 - %
Bitkisel Ürünler 6,3 7,6
Su ve Hayvancılık Ürünleri 2,2 0,6
Ağaç ve Orman Ürünleri 3,5 2,4
Gemicilik 1,1 2,2
Değerli Maden ve Mücevherat 1,8 1,5
Demir Dışı Metal 4,3 4,5
Demir Çelik 5,2 15,3
Tekstil 2,0 6,9
Hazır Giyim 2,5 10,7
Deri 1,3 0,9
Halı 0,1 0,9
Otomotiv 8,8 14,6
Kimyevi Maddeler 25,2 11,9
Elektrik ve Elektronik 21,1 8,3
Makine 11,2 7,0
Çimento ve Toprak Ürünleri 0,9 2,5
Madencilik 2,5 2,5
YENİ SEKTÖRLER 0,0
2023 - %
Bitkisel Ürünler 4,0 6,9
Su ve Hayvancılık Ürünleri 1,2 0,4
Ağaç ve Orman Ürünleri 3,5 2,9
Gemicilik 1,2 1,8
Değerli Maden ve Mücevherat 2,3 2,2
Demir Dışı Metal 3,8 4,6
Demir Çelik 4,7 10,1
Tekstil 1,9 3,7
Hazır Giyim 2,6 9,5
Deri 1,0 0,8
Halı 0,1 0,6
Otomotiv 10,7 13,8
Kimyevi Maddeler 21,8 9,2
Elektrik ve Elektronik 24,2 8,3
Makine 13,1 18,3
Çimento ve Toprak Ürünleri 0,9 1,3
Madencilik 3,1 2,8
YENİ SEKTÖRLER 2,8
Sektörün Dünya ihracatı içindeki payı
Sektörün Türkiye ihracatı içindeki payı

Enerji maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi, enerji arzının artırılması

Türkiye'nin "Lojistik Üs" haline getirilmesi, demiryolu ve denizyolu nakliye ağının geliştirilmesi, lojistik maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi

Finansman imkanlarının çeşitlendirilmesi ve sektörün kullanımının kolaylaştırılması

ArGe çalışmalarının artırılması, ürün geliştirmeye ağırlık verilmesi, sektörlerin kendi üretim teknolojilerine sahip olunması yönündeki faaliyetlerin desteklenmesi

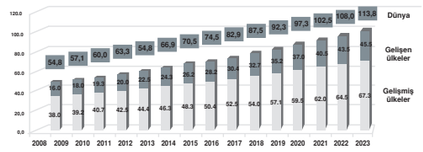
Sektöre ilişkin tanıtım, satış ve pazarlama çalışmalarında bulunan Ticari Heyetlerin etkinleştirilmesi, markalaşma, tasarım aşamasında gerekli desteklerin sağlanması

Nitelikli eleman istihdamının artırılması, ihracatçıların gelecek dönemde ihtiyaç duyacakları temel yetkinliklerin (satış berecisi, dil, vb.) geliştirilmesi

İlgili Kurum ve Kuruluşlar

- Enerji Bakanlığı
- Ulaştırma Bakanlığı
- Eximbank
- DTM, TİM
- İGEME

- Dünya ticareti artış oranı geçmiş dönem ortalamasının altında olacak
  (2008 düzeyine ancak 2013-2014 yıllarında geri dönülebilecek)
- Gelişmekte olan ülkelerin ağırlığı artacak
  - Büyüme potansiyeli olan pazarlar, gelişmekte olan ülkelere kayacak
  - Türkiye, gelişmekte olan ülkelerin gittikçe artan rekabeti ile karşılacak

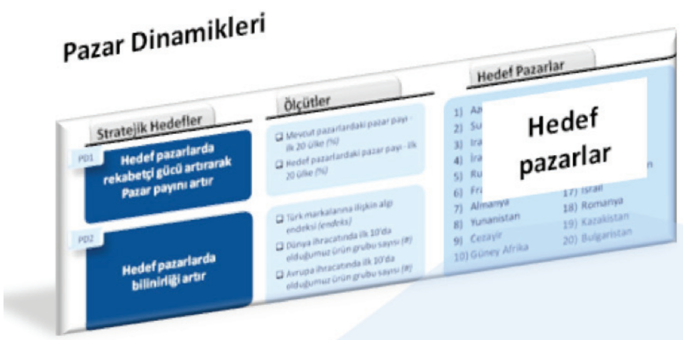


- Dünya ticaretinde sektörel olarak, tarımın payında düşüş, sanayinin payında artış olacak
  - Sanayi içinde, kimyevi maddelerin payında düşüş;
    otomotiv, elektrik-elektronik ve makine sektörlerinin payında artış yaşanacak.
  - Yeni sektör / ürünler dünya ticareti içinde % 4 düzeyinde ağırlığa sahip olacak.

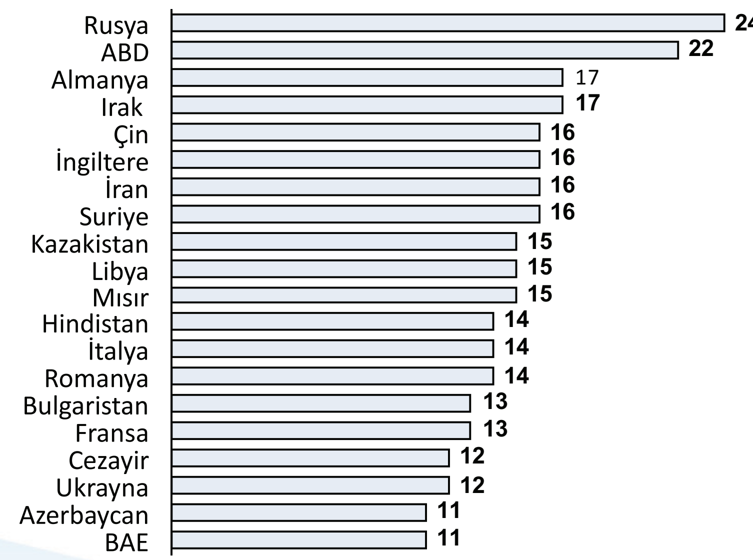
	İhracat - Milyar Dolar		Dünya İhracatından % Pay	
	2008 GEÇİŞİ	2023	2008 GEÇİŞİ	2023
I.TARIM	[illegible]	2.489-2.679	[illegible]	7.2 – 7.8
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	897,5	1.150 – 1.200	3,4	3.4 – 3.5
B.HAYVANSAL ÜRÜNLER	[illegible]	339-379	[illegible]	1.0 – 1.1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	464,8	1.000-1.100	1,8	2.9 – 3.2
II.SANAYİ	[illegible]	26.670-27.340	[illegible]	77.3 – 79.8
A.TARIMSAL KAYNAKLI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	[illegible]	830-880	[illegible]	2.4 – 2.6
Tekstil ve Hammaddeleri	[illegible]	530-560	[illegible]	1.5 – 1.6
Deri ve Deri Mamulleri	[illegible]	280-300	[illegible]	0.8 – 0.9
Halı	[illegible]	20-25	[illegible]	0.05
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	[illegible]	5.200-5.400	[illegible]	15.1 – 15.7
C.SANAYİ MAMULLERİ	[illegible]	19.440 – 20.060	[illegible]	56.7 – 58.5
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	[illegible]	720 – 750	[illegible]	2.2 – 2.3
Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	[illegible]	3.160 – 3.260	[illegible]	9.0 – 9.3
Elektrik-Elektronik	[illegible]	7.040 – 7.240	[illegible]	20.4 – 21.0
Makine ve Aksamları	[illegible]	3.800 – 4.000	[illegible]	11.0 – 11.7
Demir ve Demir Dışı Metaller	[illegible]	1.850 – 1.990	[illegible]	5.4 – 5.5
Demir-Çelik Ürünleri (İT ARALIK 73)	[illegible]	550 – 570	[illegible]	1.6 – 1.7
Cimento ve Toprak Ürünleri	[illegible]	270 – 290	[illegible]	0.8 – 0.9
Değerli Madeni ve Mücevherat	[illegible]	830	[illegible]	2.5
Diğer Sanayi Ürünleri	[illegible]	1.200	[illegible]	3.5
III.MADENCİLİK	[illegible]	900 – 1.500	[illegible]	2.6 – 2.9
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI(HAVA/KARA/DEMİRYOLU,UZAY GEMİ, TEKNİ) GEMİ	203,2 139,1	950 – 980 330-350	2,4 0,87	2.8 – 2.8 0.97-1.00
V. DİĞER SEKTÖRLER (altın, elektrik, elektronik,havacılık, yat, vb.	[illegible]	1.250 – 1.330	[illegible]	3.6 – 4.0
VI. YENİ SEKTÖRLER		1.360 – 1.640		4.0 – 4.5
TOPLAM	[illegible]	33.269 – 34.710	[illegible]	96.9 – 101.3

- Emtia fiyatları, geçmiş 10 yılda olduğu gibi hızlı artmayacak, istikrarlı ve gerçekçi bir baza oturacaktır. Doların değeri de bu trendi takip edecektir.
- Piyasalara, aşırı serbestlik değil, piyasa kuralları ve gözetim hakim olacaktır.
- Finansman olanakları bol ve ucuz değil, kısıtlı olacak

- Her sektör tarafından belirlenen hedef pazarların sektörlerle eşleştirilmesiyle Sektör-Hedef ülke matrisi oluşturulmuştur.



