

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMİ FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI



**TÜRKİYE’NİN 2023 VİZYONU VE DIŞ TİCARET
HEDEFLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

KADİR KURKUT

Danışman
Yrd. Doç. Dr. ALİ İHSAN ÖZEROĞLU

İstanbul (2012)

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMİ FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİM DALI



**TÜRKİYE’NİN 2023 VİZYONU VE DIŞ TİCARET
HEDEFLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

KADİR KURKUT

Danışman
Yrd. Doç. Dr. ALİ İHSAN ÖZEROĞLU

İstanbul (2012)

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	5
TABLO LİSTESİ	6
ŞEKİL LİSTESİ	8
KISALTMALAR	10
GİRİŞ	13
BÖLÜM I. 2023 VİZYONUNA GİRİŞ	14
A.2001 – 2023 Türkiye Uzun Vadeli Kalkınma Stratejisi	14
B. VİZYON NEDEN GEREKLİDİR?	17
C.2023 Türkiye Vizyonu Hedefleri	19
D. DIŞ TİCARET NEDİR?	24
1. İHRACAT NEDİR?	24
2. İTHALAT NEDİR?	25
3. CARİ AÇIK NEDİR NASIL KAPANIR?	26
BÖLÜM II.2023 İÇİN YAPILAN SİYASİ PARTİ ÇALIŞMALARI	28
1. ADALET VE KALKINMA PARTİSİ (AK PARTİ) ÇALIŞMASI	28
2. CUMHURİYET HALK PARTİSİNİN 2023 ÇALIŞMASI	32
3. MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ 2023 ÇALIŞMASI	42
BÖLÜM III. T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI VE 2023 VİZYONU TOPLANTISIEKONOMİ BAKANI ZAFER ÇAĞLAYAN'IN KONUŞMA VE AÇIKLAMALARI	50
A. İHRACAT VİZYONUMUZ	53
B. İTHALAT VİZYONUMUZ	55
C. CARİ AÇIK	57
D. TEŞVİK VİZYONUMUZ	61
E. İKİLİ, BÖLGESEL VE ÇOK TARAFLI TİCARİ VE EKONOMİK İLİŞKİLER	68
F. SERBEST BÖLGELER, YURTDIŞI YATIRIM VE HİZMETLER	70
G. ÜRÜN GÜVENLİĞİ VE DENETİMİ	72
BÖLÜM IV. TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİNİN VİZYON 2023 ÇALIŞMASI İLE İLGİLİ AÇIKLAMALARI	76
1. TİM, 545 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFİ İÇİN STRATEJİSİNİ AÇIKLADI	76
BÖLÜM V. EKONOMİK KRİZ BELİRTİSİ OLARAK CARİ AÇIK – BÜYÜME İLİŞKİSİ	80
BÖLÜM VI. 2023'TE TÜRKİYE EKONOMİSİ	89
BÖLÜM VII. 2023 HEDEFLERİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE TURİZM	96
BÖLÜM VIII. İHRACAT STRATEJİK PLANI	123
2) İHRACAT STRATEJİK PLANI VE BAZI YAPISAL SORUNLAR	126
3) İHRACAT STRATEJİK PLANININ GENEL AMACI	127
4. STRATEJİK AMAÇLAR	128
5) STRATEJİK PLANIN UYGULANMASI, İZLENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ	134
BÖLÜM IX. TÜSİAD VİZYON 2050 TÜRKİYE	136
BÖLÜM X. TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ (2023)	147

BÖLÜM XI. 9. KALKINMA PLANINDA DIŞ TİCARET HEDEFLERİ VE AÇIKLAMALARI	169
1. DÜNYA EKONOMİSİNDE MEYDANA GELEN GELİŞMELER	169
BÖLÜM XII. VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ ÇALIŞMALARI	205
BÖLÜM XIII. KOBİ STRATEJİSİ ve EYLEM PLANI	220
BÖLÜM XIV. 2023 BİLGİ EKONOMİSİ VE EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI	244
BÖLÜM XV. TÜRKİYE DIŞ TİCARET STRATEJİSİ (2005-2010 ve 2015-2023)	250
9. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİNİN YAPISAL ANALİZİ	275
23. DIŞ TİCARET STRATEJİSİ GENEL DEĞERLENDİRME	308
24. TÜRKİYE DIŞ TİCARET STRATEJİSİNE ELEŞTRİSEL YAKLAŞIM	314
BÖLÜM XVI. DIŞ TİCARET STRATEJİSİ İL İL DEĞERLENDİRME	325
BÖLÜM XVII. DIŞ TİCARET 2009-2013 STRATEJİK PLAN	331
2. STRATEJİK AMAÇLAR	333
BÖLÜM XVIII. TÜBİTAK VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜLERİ PROJESİ MAKİNE – MALZEME PANELİ VE TEKSTİL PANELİ 2023 DÜNYASINDA TÜRKİYE ÇALIŞMA RAPORU	350
BÖLÜM XIX. VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ PROJESİ RAPOR (İNŞAAT ve ALTYAPI PANELİ)	360
BÖLÜM XX. TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ 2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİNİN UYGULAMAYA AKTARILMASI VE SEKTÖREL KIRILIMI	372
DÜNYA TİCARET ÖNGÖRÜLERİ	391
SEKTÖRLERİN 2023 HEDEFLERİ VE ÖNGÖRÜLERİ	407
100. YIL HEDEFİ DEMOKRASİ İLE KALKINMA VE İSTİKRAR HEDEFİDİR	418
BÖLÜM XXI. VİZYON 2023 DIŞ TİCARET HEDEFLERİ GZTF ANALİZİ	430
EK TABLOLAR	455
KAYNAKÇA	473

ÖNSÖZ

Son yıllarda yaşanan ekonomik gelişmeler ülkemizin ekonomisindeki beklentileri de arttırmıştır. Küreselleşen dünya uluslararası alanda ticari ilişkilerin hızla gelişmesini sağlamıştır. Ülkemizin gelecekte de değişimi kaçınılmazdır. O halde değişimin ana unsurları, dünya koşullarında yeniden tanımlanacak yerimiz, reformların hangi sırayla gündeme getirileceği, atılacak adımların zamanlaması, yönetimi, toplumun geniş kesimleri ile ortak anlayış noktalarının çıkartılması ve uygulamanın izlenmesi gerekmektedir. Bunun için sağlam ve güvenilir bir stratejik vizyon geliştirmeliyiz. Geleceği beklemek yerine onu tercihlerimiz doğrultusunda şimdiden biçimlendirmeye başlamak gerekmektedir.

2023 Türkiye Vizyonu ile Cumhuriyetimizin yüzüncü kuruluş yıldönümüne denk düşen 2023 seçilmesi kitlelere istikamet göstermek, motivasyon sağlamak bakımından çok önemlidir. Bu hedeflere ulaşmanın yegane yolu hiç durmadan çalışmak ve hemen her sektörümüz için stratejik hedefleri yerine getirmek için çalışmalar yapmaktır. Bu hedefler arasında hiç şüphesiz en önemlisi dış ticaretimizdir. Dış ticaret için konulan hedefleri inceleyen bu çalışmayla 2023'e ışık tutmak ve dış ticaretimizin 2023 hedefleri için yapılması gerekenler ortaya koymak hedeflenmiştir. Yaptığımız bu çalışmada bana destek olan Yrd. Doç. Dr. Ali İhsan Özeroğlu Hocama, bana desteğini esirgemeyen aileme ve tüm dostlarıma çok teşekkür eder, bu çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2012

KADİR KURKUT

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

<i>Tablo 1: 1990 – 2009 Yılları Arası Büyüme – Cari Açık.....</i>	<i>86</i>
<i>Tablo 2: En Büyük Ekonomiler 2009 – 2012.....</i>	<i>103</i>
<i>Tablo 3: Ekonomik tahminler 2023.....</i>	<i>104</i>
<i>Tablo 4: En büyük ekonomiler.....</i>	<i>106</i>
<i>Tablo 5: En Büyük Ekonomiler 2009 – 2012</i>	<i>110</i>
<i>Tablo 6: En Büyük Ekonomiler, 2017</i>	<i>112</i>
<i>Tablo 7: Nüfusun Ekonomiye Katkısı.....</i>	<i>113</i>
<i>Tablo 8: Kişi Başına Düşen Gelire Göre Sıralama</i>	<i>115</i>
<i>Tablo 9: Enerji Sektörü Yatırım İhtiyaçları Projeksiyonu, 2005-2050.....</i>	<i>143</i>
<i>Tablo 10: Ar-Ge Göstergeleri.....</i>	<i>213</i>
<i>Tablo 11: KOBİ Tanımı.....</i>	<i>230</i>
<i>Tablo 12: Türkiye'de AR-GE harcamaları/GSYİH Oranı.....</i>	<i>243</i>
<i>Tablo 13: 2011 Döneminde AB'nin Dış Ticaretinde İlk 30 Ülke.....</i>	<i>249</i>
<i>Tablo:14 Yıllara ve Aylara göre Dış ticaret.....</i>	<i>250</i>
<i>Tablo 15: İllerimizim Ülkemize Yaptığı Katkı.....</i>	<i>323</i>
<i>Tablo 16: İllerimizin İhracat Payları.....</i>	<i>323</i>
<i>Tablo 17: İllerimizin Stradanlıklarına göre bölgelere ayrılışı.....</i>	<i>326</i>
<i>Tablo 18: Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler.....</i>	<i>347</i>
<i>Tablo 19: Teknolojide Belirleyici Olması Beklenen unsurlar.....</i>	<i>348</i>
<i>Tablo 20 Teknolojide Temel Eğilimler.....</i>	<i>349</i>
<i>Tablo 21: Türkiye Senaryoları - Olumsuz Senaryo.....</i>	<i>351</i>
<i>Tablo 22: Ulusal Rekabet Gücü.....</i>	<i>353</i>
<i>Tablo 23 Ülke Vizyonu Kurgulanan Ülke.....</i>	<i>354</i>
<i>Tablo 24: 2023 Veri Projeksiyonu.....</i>	<i>378</i>
<i>Tablo 25: Stratejik Hedefler Tablosu.....</i>	<i>378</i>
<i>Tablo 26: Perspektif ve ölçütler.....</i>	<i>380</i>
<i>Tablo 27: Senaryolar.....</i>	<i>387</i>
<i>Tablo 28: Dünya Ticareti Rakamsal Değerler ve Tahminler.....</i>	<i>388</i>

<i>Tablo 29: Dünya ticaretinde Türkiye ve Türkiye'nin gerçekleşmesi Muhtemel Verileri.....</i>	<i>401</i>
<i>Tablo 30: Strateji ve Başarı Hedefleri.....</i>	<i>401</i>
<i>Tablo 31: Sektörlerin Değerlendirilmesi.....</i>	<i>403</i>
<i>Tablo 32: Türkiye'nin Dünya Ticaretindeki Yeri (Senaryolar).....</i>	<i>417</i>
<i>Tablo 33: Sektörler ve 2023 hedefleri.....</i>	<i>419</i>
<i>EK TABLOLAR.....</i>	<i>451</i>

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Grafik 1: 1990 - 2012 arası İhracat.....	83
Grafik 2: 1990 - 2012 arası İthalat.....	83
Grafik 3: stratejik Konum.....	105
Grafik 4: Teknolojik mükemmellik.....	107
Grafik 5: Kritik refah döngüsü.....	107
Grafik 6: Nufusun Eğitim Durumu.	114
Grafik 7: Sektörlerin Yıllar İtibariyle Payları.....	146
Grafik 8 Teknoloji Stratejisi.....	206
Grafik 9: Siyasal Sahiplenme.....	210
Grafik 10: Teknolojinin faydası.....	210
Grafik11: AR-GE Harcamalarının Türkiye -AB-27 Karşılaştırılması.....	243
Grafik 12:AB'nin Pazar payı.....	268
Grafik 13: Türkiye'nin AB iç Pazar hedefi.....	269
Grafik 14: Dış Ticaret Projeksiyonu.....	278
Grafik 15 Potansiyeli Yüksek İllerimiz.....	326
Grafik 16: Senaryo Şablonu.....	350
Grafik 17: İhracat Dinamiği.....	374
Grafik 18: Bugün ve Yarın analizi.....	376
Grafik 19 Vizyoner.....	376
Grafik:20 Senaryo Değerlendirilmesi.....	382
Grafik:21 İhracat strateji izlenmesi.....	383
Grafik: 22. 2023 Projeksiyonu.....	383
Grafik 23: 2023 Strateji Öngörüsü.....	384
Grafik 24: Dünya Ticareti Öngörüsü.....	386
Grafik 25: 2023 İhracat hedefi.....	388
Grafik 26: Vizyon 2023.....	390
Grafik 27: Vizyonun Yolu.....	399
Grafik: 28.....	404

Grafik: 29	404
Grafik:30	405
Grafik:31	405
Grafik:32	405
Grafik:33	406
Grafik:34	406
Grafik:35	407
Grafik:36	407
Grafik:37	408
Grafik:38	408
Grafik:39	409
Grafik:40	409
Grafik:41	410
Grafik:42	410
Grafik:43	411
Grafik:44	411
Grafik:45	412
Grafik:46	412
Grafik:47	413
Grafik:48	413
Grafik:49	414
Grafik:50	414
Grafik:51	415
Grafik 52: Senaryo Dünya ticaretinde Türkiye	418

KISALTMALAR

TİM	-	Türkiye İhracatçılar Meclisi
OECD	-	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SGP	-	Satın Alma Gücü Paritesi
OVP	-	Orta Vadeli Program
TUİK	-	Türkiye İstatistik Kurumu
TEPAV	-	Türkiye Ekonomi politikaları Araştırma Vakfı
DTM	-	Dış Ticaret Müsteşarlığı
TUSİAD	-	Türkiye Sanayi ve İş adamları Derneği
ETKB	-	Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı
EİEİ	-	Elektrik İdaresi Etüt İdaresi
EVKK	-	Enerji Verimliliği Koordinasyon Kurulu
TEP	-	Ton Eş Değer Petrol
AEA	-	Avrupa Ekonomik Alanı
DPT	-	Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ	-	Dünya Ticaret Örgütü
GB	-	Gümrük Birliği
EAG	-	En Az Gelişmiş Ülkeler
İKG	-	İhracat Kredi Garantileri Kurumu
UNCTAD	-	Birleşmiş Milletler Kalkınma ve Ticaret Konferansı
OGT	-	Ortak Gümrük Tarifesi
RG	-	Resmi Gazete
TUBİTAK	-	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜRKAK	-	Türkiye Akreditasyon Kurumu

KOSGEB	-	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
TESK	-	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konferansı
TOBB	-	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
BİT	-	Bilgi İşlem Teknolojisi
AKÇT	-	Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu
İGEME	-	İhracatı Geliştirme Merkezi
DYY	-	Doğrudan Yabancı Yatırımlar
DYSY	-	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları
GATT	-	Genel Gümrük Tarifleri Görüşmeleri Antlaşması
MDAÜ	-	Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkeleri
ODTP	-	Ortak Dış Ticaret Politikası
ISIC	-	Uluslararası Standart Sanayi Malları Sınıflandırması
BEC	-	Geniş Ekonomik Kategorilerin Sınıflandırması
RCA	-	Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi
GSP	-	Genelleştirilmiş Preferanslar Sistemi
MAM	-	Marmara Araştırma Merkezi
DİR	-	Dahilde İşlem Rejimi
KEK	-	Karma Ekonomik Komisyon
ÇHC	-	Çin Halk Cumhuriyeti
BTYK	-	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
YDMH	-	Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri
CE	-	Mallar için Avrupa Birliği İşareti
TPA	-	Ticaret Politikası Araçları
OSB	-	Organize Sanayi Bölgeleri
KSS	-	Küçük Sanayi Siteleri

SPK	-	Sermaye Piyasası Kurumu
MEDA	-	Akdeniz Ekonomik Büyüme Bölgesi
GOÜ	-	Gelişmekte Olan Ülkeler
GYÜ	-	Gelişme Yolunda Olan Ülkeler
SDTŞ	-	Sektörel Dış Ticaret Şirketleri
CC BEST	-	İş Ortamının Basitleştirilmiş Görev gücü Çalışma Grubu
TSE	-	Türk Standartları Enstitüsü
GSYİH	-	Gayri Safi Milli Yurtiçi Hasıla
MW	-	Megavat
EXPO	-	Uluslararası Fuar
TEU	-	Konteynır Kapasitesi
FOB	-	Malın Gemi Güvertesinde Teslim Fiyatı
UMEM	-	Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri
ILO	-	Uluslararası Çalışma Örgütü
DWT	-	En çok Ağırlık Tonajı
KOBİ	-	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
STK	-	Sivil Toplum Kuruluşu
İRDS	-	Riske dayalı İzleme ve Denetim Sistemi
BDDK	-	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
TCMB	-	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
GİTES	-	Girdi Tedarik Stratejisi
OTEP	-	Otomotiv Teknoloji Platformu
BİRS	-	Bölgesel İşbirliği Rekabet Stratejisi
STA	-	Serbest Ticaret Antlaşması
PGD	-	Piyasa Gözetim ve Denetleme
AB	-	Avrupa Birliği

GİRİŞ

Ülkelerin geleceği planlamaları yeni bir kavram değildir bu anlamda ülkeler gelecekte olması gereken politikalarını planlayarak veya hedefleyerek ekonomik siyasi anlamda çağdaşlaşma hedeflerini gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Vizyon 2023 Projesinin ana teması; Cumhuriyetimizin 100. yılında, Atatürk'ün işaret ettiği muasır medeniyet seviyesine ulaşma hedefi doğrultusunda ülkemizde siyasi ve ekonomik alanda gelişmektir. Ülkemizde başlatılan 2023 hedefleri ile ekonomide sektörlerin gelişimi ile birlikte gelişme kaydedilecektir. Siyasi alanda ise ülkemiz demokrasiyi insan haklarını ve özgürlükleri ön plana alan bir çağdaş demokratik devlet olmayı hedeflemektedir.

Çok uzaklarda görünüyorsa da stratejik Türkiye Vizyonu için hedef olarak Cumhuriyetimizin yüzüncü kuruluş yıldönümüne denk düşen 2023 seçilmesi kitlelere yön göstermek, motivasyon sağlamak bakımından önemlidir. Böylesi bir vizyon çalışması tarımdan eğitime, yabancı yatırımlardan bilgi ekonomisine, dış ticaret ve dış politikadan su sorununa, sürdürülebilir kalkınmaya, güvenlik mimarisinden kent planlamasına, AB üyeliğinden alternatif enerji kaynaklarına, kültürel yenilenmeye kadar uzanan geniş bir menzilde değişen dünyanın ve değişemeyen Türkiye'nin fotoğrafını çekmeye, geleceğe dönük görüş ve önerileri, kestirimleri paylaşmaya çalışmalıdır.

Ülkemizin son 10 yılda en büyük problemi olan ve 1930'lı yıllar bir tarafa bırakılırsa sürekli ekonomimizde baskı oluşturan cari açık ve dış ticaret ile ilgili 2023 hedefleri stratejik ekonomi politikamız açısından son derece önemlidir. Bu anlamda ülkemizin 2023 yılındaki dış ticaret hedefleri son derece önemlidir. Yıllık 500 milyar dolar ihracat ve yaklaşık 600 milyar dolar ithalat hedefleri ütopye gibi görünse de imkansız değil şeklinde genel bir kanı ekonomi ve siyaset dünyasına hakim olmuştur.

Şüphesiz bu amaçları gerçekleştirmek hiç de kolay olmayacaktır. Bu açıdan öncelikle harekete geçmesi gereken bazı unsurlar vardır. Bunlar teknoloji, enerji politikaları, KOBİ politikaları ve yatırım politikaları v.b ülkemizin dünya ülkeleri arasında büyüme potansiyeli açısından iyi bir konumda olması her şeyden önce dış ticarete yansımaları ve ekonomik büyüme ile beraber dış ticaret hacmimiz de artmalıdır.

Bu çalışmada ülkemizin 2023 hedefleri stratejisi ve bu hedeflerin özellikle 2023 dış ticaret hedefleri incelenmiş güçlü ve zayıf yanlar analiz edilmiş ve hedefe nasıl gidileceği yada gidilmesi gerektiği konusunda genel bir bakış açısı ortaya konulmuştur. Bu anlamda stratejik baz sektörlerin mevcut durumuna ve gelecek vizyonuna değinilerek ülkemizin nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunda bir çalışma ortaya konmuştur.