Sektörlerce önümüzdeki dönemde hedef Pazar olarak ifade edilen ilk 20 hedef ülke

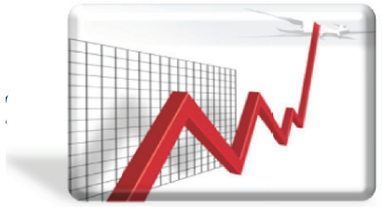


Hedef Ülke Sektör Matrisi

	ABD	Afganistan	Almanya	Angola	Arnavutluk	Arjantin	Avusturya	Avustralya	Azerbaycan	BAE	Bahreyn	Belçika	Bosna Hersek	Brezilya	Bulgaristan	Cezayir	Çek Cumhuriyeti	Çin	Danimarka	Endonezya	Eritre	Ermenistan	Fas	Filistin	Finlandiya	Fransa	Gana	Gün. Afrika	Gün. Kore	Gürcistan	Hindistan	Hırvatistan	Hollanda
1 Su Ürünleri ve Hayvancılık									✓	✓																							
2 Ağaç ve Orman Ürünleri	✓		✓						✓						✓	✓										✓		✓		✓			
3 Gemicilik	✓		✓					✓						✓				✓								✓			✓		✓		✓
4 Hububat	✓		✓	✓						✓		✓		✓		✓		✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓		✓		✓
5 Yaş Meyve ve Sebze			✓		✓				✓	✓	✓		✓		✓							✓		✓						✓		✓	
6 Kuru Meyve	✓													✓				✓		✓									✓		✓		
7 Meyve ve Sebze Mamülleri	✓																	✓													✓		
8 Fındık ve Mamülleri	✓													✓				✓													✓		
9 Zeytin ve Zeytinyağı	✓		✓					✓							✓			✓								✓			✓				✓
10 Tütün ve Tütün Mamülleri	✓		✓			✓								✓		✓		✓		✓			✓										
11 Süs Bitkileri	✓		✓							✓					✓		✓		✓						✓								✓
12 Tekstil ve Hammaddeleri	✓													✓		✓		✓					✓								✓		
13 Hazır Giyim ve Konfeksiyon	✓		✓				✓					✓			✓	✓		✓	✓				✓		✓	✓					✓		✓
14 Deri ve Deri Mamulleri	✓		✓						✓						✓			✓								✓		✓					
15 Halı	✓		✓			✓	✓	✓		✓				✓												✓		✓					✓
16 Değerli Maden ve Mücevherat	✓	✓				✓			✓	✓						✓		✓					✓					✓			✓		
17 Demir ve Demir Dışı Metaller	✓		✓				✓			✓		✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓			✓				✓			✓
18 Demir ve Çelik	✓			✓					✓	✓					✓	✓		✓		✓			✓					✓	✓	✓	✓		
19 Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	✓		✓			✓				✓				✓		✓		✓		✓			✓			✓		✓	✓	✓	✓		
20 Kimyevi Maddeler	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓		✓			✓	✓		✓	✓	✓			✓			✓		✓					✓
21 Elektrik Elektronik	✓		✓	✓		✓			✓					✓	✓	✓				✓						✓					✓		
22 Makine ve Aksamları	✓		✓					✓	✓					✓	✓	✓		✓		✓			✓			✓					✓		✓
23 Çimento ve Toprak Ürünleri	✓		✓						✓						✓											✓					✓		
24 Madencilik Ürünleri	✓		✓				✓		✓	✓	✓				✓			✓	✓						✓	✓			✓		✓		
	22	1	17	3	2	5	5	5	11	11	2	4	1	11	13	12	2	16	5	9	1	1	10	1	3	13	1	8	7	5	14	1	9

	Irak	Ingiltere	Iran	Japonya	Ispanya	Israil	Isveç	Isviçre	Italya	Kamboçya	Kanada	Katar	Kazakistan	Kıbrıs	Kırgızistan	Kosova	Kuveyt	Libya	Lübnan	Macaristan	Makedonya	Malezya	Meksika	Mısır	Nijerya	Norveç	Özbekistan	Pakistan	Peru	Polonya	Portekiz
1 Su Ürünleri ve Hayvancılık	✓																														
2 Ağaç ve Orman Ürünleri	✓	✓	✓			✓							✓					✓													
3 Gemicilik	✓		✓						✓				✓											✓		✓		✓			
4 Hububat	✓	✓	✓	✓		✓							✓				✓	✓				✓	✓	✓	✓					✓	
5 Yaş Meyve ve Sebze	✓	✓	✓	✓		✓						✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓		✓						✓	
6 Kuru Meyve				✓																		✓									
7 Meyve ve Sebze Mamülleri											✓																				
8 Fındık ve Mamülleri				✓							✓													✓							
9 Zeytin ve Zeytinyağı	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓															✓				✓	
10 Tütün ve Tütün Mamülleri																		✓						✓							
11 Süs Bitkileri	✓	✓																✓		✓						✓	✓			✓	
12 Tekstil ve Hammaddeleri			✓						✓				✓		✓								✓	✓			✓				
13 Hazır Giyim ve Konfeksiyon	✓	✓	✓		✓	✓			✓			✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓				✓	
14 Deri ve Deri Mamulleri	✓	✓			✓				✓				✓		✓	✓		✓			✓						✓				
15 Halı		✓		✓	✓			✓	✓		✓						✓						✓								
16 Değerli Maden ve Mücevherat	✓		✓									✓	✓					✓					✓	✓	✓		✓	✓			
17 Demir ve Demir Dışı Metaller	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓					✓		✓			✓	✓	✓			✓		✓	
18 Demir ve Çelik	✓	✓	✓			✓			✓	✓		✓	✓				✓	✓	✓					✓	✓			✓	✓		
19 Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	✓	✓	✓			✓			✓		✓		✓					✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓		✓	
20 Kimyevi Maddeler	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓					✓		✓	✓	✓		✓				✓		✓	
21 Elektrik Elektronik	✓	✓	✓		✓				✓		✓		✓					✓				✓		✓	✓					✓	
22 Makine ve Aksamları		✓	✓		✓				✓		✓		✓					✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓		✓	
23 Çimento ve Toprak Ürünleri	✓	✓	✓						✓				✓					✓	✓												✓
24 Madencilik Ürünleri	✓	✓	✓		✓	✓			✓								✓	✓	✓					✓							
	17	16	16	6	9	9	2	3	14	1	7	6	15	1	4	1	6	15	7	6	3	6	8	15	6	4	6	7	1	10	1

	Romanya	Rusya	Sırbistan	Singapur	Slovenya	Slovakya	Srilanka	Sudan	Suriye	Suudi Arabistan	Şili	Tayland	Tayvan	Tacikistan	Tunus	Türkmenistan	Özbekistan	Uganda	Ukrayna	Umman	Ürdün	Venezuela	Vietnam	Yemen	Yunanistan
1 Su Ürünleri ve Hayvancılık		✓							✓	✓						✓	✓								
2 Ağaç ve Orman Ürünleri	✓	✓							✓	✓											✓				✓
3 Gemicilik		✓							✓										✓						
4 Hububat	✓	✓					✓	✓	✓	✓		✓	✓					✓	✓		✓		✓		
5 Yaş Meyve ve Sebze	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓				✓		✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓
6 Kuru Meyve		✓																							
7 Meyve ve Sebze Mamülleri		✓																							
8 Fındık ve Mamülleri		✓																							
9 Zeytin ve Zeytinyağı	✓	✓																							
10 Tütün ve Tütün Mamülleri		✓																	✓						✓
11 Süs Bitkileri	✓	✓				✓										✓			✓						
12 Tekstil ve Hammaddeleri		✓							✓					✓	✓	✓	✓				✓				
13 Hazır Giyim ve Konfeksiyon	✓	✓						✓	✓	✓					✓					✓	✓				
14 Deri ve Deri Mamulleri	✓	✓												✓		✓	✓								✓
15 Halı		✓																				✓			
16 Değerli Maden ve Mücevherat		✓							✓						✓	✓			✓						
17 Demir ve Demir Dışı Metaller	✓	✓				✓			✓	✓					✓				✓		✓				
18 Demir ve Çelik	✓	✓		✓				✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓					✓			✓	
19 Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	✓	✓						✓	✓			✓			✓	✓			✓						✓
20 Kimyevi Maddeler	✓	✓							✓	✓		✓			✓				✓		✓		✓		✓
21 Elektrik Elektronik	✓	✓						✓	✓							✓			✓					✓	
22 Makine ve Aksamları		✓							✓	✓					✓	✓			✓						
23 Çimento ve Toprak Ürünleri	✓	✓						✓	✓																✓
24 Madencilik Ürünleri	✓	✓						✓	✓	✓									✓		✓				✓
	14	24	1	2	1	2	1	7	16	10	1	4	1	3	8	10	4	1	12	2	9	1	2	3	8



Yeni Sektörler

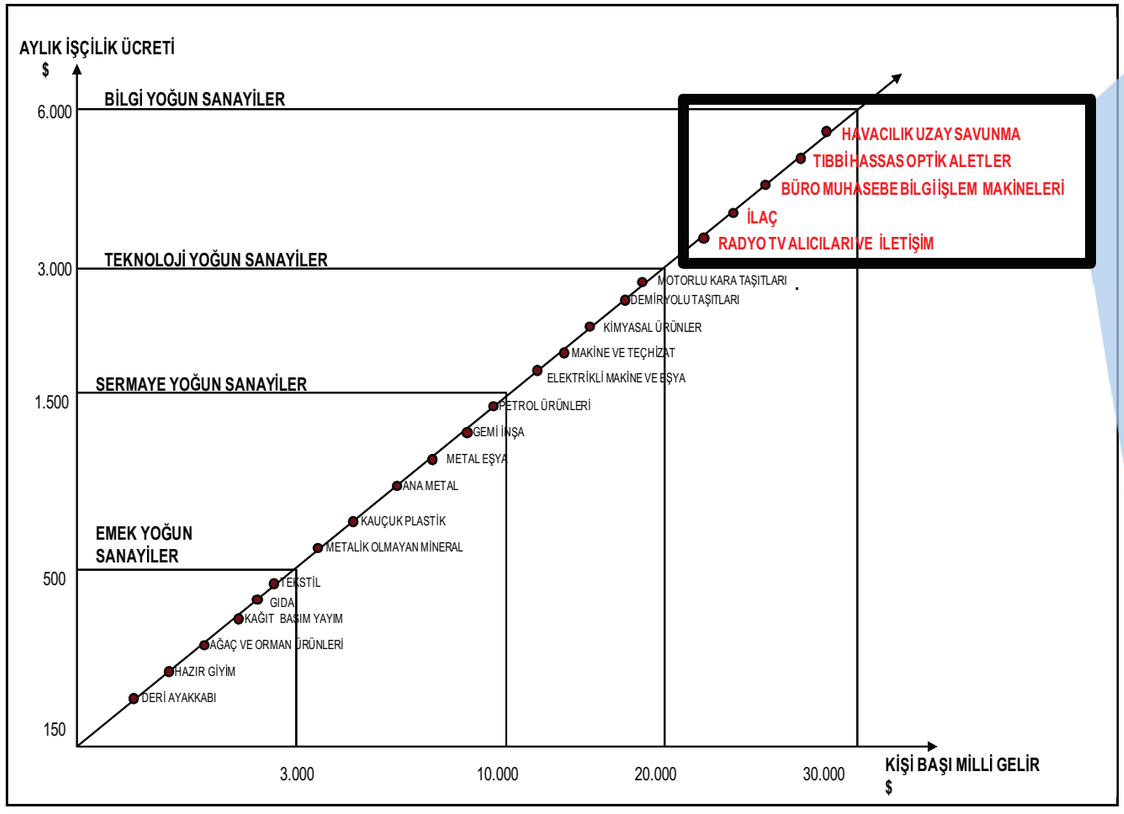
- 2023 yılında Yeni Sektörler'in dünya ticareti hacminin 1,5 Trilyon $ mertebesinde olacağı öngörülmektedir.
- Bu büyüklük, dünya ticaretinden % 4,0 mertebesinde paya tekabül etmektedir.

	İhracat - Milyar Dolar		Dünya İhracatından % Pay	
	2008	2023	2008	2023
I.TARIM	1.589.9	2.480-2.670	10.8	7.2 – 7.8
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	837.9	1.150 – 1.200	5,7	3.4 – 3.5
B.HAYVANSAL ÜRÜNLER	287.2	330 - 370	2.0	1.0 – 1.1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	464.8	1.000-1.100	3.2	2.9 – 3.2
II.SANAYİ	11.760.6	26.470-27.345	79.9	77.3 – 79.8
A.TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	451.2	830-885	3.1	2.4 – 2.6
Tekstil ve Hammaddeleri	261.7	530-560	1.8	1.5 – 1.6
Deri ve Deri Mamulleri	175.9	280- 300	1.2	0.8 – 0.9
Halı	13.6	20-25	0.09	0.05
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	3.318.6	6.200-6.400	22.6	18.1 – 18.7
C.SANAYİ MAMULLERİ	7.990.8	19.440 – 20.060	54.3	56.7 – 58.5
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	323.3	730 – 750	2.2	2.2 – 2.3
Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	1.154.0	3.100 – 3.200	7.8	9.0 – 9.3
Elektrik- Elektronik	2.786.6	7.000 – 7.200	18.9	20.4 – 21.0
Makine ve Aksamları	1.475.0	3.800 – 4.000	10.0	11.0 – 11.7
Demir ve Demir Dışı Metaller	993.7	1.850 – 1.900	6.8	5.4 – 5.5
Demir Çelik Ürünleri	301.1	550 – 570	2.0	1.6 – 1.7
Çimento ve Toprak Ürünleri	117.3	270 – 290	0.8	0.8 – 0.9
Değerli Maden ve Mücevherat	336.6	850	2.3	2.5
Diğer Sanayi Ürünleri	503.2	1.200	3.4	3.5
III.MADENCİLİK	335.4	900 – 1.000	2.3	2.6 – 2.9
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI (HAVACILIK,UZAY.GEMİ. TREN)	355.2	900 – 950	2.4	2.6 – 2.8
V. DİĞER SEKTÖRLER *(BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAYAN SITC 9)*	674.0	1.250 – 1.350	4.6	3.6 – 4.0
VI. YENİ SEKTÖRLER		**1.300 – 1.600**		**4.0 – 4.5**
TOPLAM	14.715.1	33.200 – 34.715	100.0	96.9 – 101.3



Yeni Sektörler

- Dr. Can Fuat Gürlesel'in, İstanbul Sanayi Odası tarafından yayınlanan "Global Sanayi Eğilimleri ve Türkiye için Değerlendirme" başlıklı raporda işaret ettiği üzere; yeni sektörler, dünya ticareti içinde giderek artan öneme sahip olacaktır.
- Yeni Sektörler, bilgi yoğun sanayilerden hareket alarak ülkelerin milli gelir artışına yüksek katma değer sağlayacak nitelikte olacaklar.



Yeni Sektörler / Ürün Grupları

- Uzay Havacılık
- Savunma Sanayi
- Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- Tıbbii hassas optik aletler
- Hastane ekipmanları ve sarf malzemeleri
- Yenilenebilir Enerji
  (güneş, rüzgar, hidrojen, pil, elektrikli otomobil, vb.)
- Çevre Teknolojileri
- Malzeme Teknolojileri
  (nanoteknoloji, atık, madencilik, daha az enerji tüketimi, daha uzun ömürlü ve dayanıklı malzemeler)

- Dünya mal ticaretine 2023 yılına kadar olan dönemde yeni sektörler ve onların ürünleri katılacaktır. Yeni katılacak sektörlerin ve ürünlerin ana belirleyicisi teknolojik gelişmeler olacaktır.
- Dünya mal ticaretine 2023 yılına kadar olan dönemde katılacak üç büyük sektör enerji teknolojileri ve sektörü, çevre teknolojileri ve sektörü ile malzeme teknolojileri ve sektörü olacaktır. Bu sektörlerdeki teknolojik gelişmeler, yeni buluşlar ve hızla ticarileşen ürünler dünya ticaretine katılacaktır.
- Her üç sektörün toplam hacmine ilişkin yaklaşık öngörüler yapılmaktadır. Buna göre enerji sektörünün yeni teknolojili ürünler alanında 2025 yılına kadar her yıl ortalama 870 milyar dolar harcama olacağı, çevre sektöründe 2008 yılında 740 milyar dolar olan pazar hacminin 2025 yılında 1.65 trilyon dolar olacağı, malzeme sektöründe ise 2007 yılında 275 milyar dolar olan iş hacminin 2025 yılında 940 milyar dolara çıkacağı öngörülmektedir.
- Yeni sektörlerin tamamı yüksek teknolojili sektörler olup teknolojik buluşlar, üretim ve ihracat büyük ölçüde gelişmiş ülkeler tarafından gerçekleştirilecektir.