BÖLÜM I. 2023 VİZYONUNA GİRİŞ

2023 yılı Türkiye cumhuriyetinin 100. Yılı olması nedeniyle anlamlıdır. 2023 vizyonu ilk önce 2001 – 2023 yılları arasını kapsayan Türkiye uzun vadeli kalkınma stratejisinde gündeme gelmiştir. Bu anlamda ilk önce uzun vadeli kalkınma stratejisini inceleyelim.

A.2001 – 2023 TÜRKİYE UZUN VADELİ KALKINMA STRATEJİSİ¹

Uzun vadeli kalkınma stratejisi ile ilgili Devlet planlama teşkilatı tarafından açıklanan hedefler ve yapılan açıklama şöyle olmuştur:

2001-2023 dönemini kapsayan uzun vadeli gelişme stratejimizin temel amacı; Atatürk'ün gösterdiği çağdaş uygarlık düzeyini aşma hedefi doğrultusunda, Türkiye'nin 21 inci yüzyılda kültür ve uygarlığın en ileri aşamasına ulaşarak dünya standardında üreten, gelirini adil paylaşan, insan hak ve sorumluluklarını güvenceye alan, hukukun üstünlüğünü, katılımcı demokrasiyi, laikliği, din ve vicdan özgürlüğünü en üst düzeyde gerçekleştiren, küresel düzeyde etkili bir dünya devleti olmasıdır. Bilgi toplumuna dönüşümün sağlanarak dünya hasılasından daha yüksek oranda pay alınması, toplumun yaşam kalitesinin yükseltilmesi, bilim ve uygarlığa katkı ile bölgesel ve küresel düzeylerdeki kararlarda etkin söz sahipliği uzun dönemli gelişme stratejimizin nesnel amaçlarını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, üniter yapı korunarak devletin yeniden yapılandırılması, toplumun eğitim ve sağlık düzeyinin yükseltilmesi, gelir dağılımının düzeltilmesi, bilim ve teknoloji yeteneğinin güçlendirilmesi, yeni teknolojilerin geliştirilmesi, altyapı hizmetlerinde etkinliğin artırılması ve çevrenin korunması sağlanarak ekonomik ve sosyal yapıda dönüşümün gerçekleştirilmesi büyük

¹ T.C Devlet Planlama Teşkilatı Başkanlığı/ <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/strateji/>

önem taşımaktadır. İhracata dönük, teknoloji yoğun, katma değeri yüksek, uluslararası standartlara uygun ve yerel kaynakları harekete geçiren bir üretim yapısı hedeflenmektedir. Cumhuriyetin 100'üncü yıldönümüne rastlayan 2023 yılına kadar uzanan Uzun Vadeli Gelişme Stratejisi, dünyada yaşanmakta olan kapsamlı ve hızlı değişimi göz önünde bulundurarak, ekonomik ve toplumsal dönüşümlerin yönlendirilmesinde önemli bir işlev üstlenecektir.²

Amaçlanandönüşümün daha uyumlu biçimde ve etkin kaynak kullanımıyla, Türkiye'nin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde gerçekleştirilmesinde Planların önemli bir katkısı olacaktır. Türkiye'nin Avrupa Birliğine tam üyelik süreci içinde olması, uluslararası norm ve standartlara uyum ve bilgi toplumunun gerektirdiği koşulları yerine getirme yönünden önemli bir fırsat yaratmaktadır.

Bu çerçevede tam üyelik, binlerce yıllık tarih ve kültür birikimine sahip olan ülkemizin gerçek potansiyelini ortaya koymasına ve birikimini dünya ile paylaşmasına yardımcı olacaktır. Önemli bir jeostratejik konuma sahip olan ülkemiz, bulunduğu bölgede iktisadi, sosyal, siyasi ve kültürel etkileşimi artırarak bölge ve dünya barış ve refahına daha büyük katkı yapabilecektir. Ülkemiz 21'inci yüzyılda dünyada stratejik ve ekonomik ağırlığı giderek artacak sırasıyla, yüzde 31, 64 ve 5 olan nüfus dağılımının, 2023 yılında yüzde 23, 69 ve 8 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Ülkemiz Avrasya Bölgesinde merkezi bir konumdadır. Bu Bölge, Türkiye'nin gerçek ekonomik büyüme potansiyelini ortaya koyması ve önümüzdeki dönemde daha etkin bir güç odağı konumuna gelmesi için önemli bir fırsat sunmaktadır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti dahil Türk Cumhuriyetleri ile olan yakın tarihi ve kültürel bağlarımız en büyük avantajlarımızdan birisini oluşturmaktadır. Bu çerçevede, Bölge ülkelerine yönelik yeni girişimlerin yapılması ve Bölgede bugüne kadar gerçekleştirilen işbirliğinde yeni aşamalara ulaşılması önem taşımaktadır. Türkiye, Bölge gelişmesine de katkıda bulunacak etkin bir ulaşım altyapısını en kısa sürede gerçekleştirecektir. Bölge ülkelerinde üretilen ham petrol ve doğal gazı dünyaya ulaştıracak boru hatları, ülkemizin ihtiyacını karşılamasının yanı sıra,

²UZUN VADELİ GELİŞMENİN (2001-2023)VEVİIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANININ (2001-2005) TEMEL AMAÇLARI VE STRATEJİSİ, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/strateji/2004>

ülkemizi dünyanın önemli enerji dağıtım merkezlerinden biri haline getirecektir. Bunlarla birlikte, genç ve dinamik nüfusu, ulusal gelişme bilinci, girişimcilik birikimi, kurumsallaşma yolunda ilerlemiş piyasa ekonomisi, uluslararası rekabete açık sanayi yapısı, Güneydoğu Anadolu Projesi ile harekete geçirilen bölge potansiyeli, kıtalararası ulaştırma ağları, doğal kaynakları, tarihi ve turistik değerleri, 21'inci yüzyıla girerken Türkiye'nin toplumsal dönüşümü gerçekleştirmesine katkıda bulunacaktır. Türkiye'nin gerekli yapısal dönüşümleri gerçekleştirmesi durumunda, 2001-2023 döneminde yıllık ortalama yüzde 7 dolayında büyüme hızı sağlaması ve büyümenin yaklaşık yüzde 30'unun toplam faktör verimliliğinden kaynaklanması, böylece 1998 yılında 3.200 dolar olan kişi başına gelirini 2023 yılında Avrupa Birliği ülkeleri düzeyine yaklaştırması beklenmektedir. Türkiye'nin, dönem sonunda ulaşacağı 1,9 trilyon dolar civarında GSMH düzeyi ile dünyanın ilk on ekonomisi arasına girmesi öngörülmektedir. 2023 yılında tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin toplam katma değer içindeki paylarının sırasıyla yüzde 5, 30 ve 65 olması beklenmektedir. İstihdamın yapısındaki temel değişimin tarım ve hizmet sektörlerinde gerçekleşmesi ve dönem sonunda tarımın payının yüzde 10'lara gerilemesi öngörülmektedir. Uzun dönemde nüfus artış hızının yavaşlayarak, ortalama yıllık yüzde 1,1'e ve 2020 yılından sonra yüzde 1'in altına düşeceği tahmin edilmektedir. Uzun vadede nüfusun kendi kendini yenileyebilmesi ve dinamik bir yapıya sahip olması esas olup, nüfus artış ve doğurganlık hızının belirli düzeyde istikrar kazanması önem arz etmektedir. 2023 yılında, 0-14, 15-64 ve 65 ve üstü yaş grupları itibarıyla sırasıyla nüfus dağılımının, yüzde 23, 69 ve 8 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.³

Öğretimde ve ortaöğretimde yüzde 100, yükseköğretimde yüzde 50 düzeyine ulaşacağı öngörülmektedir. 2000 yılında yüzde 22 dolayında gerçekleşmesi beklenen toplam yatırım harcamalarının GSMH içindeki payının, tedricen artarak 2023 yılında yüzde 27 civarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. 2000 yılında yüzde 30 dolayında olan kamu yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payının dönem sonunda yaklaşık yüzde 10 düzeyine gerilemesi öngörülmektedir. Kamu yatırımlarının 2001-2023 döneminde artan oranda eğitim, sağlık ve Ar-Ge alanlarında yoğunlaştırılması,

³UZUN VADELİ GELİŞMENİN (2001-2023)VEVİIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANININ (2001-2005) TEMEL AMAÇLARI VE STRATEJİSİ, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/strateji/2004>

enerji, ulaştırma ve haberleşme sektörlerinin yatırım paylarının 2010 yılına kadar düzeylerini koruması ve 2010 yılından itibaren tedricen düşürülmesi öngörölmüştür. Toplam özel sektör yatırımları içinde eğitim, sağlık, haberleşme ve enerji yatırımlarının payının dönem boyunca, özellikle 2010yılı sonrasında artacağı, imalat sanayii yatırımlarının payında ise belirgin bir değişme olmayacağı tahmin edilmektedir. Toplumsal hedeflere ulaşmada piyasaların ve devletin birbirlerini tamamlayıcı rol oynamaları esas olacaktır. Bu çerçevede, devletin düzenleme, gözetim ve denetleme fonksiyonları geliştirilecek, yerel yönetimler güçlendirilecek ve ulusal öncelikler doğrultusunda sivil toplum örgütleri desteklenecektir. Milli kültürümüzün korunmasına, geliştirilmesine, giderek daha geniş kitlelere ulaştırılmasına devam edilerek dünya düzeyinde etkileşim, tanıtım ve bilgi akışı sağlanacaktır. Bu faaliyetler turizmin gelişmesine katkıda bulunacaktır. Türkiye'nin, jeostratejik konumu, kültürel birikimi ve ekonomik ve sosyal alanda sağlayacağı gelişmeler sonucu 2020'lerde ise küresel bir güç olması hedeflenmektedir. Türkiye, mevcut birikimi ile bu hedefleri gerçekleştirebilecek güce sahiptir.

B. VİZYON NEDEN GEREKLİDİR?

Vizyon;

1. Uzun vadede ulaşılmak istenen yer ve durumu,
2. İlerlenecek yönü, gösterir.⁴

Dışarıdan bakıldığında, Türkiye hala yerli yerine oturmamış, uzun yıllardır kronik şekilde kritik ve geçiş süreci dönemleri yaşayan, Avrupa Birliğine katılım süreci belirsiz, nereye ait olduğuna dair ulusal kimlik tanımını henüz netleştirememiş, kendisiyle ve çevresindeki ölkelerle barışık olmayan, genç nüfusuna gelecek umudu ve istikamet duygusu aşılayamamış, kaynaklarını rasyonel olarak kullanamayan, iç ve dış borç sarmalına düğümlenmiş, yenilenip dünyaya ayak uydurmak yerine ayak diremeyi esas almış bir öлке görüntüsü veriyor. Dünya değişirken, hem de süratle değişirken, gereken tempoda ve çapta değişememenin sancılarını yaşıyor.

Değişimin ana unsurları, dünya koşullarında yeniden tanımlanacak yerimiz, reformların hangi sırayla gündeme getirileceği, atılacak adımların zamanlaması,

⁴www.cozumvar.com.tr/.../Vizyon_ve_Strateji_Yonetimi.pptx

yönetimi, toplumun geniş kesimleri ile ortak anlayış noktalarının çıkartılması ve uygulamanın izlenmesi nasıl olmalı? gibi sorulara vakit geçirmeksizin yanıt aramak zorundayız. Sonbahar rüzgarında bir o yana bir bu yana savrulan yaprak misali kendimize kimlik, rol ve konum aramamak için ayakları yere basan berrak bir stratejik vizyon geliştirmeliyiz. Geleceği tevekkülle beklemek yerine onu tercihlerimiz doğrultusunda şimdiden biçimlendirmeye başlamalıyız.

Kapsamlı Türkiye 2023 Vizyonunu elbette ki tek bir kişinin, araştırmacılar ekibinin ya da siyasi grubun tasarlaması, savunması ve geniş kesimlere benimsetmesi mümkün değil. Birçok ülkede bu amaçla genellikle Devlet başkanının öncülüğünde kılı kırk yararak her kesimden seçilmiş bilge kişiler ekibi oluşturuluyor. Tüm ilgili aktörlerin görüşleri ve önerileri dikkate alındıktan sonra aylar süren beyin fırtınaları neticesinde katılımcı ve partiler-üstü bir yaklaşımla önce stratejik çerçeve çıkartılıyor.

Hükümet, parlamento, basın-yayın organları ve kamuoyu bu stratejik çerçeveyi tüm yönleriyle tartışıyor, gözden geçiriyor. Uygun görülen konularda eylem planları hazırlanıyor. Bunların uygulanması, vizyon sahiplerince ve kamuoyunca titizlikle takip ediliyor, gerektiğe gözden geçiriliyor. Siyasi partilerin seçim başarısı bu hedeflere varmak için yaptıkları çalışmalar ile ölçülüyor. Hem her geçen gün karmaşıklaşan ülkenin günbegün yönetimi hem de stratejik gelecek yönetimi, her ne kadar zor olsa da, paralel yürütülmesi gereken bir süreçtir.⁵

Stratejik vizyonun benimsenmesi ve belli ölçülerde hedef alınabilmesi için onun sadece en fazla sesi çıkanların çizgisinde değil, mümkün olduğunca ülkedeki tüm sosyal katmanların katkıları ile oluşturulması gerekiyor.

Dahası, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları ve silahlı kuvvetler de aynı şekilde gereksinim ve menfaatleri ışığında kendi gelecek vizyonlarını, senaryolarını geliştirip, bunları kamuoyu ile en geniş şekilde paylaşmalı, telkinler ışığında gözden geçirmelidirler. Özlediğimiz kapsamlı ulusal ortak vizyonun saç ayakları, masa başı çalışmaları ile değil, ancak bu tür katılımcı bir yaklaşımla belirlenebilir. Yaratılacak karşılıklı menfaat bağları bu hedeflerin uygulanma aşamasında kıskançlıkla

⁵ Öğütçü Mehmet 2023 Türkiye Yol Haritası, Etkileşim Yayınları 2007

sahiplenilmesini, denetlenmesini de temin edecektir. Sahiplenilmeyen bir vizyon, gündemi kısa süre işgal ettikten sonra tozlu raflarda yerini alır.

C.2023 TÜRKİYE VİZYONU HEDEFLERİ

VİZYON EVRENSEL: Sahip olduğu doğal ve kültürel değerleri ve kaynakları yok etmeksizin kullanarak gelişen, ortaya çıkan fırsatları, nitelikli insan kaynakları ile etkin, yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımlarla değerlendiren, kendi kaderini tayin eden, barışçıl, adil, laik ve müreffeh TÜRKİYE.

2023 yılında 100. yaşını kutlayacak olan Türkiye Cumhuriyeti 100. yaşına 100 hedefle girecek.

İşte 100 yaşındaki Türkiye Cumhuriyeti'nin 100 hedefi:⁶

1. Dünyanın ilk 10 büyük ekonomisi arasına girmek.
2. Yıllık GSYH'yı 2 trilyon dolara çıkarmak.
3. Kişi başına düşen milli geliri 20 bin doların üzerine çıkarmak.
4. 500 milyar dolarlık ihracat yapmak.
5. İhracatta ileri ve yüksek teknoloji ürünlerin payını yüzde 20'lere çıkarmak.
6. İnşaat malzemeleri ihracatında 100 milyar dolarla dünyada ilk üç arasına girmek.
7. Orta ve yüksek teknoloji ürünlerde Avrasya'nın üretim üssü olmak.
8. 46 milyon turist ağırlamak ve 50 milyar dolar gelir elde etmek.
9. AB'ye tam üyelik kabul edilirse 63 milyon turist ve 86 milyar dolar gelir elde etmek.
10. Dünya çapında turizm kentleri oluşturmak.
11. İç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanmasını sağlamak.
12. Ekonomik sıkıntılardan tamamen uzaklaşmak.
13. Gelir dağılımını daha adil bir hale getirmek.
14. Demokrasi ve hukuk ilkelerini tam işler hale getirmek.

⁶Türkiye 2023 yılı Hedefleri. <http://drcetiner.org/ekonomi/turkiye-2023-yili-hedefleri.html>

15. Büyüme oranlarını sürdürülebilir olarak ortalama yüzde 7'ler seviyesine yükseltmek.
16. Cari açığı kapatarak cari fazla vermek.
17. İşsizliği çok düşük mertebelere çekmek.
18. Yoksulluk sınırının altındaki nüfusu azaltmak.
19. Çok yüksek insani gelişme kategorisine çıkmak.
20. Avrupa Birliği'ne tam üye olmak.
21. Ortadoğu'da lider ülke olmak.
22. İstanbul'u dünyanın önemli finans şehirlerinden biri yapmak.
23. Orman varlığını, ülke toplam alanının yüzde 30'una çıkarmak
24. Mevcut ormanları geliştirmek, verimliliğini artırmak ve alanlarını genişletmek.
25. Meteoroloji alanında bölgesel merkez olmak.
26. Tüm özel çevre koruma bölgelerinde 2023'e kadar karasal ve denizsel alanlarda biyolojik çeşitlilik tespit çalışmalarını bitirmek.
27. Tüm nesli tehdit ve tehlike altında olan endemik, gösterge türlerin korunmasını sağlamak.
28. Yenilenebilir enerji kaynaklarını en az yüzde 30 seviyesine çıkarmak.
29. Rüzgar enerjisinde 10 bin MW (megavat) kurulu kapasiteye ulaşmak.
30. Jeotermal kaynakların tamamını kullanmak.
31. 5 bin MW küçük hidroelektrik santrali kurulu kapasitesini sağlamak.
32. 60 milyon kapasiteli 1, 30 milyon kapasiteli 2, 15 milyon kapasiteli 3 havalimanı yapmak.
33. Türkiye'yi havacılık üssü yapmak.
34. Olimpiyat, Dünya Futbol Şampiyonası ya da Avrupa Futbol Şampiyonası gibi bir büyük organizasyona ev sahipliği yapmak.
35. EXPO fuarına ev sahipliği yapmak.
36. Bölünmüş yolları 32 bin kilometreye çıkarmak.
37. Kuzey-güney karayolu koridorlarını iyileştirmek.

38. Yerleşim merkezlerine çevre yolu yapmak.
39. Kuzey Marmara Otoyolu, Tekirdağ-Çanakkale- Balıkesir Otoyolu, Ankara-Delice Otoyolu, Ankara, İzmir Otoyolu, Sivrihisar-Bursa Otoyolu, Afyon- Antalya Otoyolu, Ankara-Niğde Otoyolu, Şanlıurfa- Habur Otoyolu, Aydın-Denizli-Antalya Otoyolu, İstanbul-Ankara-Kafkasya ve İran Otoyolu, Şanlıurfa-Diyarbakır Otoyolu'nu yapmak.
40. 24 yeni karayolu yapmak.
41. Karayolu Akademisi kurmak.
42. Tüm liman ve OSB'lerin bölünmüş yollarla bağlantılarını oluşturmak.
43. Rize-Mardin Otoyolu'nu inşa etmek.
44. Türk Otomotiv Kurumu'nu kurmak.
45. Liman ve deniz tesislerini ulusal ulaşım ve trans Avrupa ağlarına entegre etmek.
46. Yeni liman projeleriyle transit ülke olmak.
47. Elleçleme kapasitesini 32 milyon TEU, 500 milyon ton kuru yük, 350 milyon ton sıvı yük ve 15 milyon yolcuya ulaştırmak.
48. Yurtiçi taşımacılıkta denizyolunun payını yüzde 15'e (ton/km), konteynırlaşma oranını yüzde 15'e (TEU) yükseltmek.
49. Gemi inşa sanayisinde 10 milyar dolar inşa geliri ve yeni istihdam alanları oluşturmak.
50. Katma değeri yüksek, ileri teknolojili gemiler inşa etmek.
51. Marmara Denizi'nde kuzey-güney, doğu-batı ulaşımaları için modern, fonksiyonel ve intermodal taşımacılığa uygun 2 veya 3 katlı araç yükleme boşaltma imkânları olan Ro-Ro terminalleri inşa etmek.
52. Kısa mesafe deniz taşımacılığına yönelik, Karadeniz ve Akdeniz limanlarına sefer yapan Ro-Ro, Ro-Pax filosu kapasitesini artırarak hatları çeşitlendirmek.
53. Tersanelerin yoğunlaştığı yerlerde organize yan sanayi bölgeleri oluşturmak.