1) ENERJİ TEKNOLOJİLERİ VE SEKTÖRÜ (ENERGY REVOLUTION)

- Enerji üretiminde düşük-sıfır emisyona sahip temiz ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması, güneş, rüzgar, jeotermal, hidrojen kullanılarak enerji üretilmesi, buna yönelik enerji üretim santralleri, saklama, dağıtım ve iletim altyapısının kurulması,
- Enerji üretiminde ko-jenerasyon çoklu enerji üreten üretim santrallerinin kurulması, aynı anda ısı ve elektrik üreten, elektrik üretiminden ısı kazanan, buhar-ısı çıkışlarını elektriğe çeviren üretim sistemleri kullanılması,
- Temiz ve yenilenebilir enerjilerin ünitelerde (konut, işyeri, sanayi, taşıtlar vb) kullanılması ve saklanması (güneş panelleri, güneş pilleri, eletrik motorları ve donanımları vb), yeni enerjiler ile çalışan araçların üretimi,
- Enerji verimliliği ve etkinliğini arttıran, enerji tasarrufu sağlayan malzemelerin üretimi, yapı ve inşaat malzemeleri, elektrikli akıllı ev eşyaları, sanayi makineleri ve ekipmanları, aydınlatma araç ve gereçleri,
- 2025 yılına kadar temiz ve yenilenebilir enerji yatırımları için yıllık ortalama 400 milyar dolar (ekipmanlar dahil), temiz ve yenilenebilir enerjilerin ünitelerde kullanılması ve saklanması için gerekli araçlar 200 milyar dolar, enerji verimliliği ve etkinliğinin arttırmak için 170 milyar dolar ve tüm bu teknolojik gelişmelerin arge çalışmaları için 100 milyar dolar ile toplam her yıl 870 milyar dolar harcanacağı öngörülmektedir.

2) ÇEVRE TEKNOLOJİLERİ VE SEKTÖRÜ (GREEN BUSINESS)

- Karbondioksit salınımı azaltmak için gerekli teknolojilerin (düşük karbon salınım teknolojileri) geliştirilmesi ve ünitelere uygulanması ve bu amaçla ihtiyaç duyulan araç- gereç ve ekipmanlarının üretimi,
- Karbondioksit emisyonunun tutulması ve saklanması teknolojisinin geliştirilmesi ve karbondioksit salınımı yaratan ünitelerde uygulanması,
- Tehlikeli ve endüstriyel atıkların toplanması, saklanması, yeniden kazanılması, enerji üretiminde yeniden kullanılması teknolojilerinin geliştirilmesi ve uygulanması; elektro filtreler, biyolojik arıtma tesisleri, toz toplama sistemleri, gaz kazanım sistemleri, çevrim sistemleri,
- Su ve atıksu arıtma teknolojileri ve sistemleri; modüler taşınabilir su arıtma tesisleri, su çevrim sistemleri,
- Kullanılmış ürünlerin (elektrikli-elektronik ve araç gereçler) atık geri dönüşüm teknolojileri, sistemleri ve tesisleri,
- İmalat sanayinde 3 r teknolojileri(recycle, reclamatıon, remanufacturıng) geliştirilmesi ve uygulanması,
- Madencilik, ormancılık, petrol-doğal gaz arama-sondaj işlerinde çevre dostu arama ve üretim teknolojilerinin kullanımı,
- Kara, hava ve deniz koşullarının iyileştirilmesi amacı ile biyoteknoloji temelli önleme, iyileştirme, temizleme ve yeniden üretme (örneğin reforestratıon) faaliyetleri,
- Çevre teknolojilerine dayalı sektörün hacmi 2008 yılında 750 milyar dolardır. Sektörün iş hacminin 2015 yılında 1.00 trilyon dolar, 2020 yılında 1.3 trilyon dolar ve 2025 yılında 1.65 trilyon dolar olacağı öngörülmektedir,

3) MALZEME TEKNOLOJİLERİ VE SEKTÖRÜ

- Sanayi ürünlerinin üretiminde kullanılan girdiler için daha hafif, daha uzun ömürlü, daha sağlam kompozit malzemeler, ileri malzemeler, super konsantre kompozit malzemeler ve ultra hafif dayanıklı kompozit malzmeler üretimi ve özellikle inşaat-yapı, otomotiv, altyapı, hava-uzay-savunma sanayi, elektrik-elektronik sektörlerinde kullanımı (polimer bazlı moleküler kompozitler, likit kristal temelli moleküler kompozitler, seramik fiber, karbon fiber, biopolimer ürünler, sialon),
- Akıllı malzemelerin ve ürünlerin üretimi (adaptronik ürünler) elektrikli, elektonik araçlar, malzemeler ve yüzeyler
- Mikro malzeme ve ürünlerin üretimi; (bıometrıc ve nano teknoloji ürünleri) elektronik, optik, hassas ölçü aletleri, medikal sağlık alanlarında kullanılan mikro makineler,
- Tam otomasyon üretim sistemleri (mekatronıcs teknolojisi) ; bilgisayar kontrollü (computer directed) uzaktan programlı ve kontrollü (teleoperated) robotik ve tam otomatik makine ve üretim sistemleri,
- Doğal ürünlerden inorganik ürünler imalatı (sentetik insan dokusu ve organları) ile sentetik sağlık ürünleri imalatı, protez, sentetik bio kimyasallar, doku hücre onarıcı maddeler, implant malzemeler,
- Malzeme teknolojisine dayalı ürünlerin pazar hacmi 2007 yılında 275 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır. Kompozit ürünler 7.3 milyon ton ve 67.5 milyar dolar ile en büyük payı almaktadır. Pazar hacminin 2015 yılındaa 560 milyar dolar, 2025 yılında ise 940 milyar dolar olacağı öngörülmektedir.

HAVACILIK, UZAY, SAVUNMA SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023

- Havacılık-uzay ve savunma sanayileri yüksek teknolojili sektörler olup yüksek katma değer yaratan sanayilerdir. Hava taşıtları ve gemi inşa sanayi aynı zamanda taşıt araçları sanayi içinde birlikte yer almaktadır,
- Havacılık sanayi artan ulaştırma ve taşımacılık talebi ile genişlemekte olup, yüksek teknolojili yeni nesil uçaklar ile üretim tedariki ve nihai ürün bazında ticaret hacmi hızlı genişleyen ve ticarette yüksek katma değer yaratan bir sektördür,
- Uzay sanayi az sayıda gelişmiş ülkenin tekelinde, yüksek teknolojiye dayalı çalışmaları ile diğer sanayi kollarında da kullanılabilecek teknolojik buluşları sürdürecektir,
- Savunma sanayi, değişen ve yenilenen savunma konseptleri içinde yüksek teknolojili yeni yetenek ve kapasitelere sahip 3.Nesil silah ve teçhizatları üretecektir. Yüksek teknolojiye dayalı 3.Nesil silahların silahlı kuvvetlerin bünyesine katılması ile önemli bir ticaret hacmi oluşacaktır.

HAVACILIK SANAYİ ÖNGÖRÜLER 2023

- Havacılık sanayinde temel belirleyici yolcu ve yük taşımacılığı gelişmeleri ve bunlara ilişkin öngörülerdir. Aırbus firması 2007-2026 yılları arasında dünya genelinde yolcu sayısının yıllık ortalama yüzde 4.9 artacağını, yük taşımacılığının ise yıllık ortalama yüzde 5.3 artacağını öngörmektedir. Boeıng firması ise 2009-2028 yılları arasında dünya genelinde yolcu sayısının yüzde 4.9, kargo yük taşımacılığının yüzde 5.4 artacağını öngörmektedir,
- Bu öngörülere bağlı olarak aırbus firması 2007-2026 yılları arasında 29.538 adet yolcu, 875 adet kargo uçağının satılacağını öngörmektedir. Bu uçakların değeri 2.9 trilyon doları yolcu uçakları, 200 milyar doları kargo uçakları olmak üzere toplam 3.1 trilyon dolardır. Boeıng firması ise 2009-2028 yılları arasında 29.0000 yolcu uçağı, 710 kargo uçağının satılacağını öngörmektedir. Bu uçakların değeri, 3.2 trilyon doları yolcu uçakları ve 171 milyar doları kargo uçakları olmak üzere toplam 3.37 trilyon dolardır. Özel jet ve ticari uçaklarda ayrıca bir pazar oluşturmaktadır,
- Yolcu ve yük taşımacılığında 2025 yılına kadar olan dönemde asya pasifik uçuş bölgesinin büyüklüğünün kuzey amerika ve atlantik uçuş büyüklüğünü geçeceği öngörülmektedir. Bu nedenle uçak talebi artan oranda asya-pasifik bölgesinden kaynaklanacaktır,
- Sürdürülebilir büyüme havacılık ve uçak teknolojilerini de şekillendirmektedir. Daha yüksek teknolojili donanımlar, hafif ve dayanıklı malzemeler, yüksek yakıt verimliliği ve uzun uçuşlar sağlayan motorlar ile yeni nesil uçaklar üretilecektir,
- Havacılık sanayinde az sayıda üretici dünya ölçeğinde tedarik ve satış yapacaktır. Bu nedenle yukarıda belirtilen uçak bedellerinin önemli bir bölümü tedarik (ithalat) ve ihracata konu olacaktır.

YOLCU VE KARGO UÇAKLARI ÖNGÖRÜLER 2009-2028:

UÇAKLAR	2009-2028 YENİ UÇAK SAYISI	2009-2028 YENİ UÇAK MİLYAR DOLAR	2009-2028 YENİ UÇAK BÖLGESEL DAĞILIM	
YOLCU UÇAKLARI	29.000	3.220	ASYA PASİFİK	8.960
GENİŞ UÇAKLAR	740	220	KUZEY AMERİKA	7.690
İKİ KORİDORLU	6.700	1.510	AVRUPA	7.330
TEK KORİDORLU	19.460	1.420	ORTA DOĞU	1.710
KISA MESAFE (RJ)	2.100	70	L.AMERİKA	1.640
			DİĞER	1.670
KARGO UÇAKLARI	710	171		
STANDART 45 TON	10	1		
ORTA BOY 40-80 TON	210	40		
GENİŞ 80 TON+	490	130		

KAYNAK: CURRENT MARKET OUTLOOK 2009-2028, BOEING 2009

YOLCU VE KARGO UÇAKLARI ÖNGÖRÜLER 2007/2026:

UÇAKLAR	YENİ UÇAK SAYISI 2007-2016	YENİ UÇAK SAYISI 2017-2026	YENİ UÇAK SAYISI 2007-2026	2007-2026 YENİ UÇAK BÖLGESEL DAĞILIM	
YOLCU UÇAKLARI	13.255	16.283	29.538	KUZEY AMERİKA	9.101
50 KİŞ İLİK	712	1.854	2.566	ASYA-PASİFİK	8.044
70/85 KİŞ İLİK	1.750	1.837	3.587	AVRUPA	7.192
100 KİŞ İLİK	1.311	1.060	2.371	LATİM AMERİKA	1.795
125/210 KİŞ İLİK	6.351	7.898	14.249	ORTA DOĞU	1.246
KÜÇÜK İKİ KORİDOR	1.880	1.987	3.867	AFRİKA	1.128
ORTA İKİ KORİDOR	731	884	1.615	BAĞIMSIZ DEVLET TOP.	1.032
UZUN İKİ KORİDOR	520	763	1.283		
KARGO UÇAKLARI			875		
KISA MESAFE (RT)			141		
UZUN MESAFE			188		
BÜYÜK UÇAKLAR			548		

KAYNAK: GLOBAL MARKET FORECAST 2007-2026, AIRBUS 2008

UZAY SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023

- Uzay sanayi yüksek teknoloji odaklı çalışmaları ile önemli buluşlar yapmakta, bu buluşlar diğer alanlara transfer edilerek uygulanmakta (örnek elektronik posta iletişimi), ülkeler arası teknolojik işbirlikleri için fırsatlar sunmakta ve teknolojik gelişmeler ve buluşlar ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır,
- Uzay sanayinde abd, rusya, ab, japonya , çin ve hindistan belirleyici ve yönlendirici ülkeler olacak, bu ülkeler arasında hem rekabet hem de işbirlikleri olacaktır,
- Uzay sanayinde 2030 yılına kadar olan programlanmış ana faaliyetlere 2013 yılında uluslar arası uzay istasyonu inşasının tamamlanması, 2017 yılında uzay uçağının ilk uçuşu, 2020 yılında ay üssünün faaliyete geçmesi, 2024 yılında mars ayı phoboy'a ilk insanlı uçuş ve 2030 yılında marsa ilk insanlı uçuş yer almaktadır,
- Uzay sanayindeki gelişmeler ile birlikte 2023 yılına kadar olan dönemde desteklenecek faaliyetler iklim değişiminin izlenmesi ve çevre yönetim, imalat sanayine aktarılacak malzeme teknolojileri, hayvansal ve bitkisel üretimin izlenmesi, iletişim, ulaştırma enerji madencilik alanlarına uygulanabilecek yeni teknolojiler (kablosuz-sınırsız iletişim, güneş enerjili yakıt motorları, güneş enerjili piller ve paneller, ay madenciliği vb.), Tıp ve sağlık alanında yeni buluşlar ve uygulamalar (atmosfer dışındaki koşullarda yeni buluşlar) olacaktır.

SAVUNMA SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023

- Savunma sanayileri 1989 yılında soğuk savaşın sona ermesi ardından ve daha sonra 11 eylül saldırıları iki kez radikal şekilde savunma konseptlerine bağlı olarak değişim göstermekte ve şekillenmektedir,
- Savunma sanayinde üretim yapısı üç yönlü gelişmeye devam edecektir. Az sayıda (konsolidasyon satın alma ve birleşmelerle) ana üretici, nitelikli arge ve teknoloji şirketleri ile çok sayıda kalite sistem onayına ve akredistasyona sahip tedarikçi yan sanayi üreticileri savunma sanayinde 2023 yılına kadar olan dönemde bu oyuncular arasında işbirlikleri ve ticaret hızlı artacaktır,
- Savunma harcamalarının önümüzdeki dönemde milli gelire oranla dünya genelinde azalacağı, buna karşın silah ve techizat harcamalarının toplam savunma harcamaları içindeki payının artacağı öngörülmektedir. Özellikle bu pay 3. Nesil silahların tedariki ile 2015 yılından sonra daha hızlı artacaktır. 2008 yılında dünya genelinde 1.49 trilyon dolar olan savunma harcamalarının 2023 yılında 2.5 trilyon dolara, silah ve techizat harcamalarının ise 521 milyar dolardan 1.05 trilyon dolara çıkacağı öngörülmektedir,
- Yeni dönemde tüm ülkelerin savunma sanayinin tüm alanlarında üretim yapması mümkün olmayacaktır. Bu nedenle silah ve teçhizat ticareti hem nihai ürünlerde hem de yan sanayide hızlı artacaktır.

SAVUNMA SANAYİ HARCAMALARI ÖNGÖRÜLER - 2023 MİLYAR DOLAR:

	2008	2013	2018	2023
TOPLAM SAVUNMA HARCAMALARI	1.490	1.605	2.015	2.505
SİLAH VE TEÇHİZAT HARCAMALARI	521	578	785	1.052

KAYNAK: MINISTRY OF DEFENSE US, MINISTRY OF DEFENSE UNITED KINGDOM, SIPRI

Katılımcıların başlıca görüşleri:

- Ekonomiyi büyütmeye ihtiyaç var, bunun için ihracat gerekli.
- Geçmişin denklemlerini geleceğe projekte edersek yanılırız.
  (Şeref Oğuz: "kullanılmış gelecek")
- İhracat stratejisinde sadece imalat ile sektörler olması eksiklik, hizmet sektörü de dahil edilmeli.
- "Yeni Zenginlik Alanları" envanteri için görüş toplamalıyız. Mevcutlar dışındaki büyüme, "hizmetler"den gelecek

Yeni Sektörlerin ve büyüme potansiyile yüksek ürün gruplarının önümüzdeki yıllarda ihracat hacmi içindeki rolünü netleştirmek üzere, bir Beyin Fırtınası toplantısı düzenlenmiştir. Katılımcıların görüşlerinden derlenen ana başlıklar:

Savunma sanayi olarak, Platform üretebilen, sahip olan, satabilen ülkeyiz
- 2004'ten itibaren yıllık % 40 ihracat büyümesi
- 2008'de 800 Milyon $ ihracat (dünya ticaretinin % 1'i)
- 2012'de 1 Milyar $ ihracat hedefi
- Tasarım kültürü oluştu. Sistem / platform üretmeye başladık, kararlar bize ait olmaya başladı.
- 2015 milad olacak. Kendi tank / uçak platform sahibi olacağız.
- Sektörün lobi gücü de olacak bir "Savunma İhracatçıları Birliği"ne ihtiyaç var….

Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT), 25. sektör olmalı
- Türkiye'de 35 Milyar $ büyüklüğünde sektör
- Telekom 30 Milyar $, IT 6 Milyar $ (% 20'si servis-entegrasyon)
- 2023'te 20-25 Milyar $ "bilişim müteahhitliği" ihracatı mümkün
- Entegrasyon – tasarım – outsourcing yetkinliklerimizi kullanmalıyız

Havacılıkta en büyük "challenge" karbon emisyonu olacak
- Yabancı yolcuların transit uçuşları ihracat kapsamında değerlendirilebilir.
- "Savunma + Havacılık", Vizyon 2023'ten hareketle geleceğe taşınabilir. "TAİ + TEİ + THY + SSM + SASAD" sinerjileri olabilir (üretim – bakım – lojistik)

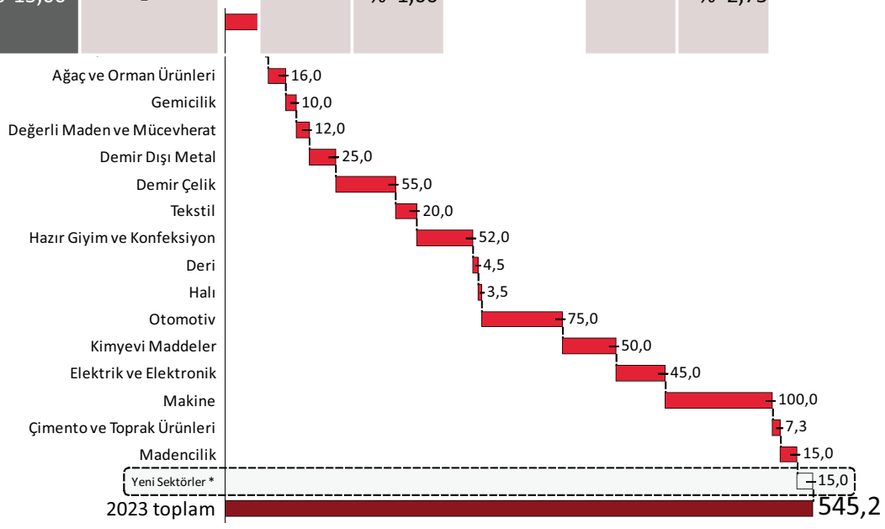
Yenilenebilir Enerji'de teknolojiye sahip değiliz
- Almanya, Finlandiya, vb. teknoloji ihraç ediyorlar.
- Enerji vermliliği, yeşil binalar, lojistik, sağlık ve her alanda daha az enerji tüketimi geçerli olacak. (örneğin daha az enerji tüketen ampuller gibi)

Teknoloji Vizyonu 2016'ya uzatılacak
- Vizyon 2023 kapsamında, "Bilim Teknoloji Uygulama Planı 2011" oluşturuldu.
- Vizyon, 2011-2016'ya uzatılacak.

- Yeni Sektörler 2023 ihracat öngörüsü, 2023'te dünya ticaretinde öngörülen yaklaşık 1,5 Trilyon $ hacminden % 1 pay alınabileceği tahminine baz edilmiştir. Bu da, 15 Milyar $ ihracat büyüklüğüne işaret etmektedir.

	2008	2009	2013	2018	2023	2009-2023 yıllık artış oranı	Dünya ticareti payı		Değişim	Türkiye ihracatı payı		Değişim
							2008	2023		2008	2023	
Yeni Sektörler	-	-	-	2-3,0	10-15,00	-	-	% 1,00		-	% 2,75	

B.HAYVANSAL ÜRÜNLER	287.2	330 - 370	2.0	1.0 – 1.1
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	464.8	1.000-1.100	3.2	2.9 – 3.2
II.SANAYİ	11.760.6	26.470-27.345	79.9	77.3 – 79.8
A.TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	451.2	830-885	3.1	2.4 – 2.6
Tekstil ve Hammaddeleri	261.7	530-560	1.8	1.5 – 1.6
Deri ve Deri Mamulleri	175.9	280- 300	1.2	0.8 – 0.9
Halı	13.6	20-25	0.09	0.05
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	3.318.6	6.200-6.400	22.6	18.1 – 18.7
C.SANAYİ MAMULLERİ	7.990.8	19.440 – 20.060	54.3	56.7 – 58.5
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	323.3	730 – 750	2.2	2.2 – 2.3
Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	1.154.0	3.100 – 3.200	7.8	9.0 – 9.3
Elektrik- Elektronik	2.786.6	7.000 – 7.200	18.9	20.4 – 21.0
Makine ve Aksamları	1.475.0	3.800 – 4.000	10.0	11.0 – 11.7
Demir ve Demir Dışı Metaller	993.7	1.850 – 1.900	6.8	5.4 – 5.5
Demir Çelik Ürünleri	301.1	550 – 570	2.0	1.6 – 1.7
Çimento ve Toprak Ürünleri	117.3	270 – 290	0.8	0.8 – 0.9
Değerli Maden ve Mücevherat	336.6	850	2.3	2.5
Diğer Sanayi Ürünleri	503.2	1.200	3.4	3.5
III.MADENCİLİK	335.4	900 – 1.000	2.3	2.6 – 2.9
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI (HAVACILIK,UZAY.GEMİ. TREN)	355.2	900 – 950	2.4	2.6 – 2.8
V. DİĞER SEKTÖRLER *(BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAYAN SITC 9)*	674.0	1.250 – 1.350	4.6	3.6 – 4.0
VI. YENİ SEKTÖRLER		**1.300 – 1.600**		**4.0 – 4.5**
TOPLAM	14.715.1	33.200 – 34.715	100.0	96.9 – 101.3



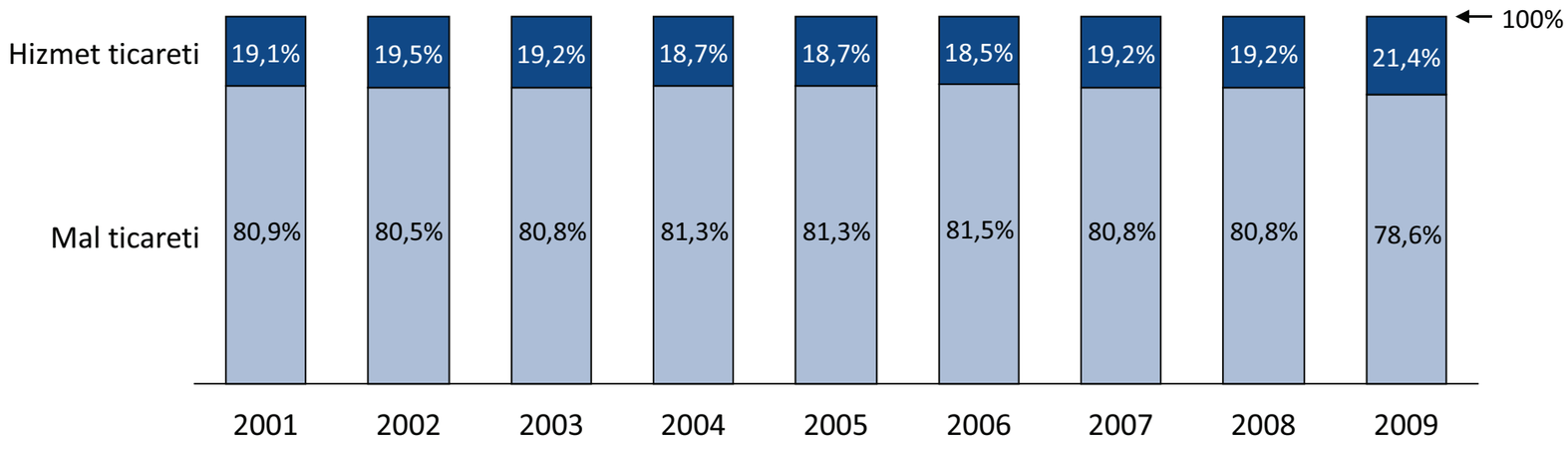
İhracatta mal ve hizmet sektörleri

- İhracat kapsamına, mal ticaretindeki mevcut ve yeni sektörler tanımlamasına ek olarak, son 10 yılda dünya ticaretinin yaklaşık % 20'sini oluşturan ve 2009'da payını % 2 artırmış olan Hizmet Sektörü'nün de dahil edilmesi gerektiğine işaret etmeyi gerekli görmekteyiz.