54. 200 adet balıkçı barınağının 55'ini kademeli olarak yat limanına dönüştürmek.
55. Deniz ticaret filosunu modernize edip, dünyanın en büyük 10 limanından en az birini inşa etmek.
56. Denizcilik ekonomisinde Ar-Ge'nin payını, ulusal hedefe paralel yüzde 2 seviyesine çıkarmak.
57. Türkiye'nin kıyılarını dünyanın en temiz kıyıları arasına taşıyacak etkin bir çevre yönetim sistemi kurmak.
58. Birbirine yakın iskeleleri ihtisas limanlarına dönüştürmek.
59. Gemi inşa sanayisinde yüzde 80 yerli katkı payını yakalamak.
60. Kent içi ulaşım sistemlerini AB standartlarına uyumlu hale getirmek.
61. Engelliler ve fiziksel hareket kısıtlılığı olanlar için ulaşımda planlama ve tasarım standardı oluşturmak.
62. Raylı sistemlerde yerli sanayiye teşvik etmek.
63. Kent içi trafikte enerji dostu, çevreye duyarlı doğalgaz-hibrit araç kullanmak, deniz-iç su yolu ulaşımını toplu taşımayla entegre edip iyileştirmek.
64. Kentlere özgün otopark yönetim sistemi kurmak.
65. 22 Eylül'ü "otomobilsiz" gün ilan etmek.
66. 6 bin 792 kilometre yeni yüksek hızlı tren ağı inşa etmek.
67. 4 bin 707 kilometre konvansiyonel yeni hat inşa etmek.
68. Başkentray projesini inşa etmek
69. Egeray projesini tamamlamak, demiryolu araç filosunu yenilemek
70. Demiryolu Araştırma Enstitüsü kurmak.
71. Demiryolu payını yolcuda yüzde 10, yükte yüzde 20 artırmak.
72. Uçak-dolmuş-taksi işletmeleri kurmak.
73. Deniz, göl gibi yerlere yakın turizm yerleşim merkezlerine hitap edecek deniz hava araçlarını kullanmak, bu alanda gelişim sağlamak.
74. Türkiye'nin uluslararası uydu projelerinde yer alması için gerekli çalışmalar yapmak.

75. Hava kargo taşımacılığına uygun havaalanlarını serbest bölge ilan etmek.
76. Yerli imalat olarak en az 2 tip uluslararası bilinirliği olan tek-çift motor pervaneli ve çift motorlu hafif jet uçağı üretmek.
77. 100 geniş gövde, 450 dar gövde ve 200 bölgesel uçak olacak şekilde 750 uçaklık bir yapıya ulaşmak.
78. Kendi uydusunu uzaya yerleştirecek teknolojiye sahip olmak.
79. Yaylaları, turbo-prob uçuşlarına imkan veren havaalanlarıyla entegre etmek.
80. Posta Düzenleme Kurumu kurmak.
81. Bilişimin hacmini 160 milyar dolara çıkarmak.
82. Geniş bant internet abone sayısını 30 milyona ulaştırmak.
83. Uluslararası bilişim şirketlerinin Ar- Ge merkezlerinin Türkiye’de kurulmasının sağlanması amacıyla “Bilişim Vadisi OSB projesini gerçekleştirmek.
84. Avrupa’nın çağrı merkezi üssü olmak.
85. Küresel bilişim teknolojileri pazarında söz sahibi en az bir ulusal şirkete, en az bir ulusal markaya, tasarım ve standardıyla bize ait en az bir ulusal ürüne sahip olmak.
86. Türkiye’nin ilk savaş uçağını tamamlamak.
87. Otomotiv sektörünün 5 milyon araç üretmesini ve 125 milyar dolarlık ihracat yapmasını sağlamak.
88. Yaklaşık 10 milyar dolarlık yaş sebze ve meyve ihracatı yapmak.
89. Hazır giyim sektöründe 60 milyar dolarlık ihracat yapmak.
90. İçme, kullanma ve sanayi için 38.5 milyar metreküplük su kapasitesi yaratmak; su sıkıntısını ortadan kaldırmak.
91. Tüm sulanabilir arazilerin sulanmasını sağlamak.
92. İstanbul’da TEM Otoyolu üzerinde Silivri, Selimpaşa, Bahçeşehir, Avcılar, Kavacık, Ataşehir ve Kurtköy’de cep otogarı yapmak.
93. Avrupa yakasında Silivri-Büyükçekmece Gölü aksında ve TEM Otoyolu arasında kalan bölgeyi; Silivri’nin batısında Değirmenköy, Çanta ve Hadımköy ile Kayabaşı ve İspartakule’yi; Anadolu yakasında ise Maltepe, Orhanlı, Şile ve Ağva’yı gelişmiş alanlar haline getirmek.

94. Enerji köprüsü haline gelmek.
95. Petrol ve doğalgaz aramalarını artırıp enerjide dışa bağımlılığı ortadan kaldırmak.
96. İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören şirket sayısını 1.000'e ulaştırmak, nüfusun yüzde 10'una yakın yatırımcı olmasını sağlamak.
97. Okullaşma oranlarını ilköğretim ve ortaöğretimde yüzde 100, yükseköğretimde ise yüzde 50 seviyesine çıkarmak.
98. Teknoparkların etkinliğini artırmak için bölgelerde sağlanan destek, teşvik ve istisnaları 2023'e kadar uzatmak.
99. Ülke nüfusunun yaklaşık 5'te birinin yaşadığı İstanbul, 2023'te 16 milyonu aşacak.
100. Başkent Ankara'nın nüfusu 5.5 milyona, İzmir'inki 4.5 milyona, Bursa'nınki ise 3.4 milyona ulaşacak.

Bu hedefler doğrultusunda dış ticaret hedeflerimizi ve cari açığı sorununu ve ülkemizin 2023'e kadar ki yolunu inceleyeceğiz.

D. DIŞ TİCARET NEDİR?⁷

Ticaret, üretilen mal ve hizmetlerin belirli bir ücret karşılığı son kullanıcılara ulaştırılmasını sağlayan alım-satım faaliyetlerinin tümüdür. Ticaret genel olarak, iç ve dış ticaret olmak üzere ikiye ayrılır. **Dış Ticaret**, malların ve sermayenin ulusal sınırların dışına akışıyla ilgilidir. Dış ticaret alım satım işlemlerinin teslimi açısından ithalat ve ihracat olmak üzere iki şekilde gerçekleşir. Ülke ekonomisinin kalkınmasında ihracat önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle ülkelerde ihracatın artırılması, ithalatın azaltılması önemli hedefler arasındadır. Ülkelerin bu hedeflere ulaşmak için aldıkları kararlar ve tedbirler dış ticaret politikasını oluşturur.

1. İHRACAT NEDİR?⁸

Bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetleri dış ülkelere satmasıdır. İhracat, bir ülke sınırları içerisinde serbest dolaşımda bulunan (bu ülkede yetişen, üretilen, veya başka ülkelere ithal edilmiş) malların ve hizmetlerin başka ülkelere satılması/gönderilmesi anlamına gelir. Satış sonucu, mal ve hizmetlerin fiilen ülkenin gümrük sınırlarını terk etmesi gerekir.

⁷Seyidoğlu Halil Prof. Dr. Uluslararası İktisat T.C Açıköğretim yayınları no:1647Nisan, 2009

⁸İhracat nedir? <http://ihracat.nedir.com/#ixzz25XhPPhkr>

İhracat, ister kapitalist ister sosyalist ülkelerde olsun, gerçek veya tüzel kişiler (bu bir devlet kuruluşu da olabilir) aracılığıyla yapılır. Kooperatifler ve birlikler de (Fiskobirlik gibi) ihracatçı tüzel kişiler arasında yer alır. Türkiye’de ihracatçı olabilmek için meslek kuruluşları ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı aracılığı ile verilen ve ihracı yapılacak konu ile sınırlı olan "ihracatçı belge ve ruhsatnamesi"ne sahip olmak şarttır.

İhracat sırasında, mal fiyatları FOB (free on board) değerdir. Dış ticaret istatistiklerinde ihracat, vapur veya trende teslim fiyatı manasına gelen bu değerden gösterilir. Bir başka ifadeyle malın navlun ve sigorta bedelleri ihraç fiyatına dahil değildir.

Bir Satışın İhracat Sayılabilmesi İçin Şu Özelliklere Sahip Olması Gerekir:

- Satışların yabancı bir ülkeye yapılması
- İki taraflı ve çok taraflı ticaret anlaşmaları ile getirilen koşullara uyum yükümlülüğü
- Alışverişte bir yabancı paranın söz konusu olması
- Malların taşınması
- Malın varış ülkesine ithal edilmesi ile ilgili gümrük vergisi, katma değer vergisi ve varsa başka türlü vergiler ve diğer formaliteler
- Malın çıkış yerinden varış yerine kadar maruz kalabileceği risklere karşı sigorta edilmesi, ödemelerde/bedellerin tahsilinde bankacılık sisteminin devreye girmesi
- İhracat desteklerinden yararlanabilmek için gerekli koşullara uyum

2. İTHALAT NEDİR?⁹

İthalatın diğer bir adı da dışalımdır ve ihracatın karşıtı olarak da tanımlanabilir. Dış ticaret verilerinin en önemli başlıklarından biri olan ithalat, ihracatla beraber bir ülkenin dış ticaret dengesini oluşturur.

İthalat; bir malın, yürürlükteki ithalat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde başka ülkelerden veya serbest bölgelerden Türkiye gümrük bölgesine

⁹<http://ithalat.nedir.com/>

sokulmasını veyahut müsteşarlıkla ithalat olarak kabul edilecek başka sair giriş ve işlemleri ifade eder.¹⁰

3. CARI AÇIK NEDİR NASIL KAPANIR?¹¹

Cari açık bir ülkenin ürettiğinden fazla harcaması anlamına gelir. Ürettiğinizden fazla yaptığınız bu harcamayı diğer ülkelerden borçlanarak karşılırsınız. Gelelim ürettiğinizden fazla harcadığınız paranın niteliğine. Bu harcama, tüketim için de yapılabilir, yatırım için de. Eğer ürettiğinizden fazla harcamayı kazançlı yatırımlar için yapıyorsanız, borçlarınızı ödersiniz. Yok eğer bu harcamayı ancak uzun sürede geri dönüşü olabilen kamu yatırımlarında ya da bütçe açığını kapatmada kullanıyorsanız, dışarıdan bunun için borçlanıyorsanız, işte o zaman cari açık mutlaka sorun olur. Çünkü politikacı ve bürokratlar bu açığı iyi yönetmez.

Gelelim Türkiye'nin cari açığına. Türkiye'nin 2011 yılının ilk dört aylık 29.6 milyar dolar tutan cari açığı, kamu harcamalarının finanse edilmesi sonucunda ortaya çıkmadı. Devlet bütçesi son beş ayda açık vermiyor ki, dışarıdan borçlanmalar bunun için kullanılın. Üstelik devletin kısa vadeli dış borcu da oldukça düşük, 4.3 milyar dolar seviyesinde bulunuyor. Bu borcu devlet hiç zorlanmadan ödeyebilir. **Peki cari açık yok mu? Var. O halde bu cari açık kamunun değilse kimin cari açığı?** Bu açık özel sektörün cari açığıdır. Yani Türkiye'nin cari açığı, bizim özel sektörün ürettiğinden fazla harcamasından kaynaklanıyor. Özel sektör, siyasiler ve bürokratlar gibi değildir.

Özel sektör, yatırımını, tüketimini iyi yönetecek beceriye sahiptir. Çünkü daha verimli çalışır ve tüm sorumluluğun kendi üzerinde olduğunu bildiği için de parasına şahin kesilir ve işinde iyi bir izleme yapar. Dolayısıyla özel sektörün hesapsız bir borçlanmaya girmeyeceği varsayılır. Nitekim öyle oluyor ve özel sektörün borcunun bir kısmı, yurtdışında kendisine ait paraların kendi şirketine borç verilmesi yöntemiyle oluşturuluyor. Daha az vergi ödemek için bu yol tercih ediliyor. Borcun diğer kısmı ise

¹⁰ Seyidoğlu, Halil T.C. Anadolu üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:862

¹¹<http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/yasar/2011/06/17/cari-acik-nedir-ve-nasil-kapanir> Süleyman Yaşar cari açık nedir nasıl kapanır? 17 Haziran 2011

dünyada para hâlâ ucuz olduğu için alınıyor. Bu gerçeği bilince de, özel sektöre ait olan cari açığın pek büyük bir risk olmayacağı düşünülüyor.

Cari açığın diğer bir tarifi de tasarruf - yatırım farkı olmasıdır. İç tasarruflar arttığı takdirde, dışarıdan yatırım için borçlanmaya gerek olmaz. Bu nedenle de tüketimi kısmak için faizlerin artırılması düşünülür. Oysa faizlerle tasarruflar arasındaki ilişki sanıldığı gibi kuvvetli değildir. Çünkü insanlar sürekli gelirlerine göre harcama yapar, ancak düzensiz gelirlerini tasarruf ederler. Bu nedenle faiz artışı yapmak, tasarrufu artırmak yerine, Türkiye'ye mevcut küresel ortamda daha fazla sıcak para girmesine neden olabilir.

Kaldı ki tasarrufları artırmanın cari açığı kapatacağı söylemi de pek doğru değildir. Çünkü Japonya'da tasarrufların milli gelire oranı yüzde 0.5 hatta 2011'de 1.3 oranında eksiye gideceği tahmin ediliyor. Çünkü yaşlanan nüfus birikimlerinden harcıyor. Oysa Japonya 177 milyar dolar cari işlemler fazlası veriyor. Demek ki cari açık tasarrufla pek ilgili değil.

Keza Almanya'da da tasarrufların milli gelire oranı yüzde 11.3. Yani Türkiye'nin tasarruf oranı olan yüzde 13.4'ten geride. Buna karşın Almanya 189 milyar dolar cari işlemler fazlası veriyor. Anlayacağınız "Faizi artırıp tüketimi azaltırım ve tasarrufu çoğaltırım. Böylece cari açığı kapatırım" hesabıyla davranmak, ekonomiyi yanlışta götürür.

O halde ne yapmalı? Cari açığı kapatmak için ithal malların pahalı hale gelmesi, ülke içinde dış ticarete konu mal ve hizmet üretiminin çoğalması ve ihracatın rekabet gücü kazanması şart. İşte bunun için Türk parasının aşırı değeri alınmalıdır. Ayrıca ihracatımızı artıracak önlemlerin süratle alınarak gerekli teşvikler sağlanmalı düzenlemeler yapılmalıdır.

BÖLÜM II.2023 İÇİN YAPILAN SİYASİ PARTİ ÇALIŞMALARI

1. ADALET VE KALKINMA PARTİSİ (AK PARTİ) ÇALIŞMASI¹²

Slogan olarak Türkiye hazır hedef 2023 şeklinde bir çalışma başlatmış olan AKPARTİ'nin hedefleri şöyle sıralanabilir:

Türkiye için beş hedef belirlenmiştir:

1. İleri demokrasi
2. Büyük ekonomi
3. Güçlü bir toplum
4. Yaşanabilir bir çevre ve marka şehirler
5. Lider bir ülke

Bu hedeflerden biz sadece Büyük ekonomi hedefine ve dış ticaret hedeflerine değineceğiz.

Bu çerçevede özetle AKPARTİ çalışması şöyle olmuştur:

BÜYÜK EKONOMİ

- Ekonomi Politikası
- Sanayi ve Ticaret
- Ar-Ge ve İnovasyon
- Savunma Sanayii
- Turizm
- Enerji ve Madencilik
- İstihdam ve Çalışma Hayatı
- Tarım
- Ulaştırma, Haberleşme, Bilgi ve İletişim Teknolojileri

¹²<http://www.akparti.org.tr/upload/documents/beyanname2011.pdf>

AKPARTİ'nin bu anlamda 2011 yılında ortaya koyduğu ekonomiye dair bazı vaatler şöyledir:

❖ Ekonomi başından beri temel önceliklerimizden biri oldu. Kısır çekişmeleri, yüzeysel yaklaşımları bir tarafa bırakarak, halkımızın ekmeğini büyütme ve daha adil paylaşmaya odaklandık. Her alanda olduğu gibi ekonomi alanında da odağa insanı almak

❖ Ekonomik programımızın temel unsurlarından asla taviz vermeyeceğiz. Mali disiplini kararlılıkla sürdürmek. Enflasyonla mücadele şimdiye kadar olduğu gibi, bundan sonra da temel önceliğimiz olacak. İş imkânlarını çoğaltmak için daha da çok çalışmak

❖ Ekonomimiz şu anda dünyanın 16. büyük ekonomisi. Hedefimiz 2023 yılına kadar dünyanın ilk 10 ekonomisi içine girmek.

❖ Milli gelirimizi 2015'te 1 trilyon 76 milyar dolara, 2019'da 1 trilyon 486 milyar dolara, 2023'te ise 2 trilyon 64 milyar dolara yükselteceğiz.

❖ Kişi başına düşen milli geliri 2015'te 14.046 dolara, 2019'da 18.685 dolara, 2023'te ise 25.076 dolara yükseltmek.

❖ İhracatımızı 2015'te 201 milyar dolara, 2019'da 317 milyar dolara, 2023'te ise 500 milyar dolara yükselteceğiz. 50 bin olan ihracatçı sayımızı 100 bine çıkarmak

❖ 2023'e kadar enflasyon ve faiz oranlarını kalıcı biçimde tek haneli rakamlara indirmeyi hedefleniyor.

❖ İstanbul dünyadaki ilk 10 finans merkezi arasında yer alacak. İMKB'de işlem gören Türk şirketi sayısı en az 1000 olacak. İşlem gören yabancı şirket sayısı ise Türk şirketi sayısından fazla olacak ve en az 10 ülkeyi temsil edecek.

❖ Dünya çapında tanınan en az 10 marka çıkarmak

❖ Bugün dünyanın en ön sıralarında yer alan yurtdışındaki müteahhitlik şirketlerimizin iş hacmi bugünkü 25 milyar dolar seviyesinden, 2023 yılında 100 milyar dolara yükselecek.

❖ Önümüzdeki dönemde esnaf ve sanatkârımızın kredi ve finansman şartlarını daha da iyileştirmek. Vergi, istihdam ve diğer yükleri azaltmak. Girişimciliği daha çok geliştirmek. KOBİ'lerin finansman kaynaklarına erişimini kolaylaştırmak.

❖ İşsizlerimizin çoğu mesleksizdir. İşsizlerimize meslek ve beceri kazandırmak için Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri Projesi'ni (UMEM) hayata geçirildi. 5 yıl devam edecek bu proje ile her yıl 200 bin kişi olmak üzere 1 milyon işsizimizi eğitimden geçirmek ve işe yerleştirmek

❖ Yeni bir proje başlatılıyor. Bu program kapsamında, İŞKUR'a kayıtlı her işsiz için bir "İş ve Meslek Danışmanı" belirlenecek. Bu danışmanlar işsizlerimize bire bir hizmet verecekler. Mesleksiz tüm iş arayanlara mesleğe yönlendirme hizmeti sunacaklar.

❖ Danışmanlar, ayrıca yeni bir meslek alanı seçiminde ve işe girmek için gerçekçi bir plan oluşturmasında vatandaşlarımıza yol gösterecekler. Kişilerin mesleki ve kişisel sorunlarını fark etmeleri ve iş ortamına daha iyi uyum sağlamaları için yardımcı olacaklar. Meslek seçme aşamasında olan, ilköğretim ve liselerde okuyan öğrencilerin doğru ve gerçekçi meslek seçimi yapmalarına da destek olacaklar.

❖ İşsizlik oranını 2023 yılı itibarıyla yüzde 5'e indirmeyi hedefliyoruz. İşsiz vatandaşlarımızın nitelik ve becerilerini artırmak amacıyla düzenlediğimiz işgücü yetiştirme kurslarından her yıl 400 bin işsizimizi yararlandıracağız.

❖ 2023 yılına kadar tarımsal millî gelirimizi 150 milyar dolar seviyesine çıkarmayı hedefleniyor. Tarım ürünleri ihracatımızı 2023'e kadar 40 milyar dolar düzeyine çıkarmayı hedefleniyor. Tarımsal ekonomik büyüklük açısından 2023 yılında dünyanın ilk 5 ülkesi arasında yer almayı amaçlıyoruz. 2011-2015 döneminde 3000 yeni tarımsal tesis daha açılacak. Böylece, halen bu tesislerde oluşturulan 30.000 kişilik istihdama ilaveten, 30.000 vatandaşımız daha iş sahibi olacak. Halen 5,4 milyon hektarı işletmede olan toplam 8,5 milyon hektarlık sulanabilir alanın tamamını 2023 yılına kadar sulamaya açılacak.