İhracatta Hizmet Sektörü

- Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- Lojistik
- Finansal Hizmetler
- Turizm
- Müteahhitlik
- Ulaştırma
- Eğitim – Sağlık
- Bireysel Hizmetler

	Mal ticareti		Hizmet ticareti		Toplam
	Milyar $	% pay	Milyar $	% pay	Milyar $
2001	6.191	% 80,94	1.458	% 19,06	7.649
2002	6.492	% 80,53	1.570	% 19,47	8.062
2003	7.585	% 80,81	1.801	% 19,19	9.386
2004	9.220	% 81,27	2.125	% 18,73	11.345
2005	10.475	% 81,26	2.415	% 18,74	12.890
2006	12.113	% 81,47	2.755	% 18,53	14.868
2007	13.880	% 80,84	3.290	% 19,16	17.170
2008	15.875	% 80,77	3.780	% 19,23	19.655
2009	12.147	% 78,58	3.312	% 21,42	15.459



- Türkiye'nin 2023 İhracat büyüklüğü öngörülerine temel teşekkül eden sektörler, mevcut 24 mal üretim esaslı sektörlerdir. Sözkonusu mevcut sektörle çalıştaylar düzenlenmiş ve sektör Liderlik Ekipleriyle toplantılarda öngörüler netleştirilmiştir.
- Mevcut sektörlerde izlenen metodolojiden farklı olarak, Yeni Sektörlerin de 2023'te büyüklük öngörüleri, dünya ticareti hacminden alınması tahmin edilen pazar payına dayandırılmıştır.

Mevcut Sektör ler

- Bitkisel Ürünler
- Su ve Hayvancılık Ürünleri
- Ağaç ve Orman Ürünleri
- Gemicilik
- Değerli Maden ve Mücevherat
- Demir Dışı Metal
- Demir Çelik
- Tekstil
- Hazır Giyim ve Konfeksiyon
- Deri
- Halı
- Otomotiv
- Kimyevi Maddeler
- Elektrik ve Elektronik
- Makine ve Aksamları
- Çimento ve Toprak Ürünleri
- Madencilik

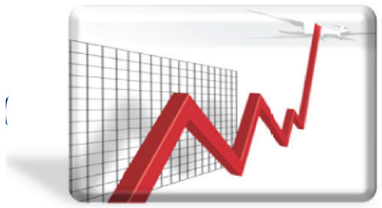
Yeni Sektörler

- Uzay Havacılık
- Savunma Sanayi
- Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- Tıbbii hassas optik aletler
- Hastane ekipmanları ve sarf malzemeleri
- Yenilenebilir Enerji (güneş, rüzgar, hidrojen, pil, elektrikli otomobil, vb.)
- Çevre Teknolojileri
- Malzeme Teknolojileri (nanoteknoloji, atık, madencilik, daha az enerji tüketimi, daha uzun ömürlü ve dayanıklı malzemeler)

İhracatta Hizmet Sektörü

- Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- Lojistik
- Finansal Hizmetler
- Turizm
- Müteahhitlik
- Ulaştırma
- Eğitim – Sağlık
- Bireysel Hizmetler

Stratejinin Yönetişimi



- TİM, strateji yönetiminin planlamadan ibaret olmadığını ve stratejiyi icra edecek yetkinlikleri geliştirmek üzere yönetim süreçlerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. 2023 atılımının yönetiminde gerekli üç boyut bulunmaktadır:
  - Değişim yönetimi
  - Büyüme
  - Etkinlik



- Uzun soluklu proje aslında bir Değişim Yönetimi projesidir, ulusal ölçekli projede strateji ve performans çerçevesinin başarısı için kritik 5 temel gereklilik yüksek kalitede yerine getirilmiştir:

1. Üst düzey Liderlik:

Lider ve önderlerin projeyi sahiplenmesi ve alt çalışma komitesine delege etmeden, geliştirme sürecinde aktif mevcudiyeti;

Sektörel lider ve düşünce önderlerinin katkılarının sağlanması.

1. Değişim Yönetimi:

Yarından beklenen performansın bugün yönetilebilmesi için, mevcut olmayan bazı yetkinliklere ihtiyaç duyulması;

Yukardan-aşağı doğru kurgu ile sahiplenmeyi temin etmek, deneyimli ve bilgili uzmanların danışmanlığından faydalanmak, en-iyi-uygulama örneklerinden öğrenmek.

1. Çekirdek Ekip:

TİM'in, yeterli düzeyde zaman ve enerji ayıracak, yetkin ve donanımlı bir Proje Direktörü ataması ve projede fiilen çalışacak kişilere rol ve sorumluluklarını tarif etmesi;

Projede çalışacak birimlerin etkin koordinasyonu ve program yönetimiyle çalışma akışının disipline edilmesi.

1. Neden sonuç ilişkileri:

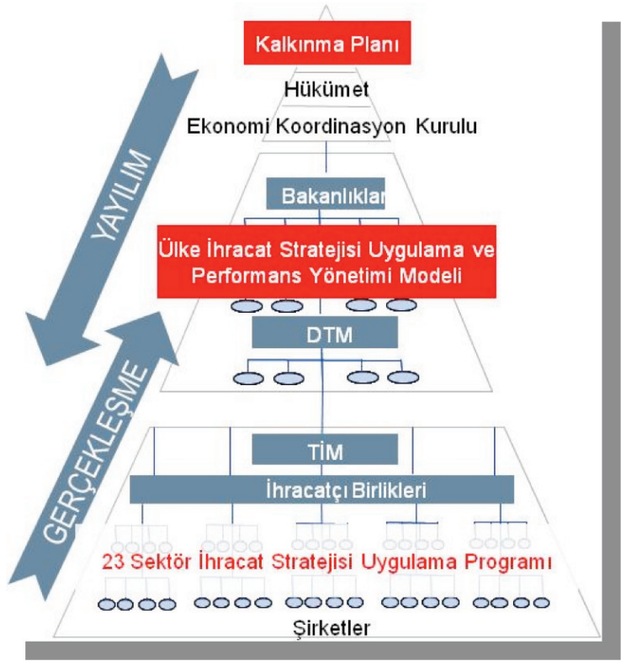
Stratejik önceliklerin bütünsel yapısının sağlanması ve bütçe ile ilişkilendirilerek gerekli kaynakların temini.

1. Kültür , ortak dil ve kavram birliği:

Kısa-vadeli operasyonel düşünce yapısı ile dengeli ve proaktif orta/uzun-vadeli stratejik düşünce yapısının içselleştirilmesi;

Kelimelere yüklenen anlamların önemi ışığında, aynı ifadelerden herkesin aynı şeyi algılamasının temini.

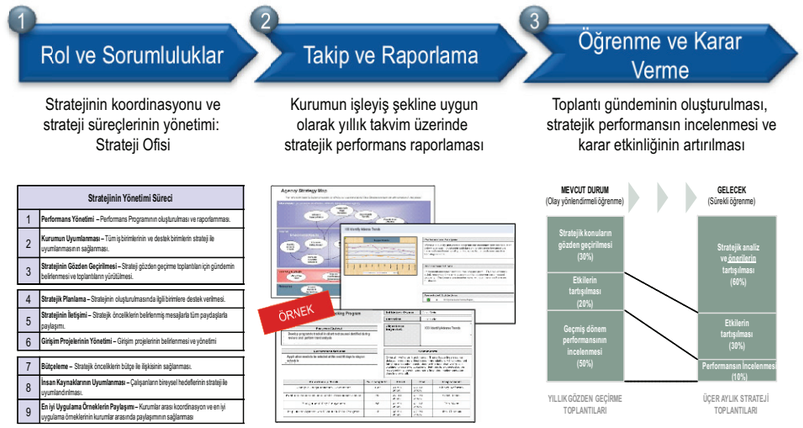
- Strateji Haritası'nın oluşturulmasında ve sürekliliğinin sağlanmasında en önemli faktör Liderlik'tir. Ülke ölçeğindeki Strateji Haritası'nın sahibi, dikey ve yatay uyumlanmayı temin edecek olan Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanlığı'dır.