❖ Türkiye, su ürünleri üretiminde AB'ye üye ülkeler içerisinde 5'nci sırada iken, başlattığımız desteklerle 2010 yılında AB üye ülkeleri arasında 3'üncü sıraya yükseldik. Önümüzdeki dönemde ise hedefimizi birincilik olarak belirlendi.

❖ Bölünmüş yollarımızı 2015'te 26.000 km, 2019'da 31.000 km, 2023'te ise 36.500 km'ye çıkarmak. 2015'e kadar 750 km, 2019'a kadar 3400 km, 2023'e kadar ise 5275 km yeni otoyol yapacağız. Böylece toplam otoyol uzunluğunu 7500 km'ye çıkaracağız. 2023'e kadar ise Çanakkale Boğaz Geçişi tamamlanmış olacak.

❖ Yüksek Hızlı Demiryolu hattını 2015'e kadar 3500 km'ye, 2019'a kadar 6500 km'ye, 2023'te ise 10.000 km'ye çıkaracağız.2015'e kadar 1300 km, 2019'a kadar 2600 km, 2023'e kadar ise toplam 4000 km yeni konvansiyonel demiryolu hattı yapacağız. Mevcut demiryollarını ise çift hatlı yapıyoruz.

❖ 2023'e kadar tamamen yerli, kendi bölgesel uçağımızı yapmış olmak. Böylece daha 1930'larda dünya uçak yapımını tartışırken ülkemizde ilk uçak yapımını gerçekleştiren Nuri Demirağ'ın yarım kalan hayali de tamamlanmış olacak.

❖ 2019'a kadar en az bir limanımızın dünyanın en büyük 10 limanı arasında yer alması sağlanacak.

❖ Türkiye'nin gemi inşa kapasitesi 3,6 milyon DWT'den 2015'e kadar 5 milyon DWT'ye, 2019'a kadar 8 milyon DWT'ye, 2023'te ise 10 milyon DWT'ye yükseltilecek.

❖ 2023'e kadar gemi inşa sanayinde özellikle küçük ve orta tonajdaki kimyasal tanker ve ürün tanker alanında sağlanan başarının devamı sağlanacak. LNG, LPG, Car Carrier, Kruvaziyer, Ro-Ro, Ro-Pax gibi özellikli gemiler inşa edebilecek altyapı ve teknolojiye sahip olunacak.

❖ Bilişim sektöründe yerli ürün ve hizmet kullanımını 2019'a kadar %25'e, 2023'e kadar ise %50'ye çıkarmak. Bu projeye bilgi teknolojileri alanında önde gelen yabancı firmaların ülkemize çekilmesi, yerli firmaların dışa açılması ve ülkemizin dünyanın önde gelen üretim ve operasyon merkezi haline gelmesi sağlanacak. 2023'e kadar bilişim sektörü hacminin GSYH'daki payının %8'e ulaşmasını öngörüyoruz

❖ 2015 yılına kadar günlük 2,15 doların altında bir gelirle yaşamak zorunda kalan vatandaşımız kalmayacak.

❖ 2019 yılına kadar günlük 4,3 doların altında bir gelirle yaşamak zorunda kalan vatandaşımız kalmayacak.

❖ 2023 yılına kadar yoksulluk oranını yüzde 10'ların altına kalıcı bir biçimde düşürmek.

❖ Şehirdeki 110.000 yataklık potansiyele, 140.000 ilave kapasite oluşturularak, turizmdeki yatak kapasitemiz 250.000'e ulaştırılacak

❖ Böylelikle İstanbul, yıllık 20 milyon turist ağırlayabilecek çok önemli turizm merkezlerinden birisi haline gelecek.

❖ İstanbul'da 2 yeni kongre merkezi, yeni bir uluslararası fuar merkezi, uluslararası temalı bir eğlence parkı, yeni müzeler ve yeni marinalar İnşa edilecek.

❖ Alışveriş alanları ve diğer sosyal donatılarla desteklenmiş yeni kruvaziyer limanları olacak Galataport ve Haydarpaşa Port projeleri hayata geçirilecek.

❖ Sanayi, hizmet ve tarım eksenli büyüme ve kalkınma koridorları tayin edilecek. Kentleşme bütünlük içinde yönlendirilecek. Tüm şehirlere, başta üniversite olmak üzere eğitim kurumları, sağlık ve diğer kamu hizmetleri ile ilgili yatırımlar artarak devam edecek.

❖ Mevcut olan göçün önlenmesi için, kırsal kesimde istihdam alanlarının oluşturulması ve ekonomik faaliyet çeşitliliğinin sağlanması gibi, bölgesel farklılıkların azaltılmasına yönelik politikalar oluşturulacak.

❖ Gelişme düzeyi zayıf kalan bölgelerin belirlenen cazibe merkezi şehirler etrafında kentleşmesi ve hızlı kalkınması teşvik edilecek.

❖ Özel sektörün ve yerel girişimlerin bölgesel kalkınmanın asli unsuru olması sağlanacak. Bölgesel ve sektörel teşvik sistemi güçlendirilecek, kredi garanti sistemi, girişim sermayesi gibi yeni mali araçlar yerele yaygınlaştırılacak. KOBİ ağırlıklı bölgesel kümelenmeler desteklenecek. Ar-Ge ve yenilik kültürü tabana yayılarak destekler verilecek.

2. CUMHURİYET HALK PARTİSİNİN 2023 ÇALIŞMASI¹³

Genel başkan Kemal Kılıçdaroğlu: “GSYH’yi 2023’te 2,6 trilyon dolara çıkarmayı, kişi başına geliri 31 bin 500 dolara çıkarmayı hedefliyoruz.¹⁴

İkinci temel hedeflerinin, ekonomide rekabet gücünü artırmak olduğunu bildiren Kılıçdaroğlu, yeni bir teşvik politikasının gündeme getirilmesi, teknolojiye, teknokentlere ağırlık verilerek yeni kaynaklar aktarılması gerektiğini belirtti.

¹³Bu bölümün alındığı kaynak:<http://www.chp.org.tr/wp-content/uploads/EkonomiStratejisi.pdf>

¹⁴2023’TE CHP Vizyonu, <http://haber.gazetevatan.com/iste-chpnin-2023-vizyonu/441468/9/Haber>

A. EKONOMİ RAPORUNDAKİ HEDEFLER¹⁵

Genel Başkan Kılıçdaroğlu, üçüncü hedeflerini ise istikrarlı ve sürdürülebilir büyüme olarak nitelendirerek, üzerinde çalıştıkları ekonomi raporuna ilişkin şu bilgileri paylaştı:

”Biz yüzde 7 büyüme hızı olarak hedefliyoruz. Belki Türkiye tarihinde ilk, Doğu ve Güneydoğu için büyüme hızını yüzde 9,5 olarak öngördük. Makro dengeleri bunun üzerine kurduk. 2023’e kadar bir projeksiyon yapıldı. GSYH’yi 2023’te 2,6 trilyon dolara çıkarmayı, kişi başına geliri 31 bin 500 dolara çıkarmayı hedefliyoruz. Böylece AB’nin kişi başına gelirinin yüzde 85’ini yakalayabileceğimizi umuyoruz. Doğu ve Güneydoğu’daki rakam, Türkiye ortalamasının yüzde 75’ini yakalayacak.

İhracatın miktarı 650 milyar dolar, ithalat da 750 milyar dolar. Cari işlemler açığının, GSYH’nin yüzde 2,5’ine inmesini düşünüyoruz ve her yıl 800 bin kişiye yeni istihdam yaratmayı düşünüyoruz. Kadınların iş gücüne katılımı yüzde 40, bunu yüzde 55’e, işsizliği de yüzde 6 düzeyine çekmeyi hedefliyoruz.”

Kılıçdaroğlu, bu hedefleri gerçekleştirdiklerinde Türkiye’nin 2023’te dünyanın en büyük 10 ekonomisi içine gireceğini, yüzde 4 büyüme hızıyla bunun gerçekleştirilmesinin ise mümkün olmadığını kaydetti.

Genel Başkan Yardımcısı Faik Öztrak, CHP’nin yeni ekonomi stratejisine göre,2023 yılına kadar Türkiye genelinde yılda ortalama yüzde 7, Doğu ve Güneydoğu’da yılda ortalama yüzde 9,5 büyüme hızının sağlanmasının ve2023’e kadar kişi başına milli gelirin 31500 dolar olmasının planlandığını bildirdi.¹⁶

Türkiye’nin ortalama büyüme hızının düşük, büyümenin oynaklığının ise yüksek olduğunu, Türkiye’nin benzer ekonomiler arasında büyüme yarışında geride kaldığını, rekabet gücünün gerilediğini, dış açığın arttığını, iç tasarrufların düşük, büyümenin finansmanının dış kaynak girişine bağımlı olduğunu ifade eden Öztrak, dış borçlar ve özel sektör döviz pozisyon açığının arttığını belirtti. Büyümenin istihdam

¹⁵<http://www.chp.org.tr/wp-content/uploads/chpprogram.pdf>

¹⁶2023’TE CHP Vizyonu, <http://haber.gazetevatan.com/iste-chpnin-2023-vizyonu/441468/9/Haber>

yaratmadığını, istihdam düzeyinin düşük, işsizliğin yüksek olduğunu söyleyen Öztrak, benzer ekonomiler içinde Türkiye'nin işsizlik sorununun kötüleştiğini söyledi.

Türkiye'deki büyümenin sektörlere dengeli yayılmadığını, sanayinin zemin kaybettiğini vurgulayan Faik Öztrak, üretimin ithal girdi bağımlılığının hızla arttığını, katma değer yaratma yeteneğinin hızla azaldığını, eğitim sisteminin çağdaş normlardan uzak, işgücünün eğitim düzeyi ve yaratılan işlerin niteliğinin zayıf olduğunu ifade etti.

Genel Başkan Yardımcısı Öztrak, Türkiye'de insan ve üretim odaklı bir ekonomi hedeflediklerini belirterek, şunları kaydetti:

”Dışa açık, ancak küresel sermaye hareketlerindeki dalgalanmalara karşı dayanıklılığı artıran, üretimi ve verimliliği destekleyen, bilgi ekonomisine geçişi ve yaratıcılığı esas alan, iş gücümüzü ve yurt içi tasarrufları seferber eden, toplumun tüm kesimlerini ve ekonominin tüm sektörlerini kapsayan, kısa dönemde net ihracatın büyümeye katkısını artıran ancak uzun dönemde güçlü ve istikrarlı bir iç taleple büyüyen, nitelikli ve sürdürülebilir bir büyüme anlayışını benimsiyoruz”

Yüksek büyüme hızlarını sağlamanın yanında nitelikli, halkı kucaklayan, bütün sektörler ve çalışanlara yayılan sürdürülebilir bir büyümeyi hedeflediklerine dikkati çeken Öztrak, bu kapsamda Türkiye'yi dünya ekonomi liginin üst sıralarına taşımayı, işsizliği hızla azaltmayı, düzgün ve nitelikli istihdam yaratılmasını kolaylaştırmayı, başta kadınlar ve gençler olmak üzere toplumun geniş kesimlerinin üretim süreçlerine katılımını sağlamayı, yoksulluğu bitirmeyi, toplumsal gelişme ve dayanışmayı güçlendirmeyi, bölgesel gelir ve gelişmişlik farklarını azaltmayı amaçladıklarını kaydetti.

B. 2023 HEDEFLERİ¹⁷

Yüksek büyüme hızını daha dengeli bir kaynak kullanımıyla sağlayacaklarını belirten Öztrak, 2011-2023 döneminde yılda yaklaşık ortalama 800 bin kişilik istihdam artışını hedeflediklerini, işsizlik oranını yüzde 6'ya düşüreceklerini, 2023'te 650 milyar

¹⁷<http://www.transanatolie.com/ic/CHP/chp-program.pdf>, Çağdaş Türkiye için Değişim CHP Programı

dolar ihracatı yapılmasını öngördüklerini, 2023'te cari açığın GSYH'ya oranının yüzde 2,5'e indirmeyi amaçlarını kaydetti.

Öztrak, CHP'nin büyüme modelinde çalışma çağı gelmiş olan insan gücünün süratle iş gücüne katılmasının öngörüldüğünü vurguladı."2023 hedefleri içerisinde ithalatta ilgili hedef nedir?" sorusu üzerine Öztrak, ithalatta ilgili tahmini rakamın 750 milyar dolar olduğunu söyledi.

Yurt içi tasarrufların artırılması konusunda hedeflerinin çok iddialı olduğunu vurgulayan Genel Başkan Yardımcısı Öztrak, ülkenin kendi iş gücünü çalıştırabilmesi ve gelir seviyesinin yükseltilmesiyle iç tasarrufun artmasının sağlanacağını, bunun yanı sıra kurdaki aşırı dalgalanmalar ve finansal piyasalardaki balonların önlenmesinin de iç tasarrufun yükseltilmesinde etkili olacağını kaydetti.

Öztrak, uzun vadede de hem mali sistemin derinleşmesi hem gelir seviyesinin yükselmesi gerektiğini belirtti.

İthalata bağımlılık oranı azaltılacak, ihracat desteklenecek:

Yurtiçinde üretimi bulunmayan veya yetersiz olan petrol, doğal gaz ve yüksek teknoloji grubu ürünler vb. alanlarda üretim yeteneğinin geliştirilmesine büyük önem verilecek, rekabet gücünü artırmaya yönelik uygulayacağımız kapsamlı politikalar ve turizm sektöründe yapacağımız atılımla birlikte dış kaynak ihtiyacı azaltılacaktır.

Enerji tüketiminde tasarruf sağlayıcı teşvikler geliştirilecek, savunma sanayimizin ülkemize net döviz kazandırıcı bir konuma gelmesi için gerekli önlemler alınacaktır.

Ekonomimizin "spekülatif, yabancı sıcak paraya olan bağımlılığının aşılması sağlanacak: Bu suretle özellikle küresel risk algılamasının azaldığı ve sermaye akışının hızla arttığı dönemlerde, yabancı ve yerli para ile borçlanma maliyetlerinde yabancı para ile borçlanma lehine oluşan makas, getirilecek dinamik karşılık ayırma yöntemiyle daraltılacaktır. Söz konusu karşılıklardan oluşan fon likiditenin kurduğu ve ekonominin daralma evresine girdiği dönemlerde reel sektör

dış borçlarının çevrimini kolaylaştıracak şekilde kullanılacaktır. Döviz geliri olmayan şirketlerin dövizle borçlanmalarına daha sıkı sınırlamalar getirilecektir.

Döviz dengemizi düzeltecek politikalara ağırlık verilecek:

Bu çerçevede;

- Yeni ve yaygın bir turizm hamlesi başlatılacaktır.

- İhracat, ihracata donuk sanayi sektörleri ve yurt dışı müteahhitlik ve müşavirlik hizmetleri desteklenecektir.

- Ulusal sanayinin ithal kaynaklı ara ve yatırım mallarına ve ihracatın ithalata olan bağımlılığının en alt düzeye çekilmesi hedef alınacaktır.

Üretimde “ana ve yan sanayi” bağlantıları güçlendirilecek:

Üretimde ithalata olan bağımlılığın azaltılması için, ana-yan sanayi bağlantıları güçlendirilecektir. Yan sanayinin teknolojik gelişmelere ayak uydurabilmesi için, KOBİ’lerin ölçek ve sermaye yapıları açısından güçlendirilmeleri sağlanacaktır.

Çok yönlü, yoğun ancak kontrollü teşvik politikaları:

İhracatta büyümenin süreklilik ve derinlik kazanması için üretim aşamasından itibaren çok yönlü, yoğun ancak kontrollü teşvik politikaları uygulamaya konulacaktır. Böylelikle, dış ekonomik ilişkilerde ve dış ticarete ekonomik büyümemizi ve rekabet gücümüzü güçlendiren ve hızlandıran sağlıklı ve yeni bir yapı ülkemize kazandırılacaktır.

Dahilde işleme rejimi uygulaması gözden geçirilip etkinleştirilecek:

İhracatın teşviki amacıyla uygulanmakta olan mevcut Dahilde İşleme Rejimi bazı suiistimallere konu olabilmekte, böylelikle hem rekabet ortamı bozulmakta hem de cari açık sorunu daha da büyümektedir.

Söz konusu zayıflıklar girilerek Dâhilde İşleme Rejimi etkinleştirilecek ve asli işlevi olan ihracatın artırılmasına daha fazla katkı yapan bir niteliğe kavuşturulacaktır.

Haksız dış rekabete karşı firmalarımız korunacak:

Özellikle Çin ve Hindistan gibi ülkelerden kaynaklanan haksız rekabete karşı firmalarımız etkili bir şekilde korunacaktır.

Korumacılık, “istihdam öncelikli veya stratejik önemdeki” alt sektörlerle sınırlı tutulacak: Dış piyasalardan kaynaklanan kırılganlık ve bunun neden olduğu makroekonomik riskler özenle dikkate alınacaktır. Korumacılık; sanayileşme ve sosyal gelişme açısından, “istihdam öncelikli veya tarım sektörü dahil stratejik önemdeki alt sektörlerle sınırlı tutulacak, hiçbir mal ve sektör için süresiz uygulama yapılmayacaktır. Her koşulda, uygulanacak olan kısmi korumacılık dış pazarlarla uyum ve bütünleşmemize engel oluşturmayacaktır.

İleri teknoloji ülkeleri ve dünyanın yeni büyüme merkezleri ile çok yönlü ilişkiler: Ekonomimiz, dünyanın sürekli değişen koşullarına hızla uyum sağlayabilen, teknolojide yenilikleri özümseyerek bunu verimlilik artışına dönüştürebilen, bu sayede dış rekabet gücünü geliştiren bir dinamizme kavuşturulacaktır. İleri teknoloji ülkeleriyle dünyanın yeni büyüme merkezleri ile çok yönlü ilişkiler kurularak, karşılıklı yarar ilkesi çerçevesinde mal, hizmet, bilgi ve teknoloji dolaşımının yaygınlaşması hedef alınacaktır.

Dışa bağımlılığı asgari seviyeye indirecek aşılması bakımından, teknoloji ve arz çeşitlendirilmesine olanak tanıyan, güvenilir bir enerji arz yapısı oluşturacak, yeterli yedeğe sahip, güvenilir, entegre bir sistemi öngörecektir. Her türlü teknoloji ve kaynağı değerlendirecek, alternatif yatırım ve finansman modellerini hayata geçirecek,

Yenilenebilir enerji kaynakları geliştirilecek: Ülkemizin jeotermal, güneş, rüzgâr enerjisi, biokütle gibi yenilenebilir enerji potansiyelinin hızla değerlendirilmesi desteklenecektir.

Bu kapsamda;

AB'nin öngördüğü yeni ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanım oranlarına ulaşabilmek için politikalar yaşama geçirilecektir. Güneş enerjisi santrallerinin yapımı

ile iklimlendirme ve soğutma sistemlerinde güneş enerjisi kullanımı için yeni sistemlerin geliştirilmesi özendirilecektir.

Türkiye hem dünyaya açık, hem de ulusal üretim ekonomisinin önünü açan politikalarla, küreselleşmenin olumsuzluklarından korunacaktır.

Yabancı sermayeden refah artışına kaynak olarak yararlanılacak: Yabancı sermayeden, ulusal ekonomide istikrarsızlık kaynağı olarak değil, yaratılacak katma değere ve refaha kaynak olarak yararlanılması için, yabancı sermayenin istikrarsızlığı artırıcı yönlerini kontrol etmeye yönelik yasaklayıcı olmayan özendirici önlemler alınacaktır.

Yüksek faiz-düşük kur politikası yapay olarak enflasyon oranının düşmesine neden olurken, firmalar üzerinde üç temel olumsuz etkide bulunmaktadır:

Özellikle ara ve yatırım malları alanlarında yerli üreticilerce zalandırılarak ithalat özendirilmektedir. Bu politika, ülke ekonomisinde, katma değer ve istihdam yaratmayan bir üretim ve ihracat yapısına yol açarak adeta bir montaj sanayinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Montaj sanayine dönüşmenin en temel göstergesi ihracat ve üretim arttıkça ara mal ve yatırım malları ithalatının ve cari açığın çok daha hızlı artmasıdır.

Sanayide vizyonumuz üretimde kalite ve etkinlik, dış piyasalarda dinamik rekabet gücü: Üretimde kalite ve etkinliği, dış piyasalarda rekabeti hedefleyecek yeni bir sanayileşme vizyonu gerçekleştirilecektir.