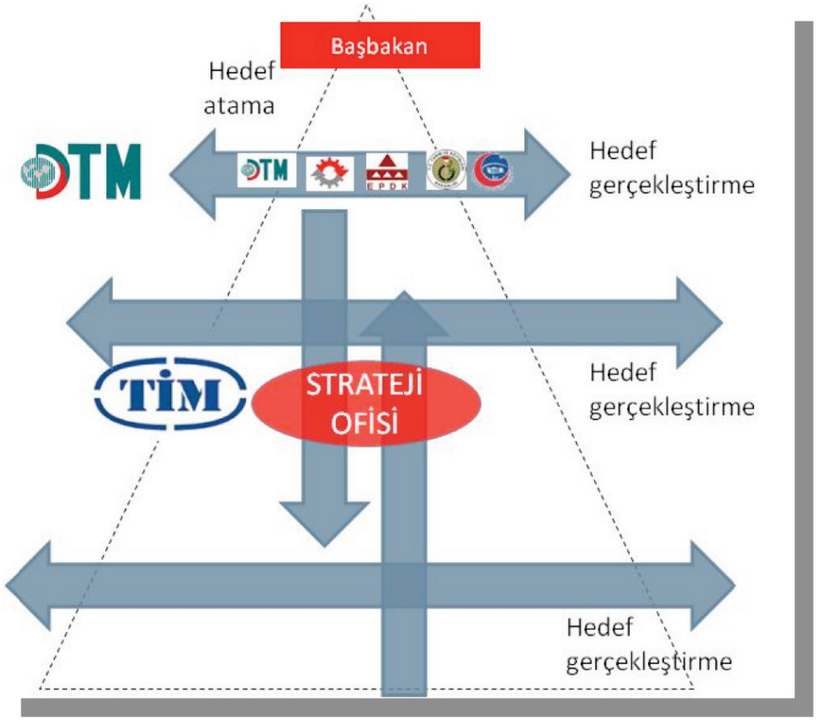
Sektör düzleminde;

- Liderlik ve sahiplenme sektör yönetimindedir. Strateji Haritası'nın sahibi sektör Liderlik Ekipleri'dir.

- Hazırlanan Strateji Haritası ve Performans Programı'nın en önemli yanı sahiplenme, sürekli takip ve gözden geçirmeyi zorunlu kılmasıdır. Başta dış faktörler olmak üzere, son derece dinamik olan iç ve dış gelişmeler performansın takibinin, varsayımların, öngörülen proje ve programların güncellenmesini ve revizyonunu daha da önemli kılmaktadır.
  - Stratejinin yönetilebilir olması üç temel faktöre dayalıdır
  - Rol ve sorumlulukların belirlenmesi,
  - Takip ve raporlama,
  - Öğrenme ve Karar Vermek.



- Rol ve sorumlulukların belirlenmesi kapsamında, kurum içinde Performans Programı'nı güncel tutacak, gerekli metodolojik paylaşımı kurum içinde ve ilgili sektörler nezdinde yaparak yayılımını sağlayacak bir ekip gereklidir.
- Stratejinin yönetimi, birimlerin yönetiminden farklıdır:
  - Geleneksel yönetim, organizasyon şeması içinde kapalı alanlar oluşturur.
  - Strateji yönetimi için, birimler ve kurumlar arası çapraz işleyiş gereklidir.
- Strateji Ofisi olarak adlandırılan ekibin temel görev ve sorumlulukları sürecin sahibi olarak stratejinin koordinasyonu ve strateji süreçlerinin yönetimidir.
- Bu kapsamda; hazırlanan Strateji Haritalarının ve Performans Programları'nın değişen şartlar ve dinamikler doğrultusunda güncelliğini garanti altına alacak, gerekli koordinasyon ve uyumlanmayı sağlayacak TİM bünyesinde Strateji Ofisi oluşturulmuştur. Söz konusu ekip DTM ile koordinasyon içinde ilgili kamu kuruluşları, özel sektör ve diğer paydaşlar ile ülke ölçeğindeki Strateji Haritası ve Performans Programı'na ilişkin çalışmaları yürütecektir.
- Birlik ArGe şubeleri projenin başlangıcından bu yana tüm süreçte yer alarak önemli katkı sağlamışlardır. Performans Yönetimi'nin hayata geçirilmesinde ArGe şubeleri TİM Strateji Ofisi'nin koordinasyonu ile sektörel boyutta çalışmaları yürüteceklerdir.



- Strateji Ofisi'nin görev ve sorumlulukları aşağıda gösterilmiştir. Öncelikli görevleri Performans Programı'nın yönetimi, kurumun uyumlanmasının sağlanması ve stratejinin gözden geçirilmesidir.

	Stratejinin Yönetimi Süreci	
Öncellikli Görevler	1	Performans Yönetimi – Performans Programının oluşturulması ve raporlanması.
	2	Kurumun Uyumlanması – Tüm iş birimlerinin ve destek birimlerin strateji ile uyumlanmasının sağlanması.
	3	Stratejinin Gözden Geçirilmesi – Strateji gözden geçirme toplantıları için gündemin belirlenmesi ve toplantıların yürütülmesi.
İkincil Görevler	4	Stratejik Planlama – Stratejinin oluşturulmasında ilgili birimlere destek verilmesi.
	5	Stratejinin İletişimi – Stratejik önceliklerin belirlenmiş mesajlarla tüm paydaşlarla paylaşımı.
	6	Girişim Projelerinin Yönetimi – Girişim projelerinin belirlenmesi ve yönetimi.
Birleştirici Görevler	7	Bütçeleme – Stratejik önceliklerin bütçe ile ilişkisinin sağlanması.
	8	İnsan Kaynaklarının Uyumlanması – Çalışanların bireysel hedeflerinin strateji ile uyumlandırılması.
	9	En iyi Uygulama Örneklerin Paylaşımı – Kurumlar arası koordinasyon ve en iyi uygulama örneklerinin kurumlar arasında paylaşımının sağlanması.

Terimler	Kısa açıklama
Stratejinin Uygulamaya Aktarılması	Bu terim, “Strategy Execution”ın karşılığı olarak kullanılmaktradır. Strateji günümüzde planlamadan ibaret değildir. İş sonuçlarını doğuran temel faktör sürekli ve yaşayan bir strateji yönetimidir.
Strateji Yönetimi Çerçevesi	Strateji günümüzde planlamadan ibaret değildir. İş sonuçlarını doğuran temel faktör sürekli ve yaşayan bir strateji yönetimidir. Odaklanma alanları belirlenerek, Balanced Scorecard (BSC) metodolojisi, her kurum için özelleştirilmelidir.
Performans Yönetimi	Bireysel değil, kurumsal seviyedeki performansın proaktif ve etkin şekilde yönetimini kapsamaktadır.
Değer Açıklığı	Bu terim, “Value Gap”in karşılığı olarak kullanılmaktradır. Vizyoner olarak arzu edilen finansal seviye ile bugün olunan seviye arasındaki parasal bazdaki farkın tanımlanması için kullanılmaktadır.
Değer Önermesi	Bu terim, “Value Proposition”ın karşılığı olarak kullanılmaktradır. müşterimize ve paydaşlarımızın önem atfettiği ürün/hizmet niteliklerinde farklılaştığımızda parasal çıktılarımızın artacağını varsaydığımız vaatlerimizdir.
Değişim Gündemi	Bu terim, “Change Agenda”nın karşılığı olarak kullanılmaktradır. Değişim unsurlarını belirlemek ve bugün ile gelecek arasında atılım yapılması gerekli olan unsurları açığa çıkartmaktadır.
Strateji Haritası	Odaklanma alanlarından hareketle, olmazsa-olmaz’larımız arasında neden-sonuç ilişkisini tek bir sayfaya indirgeyen, öncelikleri ve stratejinin hikayesini yansıtan, operasyonel işlerle stratejik olanların ayrışmasını sağlayan bir araçtır.
Perspektifler	Balanced Scorecard (BSC) metodolojisinin temel yapı taşlarıdır. 4 katman arasında (Finans-Piyasa-Süreç-İnsan) bağlantılı yönetim yapısını kurar.
Gayrimaddi varlıklar	Bu terim, “Intangible”ın karşılığı olarak kullanılmaktradır. Parasal gibi maddi çıktıların oluşumunu sağlayan insan-bilgi-organizasyon-kültür-ilişki faktörlerini içerir.
Stratejik Hedefler (objectives)	Stratejimizde odaklandığımız önceliklerimizdir. Olmazsa-olmaz mutlaka başarmamız gereken unsurladır. Günlük operasyonel işlerimizin yanı sıra, aslen gelecekte olmak istediğimiz noktaya bizi taşıyacak tercihlerimizdir.
Ölçütler (measures)	Stratejik hedeflerimizde başarılı olup olmadığımızı bize bildiren başarı göstergeleridir.
Başarı seviyesi (targets)	Performans ölçümü yapabilmek üzere, başarı düzeyimizi hangi çıta seviyesine göre belirlediğimiz rakamsal değerdir.
Girişim projesi (initiatives)	Sıçrama yapmamızı sağlayacak stratejik aksiyon ve programlardır. Sıradan bir projeden tek farkı, stratejik hedefimize ulaşmamıza direk etki edecek nitelikte eylemler seti olmasıdır. Proje yönetimi yetkinlikleri başarının belirleyicisidir.