Türkiye ekonomisini daha rekabetçi bir konuma taşıyacak araçları içeren, bu alanlardaki öncelikleri, ekonomik faktörleri ve önlemleri belirleyen "Türkiye Sanayi Stratejisi ve Politikaları" dinamik, katılımcı ve sürekli olarak güncellenerek yenilenebilen bir yaklaşımla saptanacaktır.

Türkiye Sanayi Stratejisi'nin temel hedefi; genelde sanayi işletmelerinin, özelde ise KOBİ'lerin "katma değeri yüksek üretime, yüksek teknolojik kabiliyete ve nitelikli işgücüne, değişen şartlara uyum sağlayabilme yeteneğine, ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü olan bir yapıya" kavuşturulması olarak belirlenecektir.

Çağdaş stratejik kriter ve açılımlar ön planda tutulacak: " Ulusal Sanayi Stratejisi" ile AB'nin Yenilenmiş Lizbon Hedefleri, doğrultusunda özellikle "AR-GE ve yenilikçilik, istihdam, eğitim, çevre, altyapı sektörleri, bilgi ve iletişim teknolojileri ve kurumsal idari kapasite" konularında, stratejik kriter ve açılımlar ön planda tutulacaktır.

Bilişim, (bilgisayar, mikroelektronik, telekomünikasyon, bilgi ve iletişim teknolojileri) ileri teknoloji malzemeleri, biyoteknoloji, nano teknoloji, nükleer ve uzay teknolojileri gibi stratejik nitelikli alt sanayi sektörleri belirlenerek, hızla geliştirilmeleri hedef alınarak, güçlü destek sağlanacaktır.

Orta ve yüksek teknolojili sektörlerin üretim ve ihracat içindeki paylarının artırılmasına yönelik yeni girişim başlatılacak; otomotiv, beyaz eşya, makine ve elektronik sektörlerinde Türkiye'nin üretim merkezi olması hedef alınacaktır. Geleneksel sektörlerde ise yeniden yapılanma teşvik edilerek, uluslararası rekabete uyum sağlayacak yapıya dönüşüm desteklenecektir.

Sanayi politikasını destekleyen bir enerji politikası izlenecek: Üretim sürecinin en temel girdilerinden birisi olan enerjinin yurt içinde üretiminin artırılmasına ve fiyatının işletmelerimizin rekabet gücünü destekleyen bir düzeye indirilmesine yönelik politikalara büyük önem verilecektir. Diğer yandan, yüksek enerji fiyatları işletmelerimizin iç ve dış pazarlarda rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Bu itibarla,

- Taşkömürü, linyit, rüzgar, güneş enerjisi ve jeotermal gibi yerli kaynakların kullanımına öncelik tanınacak,

- Enerji alanında kamusal yatırım artırılırken rekabete dayalı bir piyasa yapısının tesis edilmesi suretiyle cazip bir yatırım iklimi yaratılarak enerji açığı ülkemiz için bir risk unsuru olmaktan çıkarılacak,

- Sanayi üretiminin ağırlıklı olarak ithal kaynaklı ara ve yatırım mallarına dayandırılması politikasına son verilecek,

- Dahilde İşleme Rejiminin amacı doğrultusunda kullanılması sağlanacak, bunun dışına taşan uygulamalar engellenerek tarımsal gelişme ve sanayide ara malı üretimi önünde engel olmaktan çıkarılacak,

Teknolojik yenilik faaliyetlerindeki kritik eşik aşılacak: Teknolojik yenilik faaliyetlerindeki mevcut ölçek yetersizliği (kritik eşik) sorunu, firmaların kümelenmelerine, ana-yan sanayi bağlarının güçlendirilmesine ve kamu-üniversite-sanayi arasındaki uyumun ve işbirliğinin güçlendirilmesine odaklanılarak çözülecektir.

Geleneksel sektörlerde üretimin yüksek katma değerli bölümünde uzmanlaşma hedeflenecek: Tekstil, giyim, deri, gıda gibi geleneksel sektörlerin, ekonomimiz-deki ağırlığı ve istihdam yaratma potansiyelleri dikkate alınarak, üretimin sürecinin yüksek katma değer yaratan bölümlerde uzmanlaşmaları sağlanacak. Bu sektörlerimizin bilgi ve teknoloji yoğun diğer sektörlerle yakın bir etkileşim içerisine girerek verimlilik artışına odaklanmaları desteklenecek.

Ara ve yatırım mallarının üretimi artırılacak: Yurt içi üretimin bulunmadığı veya yetersiz olduğu hammadde, ara ve yatırım mallarının üretimine güçlü destek verilecektir.

İleri sanayileşmenin, teknolojik yapılanmanın, dengeli bölgesel kalkınmanın ve ülkemizi bilgi toplumuna dönüştürebilmenin iddiası ve kararlılığı içinde öncü sektörleri hedef alan yeni ve etkin teşvik sistemi kurulacaktır.

Stratejik planlama vizyonu ile öncelikli sektörler haritası belirlenecek

Risk sermayesi uygulaması yaygınlaştırılacak: Yenilikçiliği özendirilen Risk Sermayesi ve benzeri finansman araçlarının gelişimi desteklenecek,

Özel endüstri bölgeleri ihracat üslerine dönüşecek:

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi dahil, Anadolu'nun farklı bölgelerinde "Özel Endüstri Bölgeleri" kurulması teşvik edilecektir. Bu bölgelerdeki yatırımlar, bedelsiz arsa, ucuz enerji, emek üzerinden alınan vergi ve fon yükünde süreli muafiyet, pazarlama ve ihracat desteği ve benzeri önlemlerle etkin olarak özendirilecek, belirli

üretim ve ihracat taahhütleriyle çalışacak söz konusu bölgelerin birer "ihracat üssüne" dönüşmeleri sağlanacaktır.

KOBİ'leri ekonomimizin itici gücüne dönüştürülecek ve KOBİ'lerin uzmanlaşma ve örgütlenmeleri özendirilecek: KOBİ'lere araştırma, finansman, pazarlama, satış, proje yönetimi ve teknoloji danışmanlığı yapan birimler güçlendirilecektir.

KOBİ'lerin teknolojik yapısı güçlendirilecek: Yapısı uygun olan KOBİ'lerin bilgiyi ürüne dönüştürebilme yeteneklerinin güçlendirilmesi, AR-GE'ye dayalı teknoloji yoğun ürün ve üretim yöntemleri geliştirebilmeleri, böylelikle dış rekabet güçlerini arttırabilmeleri hedef alınacaktır.

KOBİ'lere Güçlü Destek Sağlanacak: Esnek üretim yöntemlerini uygulama ve hızla karar alma yeteneğine sahip olan KOBİ'lerin potansiyeli, Türkiye'nin geleceği açısından mutlaka kullanılması gereken bir şans olarak değerlendirilerek, desteklenecektir.

KOBİ'lerin enerji girdisi maliyetleri, rekabet içinde oldukları dış pazarlarda geçerli olan düzeylere indirilecektir.

Bilgi ekonomisine geçiş sağlanacak.

Yerli ve yabancı girişimciler için uygun yatırım ortamı sağlanacak.

Türkiye'nin kaynakları harekete geçirilecek: Türkiye ekonomisinin güçlü ve istikrarlı bir şekilde büyümesinin önündeki en temel engeller olan tasarruf yetersizliği ve düşük verimlilik sorunlarının giderilmesine büyük önem verilecektir.

Ekonomide sorunları iki başlık altında toplayabiliriz.

1. Ekonominin rekabet gücünün zayıflaması,
2. İstihdam imkânlarının daralması.

Bu iki temel sorun çerçevesinde, ithalattaki yükselişin önlenememesi, yüksek cari açık, özel kesimin dış borçlarındaki artış, yurtiçi tasarruf oranının düşüklüğü,

ticarete konu sektörlere yönelik yatırım azlığı, düşük istihdam oranı, yükselen işsizlik oranı gibi göstergeler ekonomideki sağlıksız yapıyı belirginleştirmiştir.

Küresel piyasalarda rekabet gücü sürekli artan, yüksek katma değer ve üretkenliğe sahip güçlü bir ekonomi vatandaşların refah seviyesini artırmanın bir ön koşuludur.¹⁸

3. MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ 2023 ÇALIŞMASI¹⁹

MHP'nin“2023'e Doğru Yükselen Ülke Türkiye Sözleşmesi” adını taşıyan Seçim Beyannamesi içerisinde 2023 ile ilgili açıklamalar ve hedefler yer almıştır:

MHP; küreselleşme sürecinin adil ve insani bir mecraya sokulabilmesinin; ülkeler arasında sürdürülebilir bir rekabet ortamının sağlanması, dünya nimetleri ve teknolojik imkânların tüm insanlığın ortak geleceğine hizmet edecek şekilde mümkün olabileceğine inanmaktadır.

Modern, caydırıcı, teknoloji kapasitesi yüksek güvenlik gücüne sahip olduğu, adaletle yönetildiği, toplumsal dokusunu sağlamlaştırdığı, kardeşlik ve dayanışmakültürünü geliştirerek imkân ve kabiliyetlerini lider ülke olma hedefi doğrultusunda seferber ettiği takdirde, bölgesel güç olmanın ötesine geçecek ve küresel bir oyun kurucu ya da oyun bozucu konumuna gelecektir.

Yükselen Ülke Türkiye vizyonu çerçevesinde, 2023 yılına kadar Türkiye'nin şu temel ekonomik hedeflere ulaşması öngörülmektedir.

- Ekonomik ve teknolojik gelişmeyi sağlamak,
- Üretim kapasitesini, sanayi ve enerji alt yapısını dünya ölçülerinin üzerine çıkarmak,
- Doğal kaynakları en rasyonel ve optimum düzeyde değerlendirmek,
- Vatandaşlarımızın kimseye muhtaç olmayacağı ve insanca yaşayacağı bir sosyal refah düzenini tesis etmek,

¹⁸<http://www.haberdar.com.tr/politika/chpnin-2023-vizyonu-h13684.html>

¹⁹Bu bölümün alındığı kaynak:

http://www.mhp.org.tr/usr_img/mhp2007/kitaplar/MHP_2011_SecimBeyannamesi.pdfMHP 2023 Vizyonu

- Gelir dağılımındaki adaletsizliği gidermek,
- Sosyal güvenlik ve sosyal adaleti bütün icaplarıyla tesis etmek,
- İşsizlik ve yoksulluğu ortadan kaldırmak,
- Köklü bir eğitim reformu gerçekleştirmek ve bilgi toplumu dönüşümünü tamamlamak.

Bu hedeflere ulaşmış bir Türkiye’de;

- Tarımda kendine yeterli olmanın ötesine geçerek bölge ve dünya pazarına yüksek katma değerli işlenmiş tarım ürünü satabilir hale gelmek,
- Kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmasını ve vergi adaletini sağlamak,

12 Haziran 2011 seçimlerinde çıkarılan MHP seçim beyannamesinde şu ifadeler yer almıştır:

Toplumun eğitim ve sağlık düzeyi yükseltilerek yaşam kalitesi iyileştirilecek, gelir dağılımı adil hale getirilecek, bilim-teknoloji ve yenilik yeteneği güçlendirilecek, yeni teknolojiler geliştirilecek, ulaşım ve altyapı hizmetlerinde etkinlik artırılacak, çevrekorunarak ekonomik ve sosyal yapıda dönüşüm büyük ölçüde gerçekleştirilecektir.

Yıllık ortalama **en az yüzde 7 büyüme** ve yıllık 700 bin yeni istihdam sağlanacağı bu dönem sonunda, GSYH 1,1 trilyon dolara, kişi başına gelir 14 bin dolara, ihracat 200 milyar dolara yükselecek ve istihdam 25,5 milyon kişiye ulaşacaktır.

Bu dönemde ayrıca, devletin düzenleme, gözetim ve denetleme fonksiyonları geliştirilecek, yerel yönetimler hizmet bakımından güçlendirilecek ve milli öncelikler doğrultusunda sivil toplum kuruluşları desteklenecektir. Yüksek standartlı bütün kamu hizmetleri herkes için erişilebilir ve kullanılabilir olacaktır.

Bilgi teknolojilerinin kullanımı yaygınlaştırılarak; özel sektörün, sivil toplumun, kamu kurum ve kuruluşlarının iş ve işlemlerinin yürütülmesinde e-kültürün tesisi sağlanacaktır.

Ülkemizin sahip olduğu doğal kaynakların korunma ve kullanma şartları belirlenerek bilinçsiz kullanma ve tahribat önlenecek, bu kaynaklardan etkin ve verimli bir şekilde yararlanmasını temin edecek çevre yönetim sistemleri oluşturulacaktır.

Gıda güvencesinin ve güvenliğinin sağlanması ile doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı gözetilerek, örgütlü ve rekabet gücü yüksek bir tarımsal yapı oluşturulacaktır.

Türk girişimcisi dünya ölçeğinde üreten ve satan, rekabet gücü yüksek girişimci haline gelecektir.

2015-2019 yıllarında, enerji gibi stratejik sektörlerde iç ve dış potansiyel harekete geçirilerek arz güvenliği tam manasıyla sağlanacak, ekonomik büyüme ve sosyal gelişme yönünde atılan adımlar sonucunda sosyal refah devleti olmanın tüm unsurları tesis edilecektir.

Yıllık ortalama en az yüzde 7 büyüme ve yıllık 700 bin yeni istihdam sağlanmasına devam edilecek olan dönemin sonunda, GSYH 1,5 trilyon dolara, kişi başına gelir 19 bin dolara, ihracat 300 milyar dolara yükselecek ve istihdam 28,5 milyon kişiye ulaşacaktır.

Kaynaklar harekete geçirilerek, ileri teknoloji kullanan, yüksek katma değer ve istihdam yaratan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip bir üretim yapısı tesis edilecektir.

Bilgi toplumu olmanın bütün unsurları sağlanmış olacaktır.

Orta ve yüksek teknoloji sektörlerinde Ar-Ge ve yenilikçilik faaliyetlerine ve Ar-Ge altyapısına öncelik verilecektir.

Bilgi ekonomisi ve inovasyon için gerekli ortam oluşturulacak ve araştırmacı insan gücü yetiştirilmesine önem verilecektir.

Bölge ülkeleri ile ilişkilerini, sıkı ve kalıcı bağlarla güçlendirerek, bölgeye yönelik yeni ekonomik ve siyasi girişimlerin yapılması ve tesis edilen işbirliklerinin ileri aşamalara taşınması sağlanacaktır.

Dünyanın her yerinde “Türk Malı” markalı ürünler en çok aranan ürün olacaktır.

2019-2023 yıllarını kapsayan Üçüncü MHP dönemi, “Lider Ülke Türkiye” hedefine ulaşma dönemi olacaktır. 2023 yılını hedefleyen uzun vadeli stratejimizin temel amacı; ülkemizin, çağdaş dünyayı Türkçe algılama ve değerlendirme yeteneğine sahip, küresel düzeyde etkili ve ekonomide dünyanın ilk 10 ülkesinden biri olan “lider ülke” konumuna yükseltilmesidir.

MHP’nin 2023 vizyonu çerçevesinde ortaya koyduğu politikalar, Türkiye ve dünya gerçekleri dikkate alınarak geliştirilmiş olup, yüksek uygulama kabiliyetine sahiptir. Öngördüğü hedefler ise erişilebilir niteliktedir.

Ülkemizin sahip olduğu kaynakların “2023 yılı kalkınma hedefleri” doğrultusunda harekete geçirilmesi zor değildir. Türkiye bu potansiyele, MHP de bu potansiyeli harekete geçirecek birikime, kadroya ve iradeye sahiptir.

Bu dönemin sonunda; Yıllık ortalama en az yüzde 7 büyüme ve yıllık 700 bin yeni istihdamın sağlanacağı bu dönemin sonunda, GSYH 2,1 trilyon dolara, kişi başına gelir 25 bin dolara, ihracat 400 milyar dolara yükselecek ve istihdam 31 milyon kişiye ulaşacaktır.

Türkiye, uzayın imkânlarından yararlanabilen bir ülke haline gelecek ve uydu teknolojisi üretme yetkinliğine kavuşacaktır. İleri teknoloji kullanılarak yeni ve yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanılacak, Türkiye enerji bağımlılığından kurtulacağı gibi uluslararası enerji piyasasının belirleyici aktörlerinden olacaktır.

2023 yılında Türkiye en az üç alanda ürettiği değerlerle teknolojik rekabet üstünlüğü kazanacaktır.

İnsanın yaşam standartlarının artmasını sağlayan, refah düzeyini yükselten, kaliteli üretimi gerçekleştiren ileri teknolojiler geliştirilecek ve uygulamaya konulacaktır.

Bin kişi başına düşen tam zamana eşdeğer araştırmacı sayısı 10’a, Ar-Ge harcamalarının GSYH’ya oranı yüzde 4’e yükseltilecektir.

Temel hedefler:

❖ Rekabetçi piyasa ekonomisini ve serbest teşebbüsü esas alan, kaynakların rasyonel kullanıldığı, bir ekonomik düzen oluşturmak, Teknolojik gelişmeyi, verimliliği, istikrarlı büyümeyi ve istihdam sağlamayı esas alan güçlü bir “üretim ekonomisi” oluşturmak.

❖ Yatırımların; yüksek teknolojiye dayalı ve katma değeri yüksek mal ve hizmet üreten alanlara yöneltmesini öngören bir sanayileşme stratejisini tesis etmek,

❖ Özel sektörün dinamizmini ve teşebbüs gücünü desteklemek,

❖ Ekonomik ve sosyal politikaları dar ve sabit gelirlileri gözetecek şekilde ahenk içinde uygulamak,

❖ Üretimin ve istihdamın sürdürülebilirliğini zora sokmayacak bir anlayışla kazancın vergilendirilmesini sağlamak,

❖ Küçük sanayici ve esnafı destekleyerek yatırım, üretim ve istihdamı artırmak,

❖ Bölgeler arası gelişmişlik farklarını en aza indirmek,

❖ Bilim ve teknolojiye çağrı yakalamış, kudretli, itibarlı ve önder bir toplum oluşturmak, hayatın her alanında “e-yaşam” tarzının benimsenmesini temin etmek,

❖ Adil bir gelir dağılımı sağlamak,

❖ Türkiye’yi bölgesel ve küresel bir güç haline getirmek, Yükselen Ülke Türkiye vizyonu çerçevesinde ülkemizi 2023 yılında çağdaş değerlere sahip, küresel düzeyde etkili ve ekonomide dünyanın ilk 10 ülkesinden biri olan küresel güç konumuna getirmek,

Ulaştırma, enerji ve diğer girdi maliyetleri bakımından Türk sanayicisinin uluslararası rekabet gücünü zayıflatan unsurlar ortadan kaldırılacak ve yatırım-üretim-ihracat zinciri sağlıklı olarak kurulacaktır. Dünya ticaretinde payı giderek artmakta olan elektronik ticaretin geliştirilmesi için gerekli hukuki, idarî ve teknolojik alt yapı oluşturulacaktır. İhracatın ithalat bağımlılığını azaltmak amacıyla yerli kaynaklarla üretilebilecek girdilerin yurt içinde üretimi teşvik edilecektir.

Uluslararası rekabet gücüne sahip yüksek katma değerli mal ve hizmet üretmek, ileri teknoloji transferini gerçekleştirmek, istihdam artışı sağlamak, yönetim kapasitesi ve işgücü kalitesini geliştirmek amacıyla, milli menfaatlerimizi gözetmek ve

çevreye ve insana saygılı olmak kaydıyla doğrudan yabancı sermaye ve özel sektör yatırımlarına Türkiye'yi cazip kılmak için gerekli kolaylıklar sağlanacaktır.

Sürdürülebilir bir büyümenin gerçekleştirilebilmesi için fiyat istikrarının sağlanması ve sürdürülmesi zaruri olup, bu amaçla borç stokunu ve cari açığı ekonomide kırılmalığa yol açmayacak düzeylere çekecek para ve kur politikası izlemeyi öngörmekteyiz.

İleri teknoloji kullanan, yenilikçiliği, verimliliği ve istihdamı gözeten, rekabet gücü yüksek üretim ekonomisini tesis etmek ve toplumun refah düzeyini artırarak sosyal dokuyu güçlendirmek amacıyla; Partimiz, ülkemizin kendi imkân ve şartları ile doğal ve beşeri kaynaklarını dikkate alan bağımsız ve milli bir “Üreten Ekonomi Programı” uygulamaya koyacaktır.

Ekonomi programımızın temelini oluşturan ihracata dayalı ve istihdam dostu büyüme modelinin gereği olarak, üretimin ve ihracatın ithalat bağımlılığı azaltılarak sürdürülebilir büyüme ve ihracat artışını sağlayacak politikalar uygulanacaktır. İhracatta sektörel ve mal grupları çeşitliliğinin sağlanması kapsamında, katma değeri yüksek ve teknoloji yoğun mallara ağırlık verilerek “Türk Malı” imajının yerleşmesi için moda-marka oluşturulması ile tanıtım ve tasarım faaliyetleri desteklenecektir.

KOBİ'lerin finansman imkânları artırılarak uluslararası alanda rekabet edebilecek bir yapıya kavuşturulacaktır.

Ekonomi programının temelini oluşturan ihracata dayalı ve istihdam dostu büyüme modelinin gereği olarak, üretimin ve ihracatın ithalat bağımlılığı azaltılarak sürdürülebilir büyüme ve ihracat artışını sağlayacak politikalar uygulanacaktır. Dışa açık ve rekabetçi bir yapı içerisinde dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi sürdüren bir yapı esas alınacak, ihracatı geliştirmek için, ilgili tarafların da katılımı ve onayıyla, planlı ve proaktif bir dış ticaret politikası uygulamaya konulacaktır. Bu kapsamda, ihracatta; katma değeri yüksek, bilgi ve teknoloji yoğun ürünler ihraç etmek; dünya ticaretinde önemi artan, alım gücü yüksek, genç nüfuslu ve dinamik pazarlara yönelmek; komşu ülkelerle ticareti geliştirmek; nihai tüketiciye ulaşmak gibi stratejiler benimsenecektir.

İhracatta sektör ve mal çeşitliliği sağlanacak

İhracatta sektörel ve mal grupları çeşitliliğinin sağlanması kapsamında, katma değeri yüksek ve teknoloji yoğun mallara ağırlık verilerek “Türk Malı” imajının yerleşmesi için moda-marka oluşturulması ile tanıtım ve tasarım faaliyetleri desteklenecektir.

Bu çerçevede, moda ve markaya yönelik tekstil ve konfeksiyon sanayi, elektrikli ve elektronik makine ve cihazlar sanayi, otomotiv ana ve yan sanayi, makine-imalat sanayi, demir-çelik sanayi, gıda sanayi ve bilişim sektörlerinin geliştirilmesi ve desteklenmesi sağlanacaktır.

Uluslararası rekabette Türk firmalarının başarılı olabilmesi için, teknolojik yenilenme, Ar-Ge ve kalite artırma faaliyetlerine gereken destek sağlanacaktır. Dış piyasalarda kalıcı pazar payı edinmek üzere yurtdışı mağaza zincirlerinin yaygınlaşması desteklenecektir. Tanıtım ve fuarlara katılım artırılacak; Türkiye'nin ev sahipliği yaptığı uluslararası toplantılar sırasında fuarlar ve iş forumları düzenlenecek, özellikle hedef ülkelerde yapılacak iş konseyi toplantıları sırasında ihrac ürünlerinin tanıtılması sağlanacak ve yurtdışında yerleşik Türk işadamları ile işbirliği artırılacaktır.

Uluslararası rekabet gücünü zayıflatan unsurlar kaldırılacak

Ulaştırma, enerji ve diğer girdi maliyetleri bakımından Türk sanayicisinin uluslararası rekabet gücünü zayıflatan unsurlar ortadan kaldırılacak ve yatırım-üretim ihracat zinciri sağlıklı olarak kurulacaktır. Dünya ticaretinde payı giderek artmakta olan elektronik ticaretin geliştirilmesi için gerekli hukuki, idarî ve teknolojik alt yapı oluşturulacaktır. Özel sektörün yurtdışı yatırımları ve ticari ilişkilerinde kamu kurumlarının her türlü desteği vermeleri sağlanacaktır. Başta ihracat taahhüt kapatma olmak üzere, ihracat teşvik sistemi yeniden yapılandırılacaktır. Vergi idaresinin, başta gümrük idaresi olmak üzere ilgili diğer kamu kuruluşlarının veri bankalarına ulaşması sağlanarak, vergi iadesi talepleri daha hızlı sonuçlandırılacaktır. Nakdi KDV iadelerinde karşılaşılan sorunlar nedeniyle mahsuben iade uygulaması yaygınlaştırılacaktır.

İhracatın kredi, sigorta ve garanti programlarıyla teşvik edilmesi uygulaması kapsamında, ihracatın finansmanında Türk Eximbank yeni dönemde daha aktif bir hale getirilerek güçlendirilecek, bürokratik işlemler azaltılarak Eximbank kredilerinin zamanında kullanılması sağlanacaktır. İhracatın ithalat bağımlılığını azaltmak amacıyla yerli kaynaklarla üretilebilecek girdilerin yurt içinde üretimi teşvik edilecektir.

Tüketim malı ithalatının caydırılması amacıyla, ihtisas gümrükleri daha etkin şekilde çalıştırılacak, ithalatta aşırı ucuz ve kalitesiz mal girişi daha yakından izlenecek, ithalatta haksız rekabet, gözetim ve standart denetimi mevzuatları çerçevesinde yürütülen uygulamalar titizlikle devam ettirilecektir.

Kesintisiz, yeterli ve güvenli enerji arzı sağlanacak

Enerji dış bağımlılığının azaltılması, kaynak çeşitliliği sağlanarak kesintisiz ve yeterli bir şekilde üretilmesi, güvenli ve çevreye duyarlı bir arz sistemi içinde karşılanması, yerli enerji kaynaklarının verimli kullanılması, nükleer başta olmak üzere yeni enerji teknolojilerini üretecek yetkinliğe ulaşılması sağlanacaktır. Kaliteli ve düşük maliyetli enerji arzı gerçekleştirilecektir. Kamu enerji yatırımlarının plânlı ve istikrarlı bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanacak, yerli ve yabancı sermayenin bu alandaki yatırımları teşvik edilecektir. Petrol ve doğalgaz arama, çıkarma, taşıma, işletme ve pazarlama işlerinde faaliyet gösteren kamu işletmeleri bir üst yönetim altında toplanarak, uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanılması sağlanacaktır.

Ülkemizin enerjide dışa bağımlılığını azaltmak ve aynı zamanda mevcut tarım potansiyelini verimli kullanmak için biyoyakıt üretimine önem verilecek ve bu çerçevede enerji tarımına yapılacak yatırımlar desteklenecektir.

Yeni ve yenilenebilir kaynaklardan enerji teminine ağırlık verilecek

Enerji ihtiyacının karşılanması için yeni ve yenilenebilir enerji kaynakları ile su potansiyelinin değerlendirilmesi ve alternatif enerji kaynaklarından yararlanılmasını öngören yatırımlar ile bu alandaki araştırma ve geliştirme çalışmaları teşvik edilecektir.

Nükleer enerji üretim teknolojisine sahip olmak öncelikli hedeflerimiz içinde olup, enerji arz güvenliğinin sağlanması için nükleer santraller kurulacaktır. Diğer taraftan ülkemizin; bilim ve teknolojinin her kademesinde kullanılabilecek ileri teknolojileri kapsayan hassas nükleer teknolojiye sahip olması sağlanacaktır. Temiz enerji kaynaklarından biri olan su potansiyeli en üst düzeyde kullanılarak hidroelektrik enerji üretimi artırılabilecektir.

Petrol, doğalgaz ve kıymetli madenlerin arama ve üretimine hız verilecek

TPAO'nun teknik ve ekonomik kapasitesi güçlendirilecek, uluslararası stratejik ortaklıklar tesis edilerek petrol ve doğal gaz arama ve üretim çalışmalarına hız kazandırılacaktır. Petrol, doğalgaz, kıymetli madenler gibi doğal kaynaklarımızın ekonomik değere dönüştürülmesi için kamu-özel-yabancı sermaye işbirliğiyle tüm imkânlar harekete geçirilecek ve ayrıca Türkiye'nin milli menfaatleri gözetilerek uluslararası ortaklıklara gidilecektir. Petrol arama ve çıkarma faaliyetlerinde yeni teknolojilerin geliştirilmesine önem verilecektir.

BÖLÜM III. T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI VE 2023 VİZYONU TOPLANTISI EKONOMİ BAKANI ZAFER ÇAĞLAYAN'IN KONUŞMA VE AÇIKLAMALARI²⁰

Ekonomi Bakanlığı'nın vizyonu, büyüme, üretim, istihdam, ihracat odaklı bir ekonomik yapı oluşturulmasıdır. Yani reel ekonomidir, bacaların tütmesi, çarkların dönmesidir.

Yıllardır ekonomi denince, "faiz-döviz-borsa-kur-repo" akla gelirdi, yani "paradan para kazanma" "üretmeden kazanma" "havadan para kazanma" ekonomi olarak lansedildi, öyle bir algı yerleştirildi.

Biz biliyoruz ki, ekonomi kavramı aynı saatin içindeki parçalar gibi birbirleriyle ilişkili çok sayıda çarklardan oluşmaktadır. Finans kesimi reel sektörü

²⁰T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI VE 2023 VİZYONU TOPLANTISI EKONOMİ GAZETECİLERİ DERNEĞİ (Conrad Hotel)12 TEMMUZ 2011/ SALI/İSTANBUL,
www.ekonomi.gov.tr/upload/bakankonusmametni.pdf

desteklerken finans kesiminin varlığı reel sektöre bağlıdır. Ancak biz biliyoruz ki gerçek büyüme kalıcı istikrar reel sektörümüzün gelişmesiyle daha sağlıklı olmaktadır.

"Eli değil, tüm benliği taşın altında olanların, üretim gerçekleştirenlerin, ihracat yapanların, istihdam sağlayanların faaliyet gösterdiği "reel ekonomi" gözardı edilmiştir.

Oysa ekonominin asıl itici güçleri "üretim, büyüme, istihdam, ihracat, yatırım, katma değerdir. Yani reel sektördür.

Yeni Ekonomi Bakanlığının en önemli görevi, "üretim, büyüme, istihdam, ihracattır, Türkiye'ye daha fazla döviz kazandırmaktır, daha fazla yatırım çekmek, bu sayede hem istihdamı artırmak, hem de cari açıkla mücadele etmektir.

Son 10 yılda dış ticaret alanında sağlanan atılım, Türkiye ekonomisinin gidişatına yeni bir ivme kazandırmıştır.

2010'da satın alma gücü paritesine göre dünyanın en büyük 16. ve Avrupa'nın en büyük 6. ekonomisi olan ekonomimiz, sadece bölgesel değil, dünya ekonomisi ve ticareti içerisinde de önemli bir aktör haline gelmiş bulunmaktadır.

İkinci çeyrek büyümemizin de yüzde 7'nin altında olmayacağına inanıyorum.

Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılına yönelik stratejik hedefimiz Türkiye'nin dünya ticaretinden aldığı payın %1,5'a çıkarılması, ihracatımızı 500 milyar Dolara, GSYİH'mızı 2 trilyon dolara ulaştırmak dünyanın ilk 10 ekonomisinden biri olmaktır.

Bu hedeflere ulaşmak ancak ekonomi ve dış ticaret politikalarının yeni bir anlayış ve yapıyla yürütülmesiyle mümkün olacaktır.

Ekonomi Bakanlığının yapısında, ihracata dayalı büyüme modeli çerçevesinde gerek mal gerek hizmetlerde yatırım-üretim-ihracat zincirine ilişkin politikalar tek çatı altında toplanmıştır.

Ülkemizin küresel dünya ticaretindeki konumunun daha da geliştirilmesi amacıyla, dünya ekonomisinin önümüzdeki dönemde yaşayacağı değişim ve dönüşüm sürecine hazırlıklı olmak, ortaya çıkacak fırsatlardan yararlanabilmek önem taşımakta olup, bu amacı gerçekleştirmek için etkin bir idare ve koordinasyon kapasitesine sahip Ekonomi Bakanlığımız önemli bir görev ifa edecektir.

Ekonomi Bakanlığımız; ihracata dönük üretim stratejisi çerçevesinde;

- Yatırımların teşvik edilmesi,
- Yabancı sermaye ve yurtdışı yatırımların tesis edilmesinde sanayimizin önceliklerinin göz önünde bulundurulması
- Döviz kazandırıcı hizmet faaliyetlerinin geliştirilmesi,
- Pazara giriş imkânlarının artırılması,
- İhracat pazarlarının ve ihracata konu mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi,
- İthalat bağımlılığının azaltılması ve girdi tedarik güvenliğinin sağlanması,
- Küçük ve orta ölçekli firmaların ihracat ve yatırıma yapabilme kapasitelerinin geliştirilmesi,
- Ürün güvenliğinin denetlenmesi,
- Yeni nesil serbest bölge anlayışıyla ihracata ve yatırıma daha fazla katkı sağlayacak bir yapı oluşturulması,
- Ticaret anlaşmalarının etkin bir pazara giriş aracı ve ekonomiye katkı sağlayan yeni işbirliği alanlarının yaratılması için kullanılması,
- Haksız rekabet yaratan ve yerli sanayiye zarar veren ithalata karşı gerekli tedbirlerin alınması gibi konularda çok önemli görevleri yerine getirecektir.

Bu görevleri yerine getirmek adına, Dış Ticaret Müsteşarlığının mevcut yapısına, Hazine Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü ve Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü birleştirilerek dahil edilmiştir. Ayrıca hizmet ticareti müzakereleri ve uygulamaları da Ekonomi Bakanlığı kapsamına alınmıştır...

Teşviklerin yapılanmasını ihracat ve ithalat eksenlerinde değerlendirecek, dünyanın yıldız ekonomisi olmayı sürdürebilmek için gerekli uzun vadeli sektörel desteklerin oluşmasını sağlayacağız.

Ekonomimizde gerçekleştireceğimiz bu yapılanma, ülkemizde kalkınmanın topyekun gelişmesini sağlayacaktır.

A. İHRACAT VİZYONUMUZ

Türkiye'nin dünya süper ligindeki yerini almasının yolu, sürdürülebilir ihracat artışını devam ettirmesinden, ihracata konu ürünleri yüksek katma değerli bir yapıya dönüştürmesinden, sanayi üretim yapısının ihracat odaklı hale gelmesinden geçmektedir.

Bu çerçevede,

- ✓ İhracatın ithalatını karşılama oranını yüzde 80'ler seviyesine çıkartmak,
- ✓ Sürdürülebilir ihracat artışını devam ettirmek ve ihracatçımızın rekabet gücünü artırmak
- ✓ Yatırım, üretim ve ihracat zincirinde istikrarlı ihracat artışının sağlanmasını teminen gerekli altyapı, mevzuat ve teşvik enstrümanlarını etkin bir şekilde kullanmak.
- ✓ Genel ve sektörel ticaret heyetleri, alım heyetleri, fuarlar ve diğer pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini ürünlerimizin tamamlayıcılığı üstün olan bölge ve ülkelere doğru yoğunlaştırmak, var olduğumuz pazarlarda ve yeni pazarlarda pazar payımızı ve ihracat hacmimizi planlı ve hesaplı bir şekilde artırmak,
- ✓ Pazarları çeşitlendirmek

- ✓ Yenilikçi fikirler ve Ar-Ge'ye dayalı, katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçlerini yeni nesil teşvik modelleri ile desteklemek.
- ✓ Yenilikçi niteliğe sahip ihraç ürün sayısının artırılması amacıyla tasarım faaliyetlerini hizmet ticareti kapsamında yaygınlaştırmak
- ✓ KOBİ'lerin pazarlama ve ihracat kapasitesini artırıcı destekleri sürdürmek,
- ✓ Dünyada Türk ürünleri imajının güçlendirilmesine yönelik olarak verilen TURQUALITY ve marka desteklerinin kapsamını genişletmek.
- ✓ Uluslararası markaların Türk firmalarınca satın alınmasını teşvik ederek Türk ürünlerinin yaygınlaşması ve uluslararasılaştırılmasını sağlamak.
- ✓ Sektörel kümelenme anlayışını ihracatı artırmada bir araç olarak kullanmak ve kümelerin koordinasyon halinde dünyaya açılmasını desteklemek,
- ✓ Uluslararası anlaşmalardan doğan yükümlülüklerimiz de göz önüne alınarak Türk ihracatçısının uluslararası alanda karşılaştığı sorunlara etkin ve hızlı çözümler bulmak.
- ✓ İhracatın üretim boyutu da dikkate alınarak sanayi - üniversite işbirliğini desteklemek.
- ✓ Yeni ihracat finansmanı araçları yaratmak,
- ✓ İhracatçılarımızın kriz dönemlerinde oluşabilecek zararlarının önlenmesine yönelik politik risk sigorta fonu gibi enstrümanlardan yaygın bir şekilde yararlanmalarını teşvik etmek,
- ✓ Akademik ve pratik bilginin bütünleşerek daha verimli bir ortam yaratılması amacıyla firmalar, STK'lar ve üniversiteler arasında danışmanlık-koçluk ilişkilerinin kurulmasının zeminini sağlamak.
- ✓ Ana hatları ile bahsettiğim ihracat vizyonumuzu, sivil toplum kuruluşlarıyla, ihracatçılarımızla birlikte yürütmek.

- ✓ İhracatta hedef 500 milyar dolar.
- ✓ Türkiye'nin dünya ticaretinden aldığı payı yüzde 0.80'den %1,5'e çıkarmak;
- ✓ 100 bin ihracatçı sayısına ulaşmak
- ✓ İhracatın/ithalatı karşılama oranını yüzde 80 seviyesine yükseltmektir.

Burada bahsettiğimiz yalnızca üretip ihraç etmek değildir

İllerimizin ihracat potansiyeli çalışmamızda gördük ki, özellikle Türkiye'nin doğu illerinde, sınır illerimizde o bölgedeki komşu ülkelere ihracat yapan çok sayıda firmamız var.

Bu firmalarımız üretmiyor, ancak Türkiye'de üretileni başta İran, Irak, Suriye ve diğer Arap coğrafyasına kolaylıkla ihraç edebiliyorlar. İşte bu noktada, Türkiye'nin bu bölgesinin ihracat yoluyla, dış ticaret yoluyla zenginleşebileceğinin sinyalleri verilmektedir.

Bu dönem özellikle söz konusu bölgede taşların yerinden oynadığı bir dönemdir. Şimdiden girişimlerimize başladık. Bu bölgede Türkiye öncekinden çok daha aktif olacak. Burada yalnızca ihracat ve ithalattan bahsetmiyorum. Bölgenin en sofistike ihracat yapısına sahip olan Türkiye, bölgeye yalnızca ihracatta değil sanayi üretiminde, yatırımda da öncü olacaktır. Yani Türkiye bölgenin ticaret beyni olacaktır.

B. İTHALAT VİZYONUMUZ

Ekonomi Bakanlığının görev alanlarından birisi de ithalattır.

İthalatta rotamız "Akılcı Dış Ticaret Güçlü Ekonomi: Yönetilebilir İthalat" anlayışıdır.

Rekabetin keskinleştiği küreselleşme sürecinde hammadde temini ve arz güvenliği gittikçe artan bir şekilde önem kazanmıştır.

Bu rekabette avantaj sağlamanın yollarından biri ithalat politikalarının etkin ve verimli olarak düzenlenmesidir.

İthalat politikalarının, ülke sanayiinin ihtiyaç duyduğu kaliteli ve fiyat avantajına sahip ürünlere ulaşımına ve teknoloji transferine imkân tanınması, ihracata dönük, teknoloji yoğun, katma değeri yüksek, uluslararası standartlara uygun üretim yapısını destekler mahiyette olması; bu suretle ülkemizin uluslararası piyasalardaki rekabet potansiyelinin geliştirilmesine olanak sağlaması gerekmektedir.

İthalat artışından kaynaklanan sıkıntılarda, üreticilerimizle birlikte çalışarak bazı önlemleri etkin bir şekilde hayata geçirmeliyiz.

Türkiye, Ticaret Politikası Savunma Araçları olan korunma önlemleri ile dampinge ve sübvansiyona karşı vergileri etkin bir şekilde kullanmakta ve bu konuda dünyada ön sıralarda yer almaktadır.

İthalattan kaynaklanan haksız rekabete karşı yerli üretim dalını korumak için alınan bu önlemlerin etkinliğinin tesisi ve zaafa uğratılmaması için de gerekli izleme ve inceleme faaliyetlerini titizlikle yürütülmektedir.

Bu çerçevede, Riske Dayalı İzleme ve Denetim Sistemi (İRDS)ni kuruyoruz. İRDS sisteminin mevzuat altyapısı hazırlıkları tamamlanmış olup, bilgi teknolojileri altyapısının gerçekleştirilmesi için ihale aşamasına gelinmiştir.

İRDS kapsamında ithalat politikalarının etkinliği gerçek zamanlı olarak izlenecek, bu politikaları etkisiz kılmaya yönelik riskli işlemler anlık olarak tespit edilebilecek, denetlenebilecek ve gerekli tedbirler alınacaktır.

"İthalatı online denetlenecektir.

İthalat artışının ülke ekonomisi üzerindeki olumsuz etkilerini bertaraf etmek amacıyla yürütülen gümrük vergisi, telafi edici önlem, ticaret politikası savunma araçları, riske dayalı denetleme sistemi gibi mekanizmalar etkin bir şekilde kullanılacaktır.

İthalat artışı ve cari açık sorunu özellikle reel ekonomi açısından ciddi olumsuz etkiler meydana getirmektedir.

Üretimde ithalat bağımlılığının artması gerek ekonomik açıdan gerekse stratejik açıdan yakından takip edilmesi gereken bir durumdur.

Biz de yakından takip ediyoruz, Ekonomi Bakanlığı'nın en önemli görevlerinden birisi "cari açıkla" mücadele olacaktır.

C. CARİ AÇIK

1- DURUM

Dikkat çeken bir gelişme, 2011 Mayıs ayı itibarıyla hizmet dengesi ve gelirlerinin geçmiş Mayıs aylarının rekorunu kırmış olması. Bunun en önemli nedeni, turizm gelirlerinin Mayıs ayları itibarıyla en yüksek düzeyine çıkmış olması.

2012 Ekim ayı sonu itibarı ile cari açık rakamı da açıklandı. Kabaca 41 milyar dolar... (Yıllıklandırılmış şekilde 53 milyar dolar...)²¹

2- NEDENLER

Cari açığın hızla artmasının 5 ana nedeni var: iç talep artışı, dış talep artışı, ürün fiyatlarında yaşanan yükseliş, düşük kur ve talebin öne çekilmesi

a-Ekonomimiz hızla büyüyor. Ama bu hızlı büyüme doğal olarak ithalatı da artırıyor. Örneğin, otomobil ithalatındaki yükselişin nedenlerinden, yatırım malları ithalatındaki artışın nedenlerinden biri bu.

b-Diğer taraftan ihracatımız da beklentilerden hızlı artıyor. Ancak bazı ürünlerin ihracatı, bunların üretiminde kullanılan ara malların ithal ediliyor olması nedeniyle ithalatımızı da artırıyor.

c-Petrol, demir, alüminyum, bakır, pamuk gibi ithalatımızın yaklaşık üçte birini oluşturan ürünlerin fiyatlarında yüzde 100'ü aşan yükseliş yaşandı. Bunun üzerinde hiçbir kontrol gücümüz yok. Fiyatlarda yaşanan yükseliş, suni de olsa, ithalat faturasını aynı oranda yükseltiyor. Doğrudan hammadde olmadığı halde, içeriğinde büyük oranda petrol ve benzeri hammaddeler barındıran plastik ve gübre gibi ürünler

²¹ <http://www.gazetemen.com/13/54164/0/cari-acik-rakami-yuz-guldurdu---.html>. Zeki Sezer: 11 Aralık 2012

var ki, hammadde fiyatlarındaki artış bunların ithalat faturasını yükseltiyor. Plastik ve gübre ithalatımız kısmen bu nedenle yükseliyor.

d-Kur da ithalatı teşvik eden faktörlerden biri. Kurun düşük kalması yabancı malların TL cinsinden fiyatının yükselmemesine neden oluyor. Hatta, yerli mallar daha da pahalılaşıyor. Üreticiler ve nihai tüketiciler ise, haklı ama son noktada ulusal ekonomiye zarar verecek şekilde, yerli mallar yerine daha ucuz olan ithal mallara yöneliyor.

e-Bir süredir TCMB'nin karşılıkları artırması gelecek dönemde doğacak talebin öne çekilmesi gibi bir etkiye sahip olabilir. Bu etkinin ne kadar olduğunu bilmek mümkün değil ama ithalattaki artışın nedenlerinden birinin bu olduğunu söylemek mümkün.

3-PANİK YOK ÇÖZÜM VAR

Burada öncelikle şu noktanın altını çizmek istiyorum. Ben uygulanan para politikalarından, yüksek faiz politikasında ısrar edilmesinin hatalı olduğunu dile getirdim. Fiyat istikrarını da içine alan finansal istikrar olgusunun ön planda olması gerektiğini söyledim.

Aşırı değerli kurun yerli sanayiye ve istihdamı olumsuz etkilediğini, bunun Türkiye'de üretim yerine ithalatı patlayacağını dile getirdim.

Ancak bugün gelinen nokta paniğe kapılmamızı, endişe etmemizi gereken bir nokta değildir.

Cari açık ne bugün ortaya çıktı, ne de yarın çözülebilir. Biz cari açığı bilen ve tanıyan bir ülkeyiz. Türkiye, nasıl enflasyon sorununu ortadan kaldırdıysa, şimdi de cari açık sorununu yok edecek. Yani bütün bunlar endişe etmemizi gerektirmiyor.

Çünkü;

1-Türkiye üreten ve hızla büyüyen bir ekonomi. Cari açık nedeniyle sorun yaşayan bazı ülkelerde olduğu gibi kontrolden çıkmış bir tüketim yok.

2-Türkiye'de bir bütçe açığı sorunu yok. Bütçe açığımız birçok Avrupa ülkesinden, gelişmiş ekonomiden daha düşük düzeyde. Kamu borçları son derecedüşük düzeydedir.

3-Cari açığın finansmanı ile ilgili bir sorunumuz yok.

4-Cari açığıdaki yükseliş, TCMB ve BDDK tarafından alınan parasal önlemlerle kısa vadede kontrol altına alınıyor.

5-Biz de Ekonomi Bakanlığı olarak bu sorunu orta ve uzun vadede bitirmek için iki strateji izliyoruz.

Şunu açıklıkla söylemek gerekir: "Türkiye'nin cari açık sorununu çözmesi için üretim yapısını değiştirmesi gerekiyor. Bunun dışındaki tüm önlemler ancak sorunu ertelemeye yarar."

Yani bizim ihtiyacımız olan şey açığı kapatmak değil, uzun vadede yapısal önlemleri alarak açığı bir daha açılmayacak şekilde ortadan kaldırmak. İşte bunun için parasal önlemlerin yanında mutlaka reel sektöre dönük önlemler alınması, yeni stratejiler izlenmesi gerekiyor.

Bakın, şunu bir kenara not edelim: Cari açık veren tek ülke Türkiye değil. IMF verilerine göre 2010 yılında 183 ülke içinde 128'i cari açık vermişken, 55'i fazla verdi. Bu ülkeler içinde 17'si Yakın ve Orta Asya'da, 14'ü Avrupa'da, Uzak Asya'da, 8'i Afrika'da, 5'i Güney Amerika'da bulunuyor.

Tam 128 ülke geçen yıl cari açık verdi. Yani dünya ülkelerinin üçte ikisi açık veriyor. ABD, Fransa, Kanada, İtalya, İngiltere, Brezilya, İspanya, Portekiz, Çek Cumhuriyeti, geçen yıl cari açık veren bazı ülkeler. Bunları bir bahane olarak saymıyorum. Tabii ki, biz de cari fazla veren bir ülke olmak istiyoruz ve bu konuda çalışmalar yapıyoruz. Ama bu sorunun sadece Türkiye'ye has olmadığını bilmemiz gerekiyor.

Önceki hükümet döneminde Bakanlığıma bağlı Dış Ticaret Müsteşarlığı, bir yılı aşkın bir süre önce, girdi tedarik stratejisi ve ihracata dönük üretim stratejileri ile

ithal edilen bazı ürünleri içerde ürettirmeye ve dış pazarlara dönük üretimi teşvik etmeye çalışan çalışmalara başladı. Şimdi bu çalışmaları Ekonomi Bakanlığı olarak devam ettiriyoruz. Yani, hükümetimiz eskiden yapılan hataları tekrarlamayıp, daha objektif bir yaklaşımla sorunların çözümü için çalışıyor.

Diğer yandan, BDDK ve TCMB'nin attığı adımların etkisini yaz aylarından itibaren daha ciddi olarak hissedeceğiz.

Son haftalarda kurlarda başlayan yükseliş trendinin nereye kadar süreceği henüz belli değil. Ama bundan sonra dolar kurunun 1.60'ın altına inmemesi sadece cari açık açısından değil, ulusal ekonomimiz açısından kritik bir faktör.

Kur yerli sanayinin ve yeni istihdamın da anahtarı. Bütün dünya, parasının değerini düşürmeye çalışırken, Türkiye gibi cari açık sorunu olan bir ekonominin değerli kur ile rekabet gücünü korumasının imkanı yoktur.

Bu noktada vatandaşlarımıza ve işletmelere de bir görev düşüyor. Kurlardaki yükselişi, bir kriz işareti olarak görmekten vazgeçmemiz gerekiyor. Düşük kur, yabancı mal tüketimini teşvik ederken, yerli üretimi baltalıyor.

İthalat artışından kaynaklanan diğer olumsuzluklar ise yerli üreticinin rekabet gücünü kaybetmesi, ithalat artışının sürekli ve yoğun olduğu sektörlerde üretim yeteneğinin yitirilmesi ve bunun sonucu olarak da kapanan işyerleri ve istihdamda azalışın ortaya çıkmasıdır.

Ekonomi Bakanlığımız, özellikle küçük ölçekli üreticilerin, ithalat nedeniyle rekabet avantajlarını yitirmemeleri için yoğun şekilde çalışacak, bu konuda proje geliştirecektir.

Birçok firma ithalattan olumsuz etkilendiği ve rekabet edemediği durumlarda, ithalata karşı önlem alınabilmesi için bazen kurumsal eksiklerinden bazen de başvuru için gerekli temsil şartını sağlayamamaktan dolayı başvuruyu yapamamaktadır.

Bilindiği gibi, ithalatta dampinge ve sübvansiyona karşı önlem alınabilmesi için başvuru önkoşulu, ilgili sektördeki üreticilerin %25'inin bir araya gelebilmesidir.

Söz konusu oran korunma önlemlerinde %50 düzeyindedir. Başvurunun kabul edilmesi halinde başlayan soruşturma süreci koşullara bağlı olarak yaklaşık 1 yıl sürebilmekte bu durumda önlem alınana değin firmalar, piyasada ithalata karşı rekabet açısından olumsuz sonuçlara maruz kalabilmektedirler.

İthalat artışından olumsuz yönde etkilenen yerli üreticilerin yeniden rekabet edebilir duruma getirilmesi konusunda hassasiyetle duruyoruz.

D. TEŞVİK VİZYONUMUZ

İhracata dayalı üretim stratejisinin ve buna bağlı olarak yürütülen girdi tedarik politikalarının başarıya ulaşabilmesi ancak dış ticaret politikaları ile yatırım teşvik politikalarının uyumlu ve tek elden yönetimi ile mümkün olabilecektir.

Bu hususlar dikkate alınarak yatırımların ve döviz kazandırıcı hizmetlerin desteklenmesi ve yönlendirilmesi konularında kararlı ve verimli sonuçların alınabilmesi, öngörülebilir ve ölçülebilir teşvik tedbirlerinin uygulanabilmesi ve bunların etkinliğinin takip edilebilmesi amacıyla Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Ekonomi Bakanlığı teşkilatına dâhil edilmiştir.

Bilindiği üzere, 2009 yılının Temmuz ayında yürürlüğe giren yeni teşvik sistemi; genel teşvik sistemi, bölgesel teşvik sistemi ve büyük ölçekli yatırımların teşviki olmak üzere 3 ana unsurdan oluşmaktadır.

Söz konusu sistemde, Katma Değer Vergisi İstisnası, Gümrük Vergisi Muafiyeti, Vergi İndirimi, Sigorta Primi Desteği, Yatırım Yeri Tahsisi ve Faiz Desteği olmak üzere 6 destek unsuru bulunmaktadır.

2023 yılı için belirlenen 500 Milyar \$'lık ihracat hedefine ulaşılabilmesi ve ihracata dayalı büyüme modeli çerçevesinde, ihracata dönük üretimin teşviki amacıyla, teşvik sisteminin yeniden gözden geçirilmesi ve etkinliğinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu çerçevede, 2009 yılının Temmuz ayında yürürlüğe giren yeni teşvik sisteminin uygulama sonuçlarının değerlendirilmesini müteakip sistemin ihtiyaca ne

ölçüde cevap verdiği ve sistemin aksayan yönlerini belirleyerek gerekli değişiklikleri yapmak üzere;

Teşvik sisteminde yer alan bölgelerin, Kalkınma Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun güncelleyeceği sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi çalışmasını tamamlamalarını müteakip yeniden gözden geçirilmesi,

Bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak için bölgelerin sektörel potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve sektörlerin ekonomik ölçek kriterleri ile ilgili yeni çalışmaların yapılması,

Dış ticaret açığı veren sektörlerde üretimin artırılması amacıyla sistemin yeniden gözden geçirilmesi,

Sektörel kümelenmenin özendirilmesi amacıyla yeni yöntem ve araçlar konusunda çalışmalar yapılması ve sektör araştırma merkezlerinin desteklenmesi

Mevcut teşvik sisteminde, desteklenmeyen veya şartlı olarak desteklenen sektörlerin yeniden gözden geçirilerek, listenin yeniden oluşturulması ve güncellenmesi,

Avrupa Birliği Müktesebatı ve Uluslararası yükümlülüklerimiz ile bütçe imkanları çerçevesinde, uygulanacak destek unsurlarının oran ve sürelerinin yeniden belirlenmesi,

Sektörel teşviklerin, ithal ara malı bağımlılığını azaltıcı ve ihracat kapasitesini arttırıcı yeni üretim modlarına kaydırılması,

Yurt içinde ucuz ve kaliteli ara malı ve hammadde üretimini teminen, sektörler ve desteklerin yeniden ele alınması ve ihracata yönelik üretim stratejisinin teşvik sistemine yansıtılması,

Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğü olan ve bulunduğu coğrafyada öncülük edebileceği alanlarda lokomotif sektörlerin belirlenmesi ve bu sektörlerin ihtiyaçları doğrultusunda teşviklerin yeniden ele alınması öncelikli konularımız arasında yer almaktadır.

Bildiğiniz gibi geçtiğimiz dönemde Türkiye'nin ihracat odaklı bir üretim yapısına kavuşması için zihinsel ve yasal alt yapıyı oluşturduk.

İhracata Dönük Üretim Stratejisi oluşturduk ve Sn. Başbakanımızın Genelgesi ile İhracata Dönük Üretim Stratejisi Değerlendirme Kurulunu kurduk. İhracata Dönük Üretim Stratejisi kapsamındaki başlıca hedefimiz sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak, ihracatta pazar ve ürün çeşitlenmesini gerçekleştirmek, ihracata dönük üretimin teknolojik gelişimini hızlandırmak, yurt içinde yaratılan katma değer artırılmasını temin etmek ve üretimle ihracatın birlikte ele alındığı bütünsel bir strateji geliştirmektir. Önümüzdeki dönemde, teşvik politikalarımızı bu temel çerçevede ele alarak tasarlayacağız.

Bu düşünceden hareketle Türkiye'nin ithalatını derinlemesine analiz eden "Girdi Tedarik Stratejisi" (GİTES) çalışması ile sanayinin ihtiyaç duyduğu girdilerin tedarikinde sürekliliğin sağlanması ve etkinliğin ve verimliliğin artırılmasını, ihracatta rekabet gücünün iyileştirilmesini amaçlayan bir vizyon ortaya koyduk.

Bu kapsamda cari açığın bariyeri olacak "Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES)" uygulamaya koyduk.

Şimdiye kadar; demir çelik, otomotiv ve makine sektörlerini derinlemesine analiz ettik, politika önerileri geliştirdik ve geliştirmeye devam ediyoruz. Kimya çalışmalarımıza başladık. Tekstil ve gıda/tarım sektörlerine ilişkin çalışmalarımız ise yakın zamanda başlayacaktır.

2011 sonu itibarıyla tamamlanacak bu çalışma ile belirlediğimiz sektörlerde üretim ve tedarikte farkındalık ve farklılık yaratarak daha fazla dövizin yurtiçinde kalmasını sağlamayı planlıyoruz.

Şu ana kadar ki çalışmaların önemli çıktılarını sizinle paylaşmak istiyorum. Türkiye, 2008'de yaklaşık 9 milyar, 2010'da ise 7 milyar dolarlık hurda ithal etmiştir. Bu tutarlar, 2008 ve 2010 için Türkiye'nin dış ticaret açığının sırasıyla %13 ve %10, cari işlemler açığının ise %21 ve %15'ine denk gelmektedir.

Dolayısıyla bu alanda sağlanabilecek küçük çaplı bir maliyet avantajı dahi, yalnız sektör firmalarımızın rekabet gücüne büyük katkısı açısından değil, tek başına makroekonomik değerler açısından da son derece olumlu etkiler yaratacaktır.

PEKİ NE YAPILABİLİR?

- Dünya ticaretine yön veren birkaç firmaya karşı, dünyanın en büyük ithalatçısı sıfatıyla, birbiriyle rekabet etmek yerine, güç birliklerine gitmiş bir Türk demir çelik sektörünün çok daha etkin ve daha az maliyetli girdi tedarik edebileceği aşikârdır. Bu alanda, sektörde ortak harekete dönük, somut adımlar atılmaya başlanmıştır.

- Ekonomik olarak işletilebilir demir kaynaklarımız, ülkemiz cevher talebini ancak 10 yıl karşılayabilecek düzeydedir. Öte yandan, ülkemiz entegre demir çelik fabrikalarının yıllık 11-12 milyon ton demir cevheri ihtiyacına karşılık, yurt içinde 5 milyon ton civarında demir cevheri üretilmektedir.

- Hâlihazırda koklaşabilir kömürün ise yurt içi üretiminin, sektör ihtiyacının sadece yüzde 8 ila 10'unu karşılayabildiği bilinmektedir.

- Demir cevheri ve kömürle ilgili GİTES kapsamında, demir çelik sanayimizin tahrif edilmemiş fiyatlardan, etkin ve sürdürülebilir şekilde cevher ve kömür tedariki için yurtiçinde maden rezervi tespit çalışmaları; lojistik altyapısının geliştirilmesi ve işletilemeyen sorunlu yataklarımızın işletilebilmesi için yüksek maliyetli zenginleştirme tesislerinin kurulması ihtiyacı ön plana çıkmıştır.

- Bu ihtiyaçtan hareketle, yüksek maliyetli yapısı nedeniyle kurulamayan ve uluslararası yükümlülüklerimiz nedeniyle devlet yardımı verilemeyen zenginleştirme tesislerine, yükümlülüklerimize aykırı olmayacak bir şekilde devlet yardımı verilebilmesini teminen yoğun temaslar başlatılmıştır. Örneğin demir çelik ve demir dışı metaller sektöründe enerji maliyetleri nedeniyle, ülkemizde üretimi bulunmayan ya da kıt olan girdilerin (ferroalyaj, elektrot, birincil alüminyum ve rafine bakır) yıllık toplam ithalatı 3-4 milyar dolar arasında seyretmektedir.

- Bu nedenle, bu ürünlerin üretiminde kullanılacak enerji maliyetlerini azaltacak yatırımların teşvik edilmesine yönelik destekler üzerinde çalışılmaktadır.

- Öte yandan, girdi tedarik stratejisinin önemli tespitlerinden biri de yurt içinde üretimi bulunmaması veya yeterli seviyede olmaması nedeniyle, yurt dışı tedarik zorunluluğu bulunan ve bu niteliğinin "fiili imkansızlık" nedeniyle kısa-orta vadede değişmesinin mümkün olmadığı görülen kritik girdilerde yurtdışı yatırım ihtiyacına ilişkindir.

- Demir-çelik ve demir dışı metaller sektörünün girdi tedarikinin etkinleştirilmesi yalnız bu sektörler için değil, bu ürünleri kullanan diğer sektörler açısından da önemlidir. Örneğin, makine ve otomotiv sektörlerinin ana girdisi demir-çelik ürünleridir.

- GİTES çalışmasının bir diğer konusu olan ve beş bin civarında parça içeren otomotiv sanayi girdilerini beş ana grup altında birleştirebiliriz: "motor ve aktarma organları", "metal, sac", "plastik ve enjeksiyon kalıpcılık", "kauçuk", "elektronik ve gömülü yazılım". Ayrıca "Ar-Ge ve test merkezleri" ile "lojistik altyapı" ihtiyaçları da çalışmalarımıza dâhil edilmiştir.

- Motor ve aktarma organları otomobil maliyetlerinin yaklaşık %35-40'ını oluşturmaktadır. Ülkemiz, üretim yetersizliği ve tedarik kaynağı tercihleri nedeniyle, yaklaşık 5 milyar dolar tutarında motor ve aktarma organı ithal etmektedir. Bu konuda geliştirilecek stratejinin temel unsuru, ihracata dönük üretim için ihtiyaç duyulan doğrudan yabancı yatırımların çekilmesidir.

- Metal ve sac konusunda karşılaşılan sorunlar, vasıflı metal, pik ve döküm üretiminde kapasite ve kalitede sıkıntı yaşandığı, rekabetçi fiyat ve termin sorunlarıdır.

- Otomotiv sektörü çalışmalarımız, mühendislik uygulamalarına dönük plastik ve sentetik kauçukta dışa bağımlı olduğumuzu ve bu alanda yatırıma ihtiyaç duyduğumuzu ortaya koymuştur.

- Elektronik ve gömülü yazılım, sektör üretiminde günümüz itibariyle araç maliyeti içinde yüzde 30-35 civarında bir pay alan, teknolojik gelişmelere bağlı olarak

kısa sürede bu payını yüzde 70'ler seviyesine çıkarması beklenen çok önemli bir girdi kalemidir. Bu alanda, Türk elektronik sektörü otomotiv sanayine maalesef neredeyse hiç katkı sağlayamamaktadır.

- İşte bu noktada, savunma sanayindeki mevcut yetkinliğin otomotiv sanayine aktarılması vasıtasıyla Türk elektronik sanayii ile otomotiv sanayii arasındaki işbirliği imkânlarını geliştirmek; bu suretle otomotivde katma değeri büyük ölçüde arttırırken elektronik sanayinin de gelişimine destek olmak amacıyla, ilgili tüm tarafların katılımıyla otomotiv teknoloji platformu (OTEP) bünyesinde bir çalışma grubu kurulmasını sağladık.

- Sonuç olarak, bugüne kadar GİTES çalışmaları çerçevesinde yaklaşık 30 milyar dolarlık ara malı ithalatına ilişkin geniş yelpazede tespitler ve politika önerileri ortaya kondu.

Yaptığımız hesaplamalara göre GİTES kapsamında yapılan çalışmalar sonucunda yurtiçinde yapılacak stratejik yatırımlarla ilk planda demir-çelik hurdalarında 2,5 milyar dolarlık ithalat tasarrufu, enerji maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle ülkemizde üretimi bulunmayan veya kıt olan demir ve demir dışı metallerde (ferro alyaj, elektrot, birincil alüminyum ve rafine bakır) 3-4 milyar dolarlık ithalat tasarrufu ve soğutucularda kullanılan kompresörlerin yurtiçi üretimiyle 400 milyon dolarlık ithalat tasarrufu sağlanabilecektir.

Yeni dönemde ise, GİTES kapsamında ithalat bağımlılığı tespiti yapılan spesifik sektörlerde doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla yurt içi üretimin desteklenmesi, kaynak yetersizliği nedeniyle yurt içinden tedarik edilemeyen ve mutlaka yurt dışından tedarik edilmesi gereken temel girdi alanlarında yurt dışı yatırımlar yoluyla tedarik güvenliğinin sağlanması için yatırım teşvik politikaları ve uygulamaları geliştirilecektir.

Yatırım ve teşvik politikaları alanındaki hedeflediğimiz çalışmalarımız üretim ile dış ticaret hacmimizin genişlemesine, sürdürülebilir ihracat artışının sağlanmasına, dış ticaret açığımızın azaltılmasına ve ekonomik büyümeye daha fazla katkı sağlayacaktır.

Bu noktada yaptığımız iki çalışma bizlere yol gösterecektir. Bunlardan birisi "İl İl Dış Ticaret Potansiyeli", diğeri ise "Küresel Ticarete Türkiye'nin Yeniden Konumlandırılması- Dış Ticarete Yeni Rotalar" çalışmamızdır.

"İl İl Dış Ticaret Potansiyeli" çalışmamızda, illerimizin hangi alanlarda ihracatta öne çıktığını, hangi ülkelerle ihracatta eşleştiğini ortaya koyduk.

Artık illerimizde faaliyet gösteren firmalarımız, hangi ülkelere hangi ürünleri satabileceklerini bilerek ihracat yapacaklar...

"Gözü kapalı değil, el yordamıyla değil" bilimsel verilerle hangi ülkeye, hangi ürünü satabileceklerini, kendi üretimlerinin hangi ülkelerin ithalat talepleri ile eşleştiğini bilerek ihracat yapacaklar.

"Küresel Ticarete Türkiye'nin Yeniden Konumlandırılması-Dış Ticarete Yeni Rotalar" çalışmamızda 73 ülkede 1243 sektörü analiz ettik.²²

Bu çalışmayı yapmamızın sebebi, küresel kriz sonrasında başta ABD olmak üzere ülkelerin "büyüme ve zenginleşme" için ihracat odaklı bir strateji benimsemeleridir. Artık rekabet "ihracat" üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Türkiye olarak dünyanın gittiği rotanın dışında kalmak, oyun dışında kalmak anlamına gelir. Küresel krizi en az hasarla atlatan, krizin "teğet geçtiği" Türkiye ekonomisi kazanımların üzerine kazanım koymak adına, ihracat odaklı bir stratejiyi sürdürmek zorundadır.

Bu çalışmamız da "ihracatımızda hangi ülkelerde potansiyelimiz olduğunu, mevcut ihracat potansiyelimizin ne kadarını kullanabildiğimizi, varolan potansiyelimizi kullandığımızda ihracatımızı ne kadar artırabileceğimiz ortaya koyuldu.

Gördük, mevcut potansiyelimizi tam olarak kullandığımızda ihracatımızı yüzde 30 oranında daha fazla artırabiliyoruz.

²² <http://ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=FFF99179-D8D3-4520B002CA8413FF>

Bu da 127 milyar dolar olan orta vadeli program hedefi dikkate alındığında yaklaşık 40 milyar dolar daha fazla ihracat demektir.

E. İKİLİ, BÖLGESEL VE ÇOK TARAFLI TİCARİ VE EKONOMİK İLİŞKİLER

Dünya ticareti ve ekonomisinin merkezinin batıdan doğuya kaydığı 21. yüzyılda, T.C. Ekonomi Bakanlığı olarak dünya ticareti ve ekonomisinde 2023 yılında ilk 10 içerisinde yer alma hedefimize ulaşmak için "hedefimiz tüm dünyaya" ihracat" sloganıyla hareket edeceğiz.

Küresel kriz döneminde Türkiye'nin dış ticaretini çeşitlendirmesini, yeni ihracat pazarları bulmasını "Türkiye'nin eksenini" kaydı diye tanımlayanlar, dünya ticaretinin "batıdan doğuya" kaydığını göremeyenlerdir.

Türkiye hem yakın coğrafyası, hem de dünyanın diğer bölgeleriyle ticari ilişkilerini geliştirmiş, AB'den kaynaklı ihracat kayıplarını bu strateji sayesinde en aza indirebilmiştir.

Bölgesel işbirliklerinin, komşu ve çevre stratejilerinin ne denli önemli olduğu küresel kriz ortamında da görülmüştür. Bu nedenle, sürdürülebilir ihracat artışı için "Bölgesel İşbirliği ve Rekabet Stratejisi (BİRS)" hayata geçirilecektir.

Strateji; Ekonomi Bakanlığının bugüne kadar benimsediği Afrika Stratejisi, Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi, Amerika Pazara Giriş Stratejisi, Asya ve Latin Amerika ülkelerine yönelik stratejileriyle uyumlu, kapsayıcı ve fakat her bölgede rekabet edeceği farklı ülkelere yönelik farklı amaçlar ve araçlar kullanacağı bütünleşmiş bir program olarak tasarlandı.

İlk etapta iki bölgeyi hedefleyen özel politikalar geliştirmek üzere çalışmalarımıza başlanmıştır.

Bu iki bölge Afrika ülkeleri ve Asya-Pasifik Bölgesi ülkeleridir. Bu çalışmalarımızı Amerika ülkeleri, BDT ülkeleri ve Ortadoğu Ülkeleri izleyecektir.

Tüm bölgesel yaklaşımların esas kaynağı olan çok taraflı ticari ilişkiler de bu çabaların birleştirici unsurudur.

Aslında bu strateji bir "Küresel Rekabet Stratejisi"dir "Strateji Küresel Düşün, Bölgesel Uygula" ilkesinden hareketle oluşturulmuştur. Afrika'ya yönelik bir stratejide ihracat ve yatırım artışı öncelikli hedefimiz olacaktır.

Asya'ya yönelik stratejimizde ticaret dengesizliğinin giderilmesi ve bu bölgeden ülkemize yatırımların çekilmesi politikamızda öncelik oluşturmaktadır.

Bu politikalar "Dış Politika" ile birlikte yürütülecek, Türkiye'nin dış politikada dünya çapında kazandığı saygınlığı dış ticaret ile birleştirerek "Türkiye ekonomisine döviz olarak, ihracat olarak" döndüreceğiz..

BİRS, aynı zamanda çok taraflı ve bölgesel kuruluşlar çerçevesinde ülkemiz tarafından yürütülen strateji ile uyum içinde olacaktır.

Burada temel prensibimiz "karşılıklı kazan kazan" ilkesidir. Değişen dünya dengeleri içerisinde ülkemiz giderek aktif bir rol alırken, aynı zamanda ekonomik, siyasi ve sosyal alanda AB ile bütünleşmesini hızlı bir şekilde sürdürme gayreti ve kararlılığı içindedir. Türkiye'nin hedefi AB üyeliğidir, hem de tam üyelik.

15 yıldır yürüttüğümüz Gümrük Birliği'nin olumlu yönleri kadar tam olarak işlemeyen ve aksayan yönleri de bulunmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı döneminde özellikle bu sorunlara eğilerek, Gümrük Birliği'nin eşit iki ortak arasındaki bir entegrasyonu yansıtması için çalışmalarımıza devam edeceğiz.

AB pazarı da dahil edildiğinde, 2010 yılı itibariyle ihracatımızın % 57'si tercihli rejim çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

STA'ların yarattıkları ihracat artışının yanı sıra, ülkemizin lokomotif hizmet sektörlerinden olan yurtdışı müteahhitlik hizmetleri açısından pazar yaratıcı etkileri gözlenmekte, benzer şekilde, bu ülkelerdeki yatırımları da tetiklediği görülmektedir.

Bu itibarla, önümüzdeki dönemde STA'lar bakımından 2 yönlü bir politika izlenecektir.

Bunlardan ilki, hâlihazırda yürürlükte bulunan STA'ların kapsamlarının genişletilmesi, ikincisi ise Malezya, Güney Kore, gibi Yeni Nesil STA'ların müzakereleri 2011 yılı sonuna kadar tamamlamayı amaçlıyoruz.

Bu müzakerelerin tamamlanması sonrasında, toplamda 2,5 milyar nüfusun yaşadığı ve yaklaşık 17 trilyon dolarlık GSMH'ya sahip ve Türk firmalarının avantajlı koşullarda pazara giriş imkânına sahip olduğu bir STA ağını kurmuş olacağız.

F. SERBEST BÖLGELER, YURTDIŞI YATIRIM VE HİZMETLER

Dünya ekonomilerinde son yıllarda gösterdiği performansla öne çıkan, kriz yönetimiyle örnek ülke olarak gösterilen ve bir çok üniversitede "keys" olarak okutulan Türkiye ekonomisi sadece mal ihracatında değil, hizmet ihracatında da büyük potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır.

İşte bu potansiyelimizi harekete geçirecek yeni enstrümanları bir bir uygulamaya konulmaktadır.

Bu çerçevede, Ekonomi Bakanlığı bünyesinde Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğünün kurulması ile yurt dışı yatırım ve hizmetlerin bütünleştirici bir yaklaşımla koordineli bir biçimde yönetileceğiz.

Ayrıca, yurt içinde yatırımcılara kayda değer imkânlar sağlayan serbest bölge rejimini bir adım daha öteye taşımayı hedefledik.

Yeni nesil serbest bölgeler konseptinde lojistik, taşıt bakım-onarımı, ar-ge, tarım, yatçılık ve sağlık gibi konularda ihtisas serbest bölgeleri kuracağız.

Çok yakın bir zamanda sizinle paylaşacağımız çalışma ile Türkiye için geliştirdiğimiz "ihtisaslaşmış bölge projeksiyonu"muza sizinle paylaşacağız.

Dünyada serbest bölgelerin son dönemdeki evrimini incelediğimizde yalnızca mal ihracatı ya da imalat odaklı bir ihracat anlayışından hızla "hizmet ihracatını konu olan ihtisaslaşmış bölge" anlayışına geçtiğini görmekteyiz.

Bu projeksiyonumuzun hedefi, "ihtisaslaşmış bölge" anlayışı ile bir yandan Türkiye'nin döviz kazanımını artırırken diğer yandan da küresel alanda rekabet edebilen, Türkiye içinden ziyade dış dünya odaklı hizmet sektörleri yaratmaktır.

Sağlık, eğitim, yazılım, lojistik, finans gibi pek çok alanda Türkiye'nin bugün ulaştığı nokta, "ihtisaslaşmış bölge"lerin kurulmasının zamanı geldiğini bize açıkça göstermektedir.

Örneğin Harvard Üniversitesi'nin Global Impact Experience programı kapsamında Türkiye'ye getirdiğimiz ve Ankara ve İstanbul'daki pek çok yazılım firmamız ile görüşmeler gerçekleştiren araştırma ekibi, Türkiye'nin yazılım alanında Silikon Vadisi ile önemli işbirliği imkanlarına sahip olduğunu bize göstermiştir. Bu araştırmacı ekip, ABD'deki Silikon Vadisi'nden profesyonel olarak çalışmış kişilerden oluşmuştur.

Ekibin hazırladığı raporda Türk yazılım sektörünün mevcut kabiliyetleri ile, A.B.D.'de toplam değeri yaklaşık 14 milyar doları bulan "uygulama alanında outsourcing" imkanlarından daha fazla pay alabilecek konumda olduğu net bir şekilde tespit edilmiştir.

Bu noktada raporun bir diğer tespitini de sizinle paylaşmak istiyorum. Proje kapsamında her birinin yıllık cirosu milyar dolarlarla ifade edilen, Silikon Vadisi'nde yerleşik 30 firmanın tepe yöneticileri ile görüşülmüştür. Bu firmaların çok önemli kısmı, Türkiye'de yazılım sektörünün, yazılım firmalarının olduğundan dahi haberdar değildir.

İşte yeni ihtisaslaşmış bölge anlayışımız ile firmalarımızın dış dünya odaklı çalışmasının, diğer ülkelerdeki firmalar ile işbirliği yapmalarının önünü açacağız.

Söz konusu ihtisas serbest bölgelerinin tamamında ihracat ve istihdama önemli katkılarda bulunacak faaliyetler yürütülecektir.

Kurulması planlanan bakım-onarım ihtisas serbest bölgesi, lojistik ihtisas serbest bölgesi ve AR-GE ihtisas serbest bölgesinin özellikle hizmet ihracatı yapacak firmalara ev sahipliği yapacaktır.

İlk aşama olarak Mersin'de kurulması planlanan lojistik, yatçılık, taşıt bakım-onarımı, tarım ihtisas serbest bölgeleri ile Mersin Dış Ticaret Merkezi'nin faaliyete geçtikten sonra bu bölgelerde toplamda 1005 firmanın faaliyet göstereceği, 22.250 kişiye istihdam sağlanacağı ve yaklaşık 15 milyar ABD Doları ticaret hacmi yaratacağını tahmin ediyoruz.

Kurulması planlanan ihtisas serbest bölgeleri arasında yer alan Sağlık ihtisas serbest bölgesinin serbest bölge içinde kullanılacak medikal alet-cihazların, ilaç ve tıbbi malzemelerin Türkiye'den tedarik edilmesi suretiyle Türkiye'nin ihracatına doğrudan katkıda bulunacak, ayrıca serbest bölgede yürütülecek faaliyetler ile hizmet ihracatımız artacak ve "net döviz girdisi" sağlayacaktır.

G. ÜRÜN GÜVENLİĞİ VE DENETİMİ

Bugün dünya ticaretinde öne çıkan faktörlerden biri tüketici tercihleridir. Tüketiciler de artık ürünlerin hangi özellikleri taşıdığını, sağlığa ve can güvenliğine etkilerinin ne olduğunu, hatta çevreye duyarlı olup olmadığını sorgulamaktadır.

Bu nedenle ürün güvenliği ve denetimi "sürdürülebilir ihracat artışının" ön koşuludur.

Bu çerçevede, Türkiye'nin 2023 vizyonu doğrultusunda "Ürün Güvenliği ve Denetim Genel Müdürlüğü" olarak yeniden şekillendirilmiştir.

Bir ekonomide çok üretmek tek başına bir anlam ifade etmez. Doğrusu hem çok üretmek, hem kaliteli üretmek hem de ucuza üretmektir. Tabii bunu yaparken çevreyi ve tarihi tahrip etmemek, negatif dışsal etki yaratmamak kaydıyla...

Bu noktada ürün güvenliği devreye girmektedir. Güvenli ürün; insan sağlığı, can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ve sağlığı, tüketicinin ve çevrenin korunması bakımından asgari şartları taşıyan ürün demektir.

Güvenli olması için bir ürünün ilgili teknik mevzuata ve standartlara uygun üretilmesi ve piyasaya arz edilmesi gerekir.

AB ile kurulan gümrük birliğinin bir sonucu olarak Türkiye AB'nin teknik mevzuatını, akreditasyon, standardizasyon, metroloji ve uygunluk değerlendirme sistemleri ile denetim mekanizmalarını uyumlaştırmıştır.

Unutmamak lazım ki, son yıllara kadar Avrupa'ya ve iç piyasaya farklı ürünler sunulurdu. Ancak artık bir buzdolabı, çamaşır makinesi veya televizyon tek üretim hattında üretilmekte ve ayırım yapılmadan iç ve dış pazara aynı ürün verilmektedir. Böylece farklı üretim hatlarının kalkması sonucu üretim maliyeti düşmekte, uygulama birliği getirilerek haksız rekabet önlenmekte ve başka ülkelere diğer ülkelere ihracat yapma imkanımız artmaktadır.

Burada, üzerinde önemle durulan PGD (Piyasa Gözetim ve Denetimi) alanını biraz daha açmak doğru olur. Piyasa gözetimi ve denetimi ister yerli, ister ithal olsun piyasaya sunulan tüm malların mevzuata uygun ve güvenli olup olmadığının denetim demektir.

Biz inanıyoruz ki etkin bir PGD;

- ✓ Vatandaşa kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlayarak hayat standardını yükseltir,
- ✓ Aynı mevzuatın tüm üretici ve ithalatçılar için uygulanmasını sağlayarak mevzuata uyanları haksız rekabete uğramasını önler,
- ✓ İç piyasada tespit edilen riskli ürünler hakkında bilgi vererek ithalat denetimlerinin etkinliğini artırır,
- ✓ Piyasayı disipline ederek piyasaya olan güveni pekiştirmek ve ekonomik canlılığı teşvik eder,
- ✓ Denetlenen ürünlerin belge ve dosyalarının kontrolü yoluyla ekonomide kayıt-dışı ile mücadeleye katkı verir.

✓ Ürün güvenliği ve PGD, sağlıklı bir ekonomi ve dış ticaret politikasının önemli bir bileşenidir. PGD aynı zamanda "ithalatın da" denetlenmesi anlamına gelmektedir.

Ekonomi Bakanlığı, "üretim-istihdam-ihracat-büyüme" odaklı bir yapılanma ile hizmet verecektir. Bir taraftan ihracatımızı artırırken ve ihraç ürünlerimizi katma değerli bir yapıya dönüştürürken, diğer taraftan da cari açıkla mücadelede önemli görevler yerine getireceğiz.

Sn. Başbakanımız 61.Hükümet Programını TBMM'de okudu ve Ekonomi Bakanlığına çok büyük görevler yükledi.

Bu görevlerin başında cari açık gelmektedir. Türkiye'nin hızlı büyüme dönemlerinde yaşadığı yüksek cari açığın altında bazı yapısal nedenler bulunuyor.

Enerjide dışa bağımlılığın yüzde 74'ler seviyesinde olduğu ülkemizde, petrol ve doğal gazın neredeyse tümü, kömürün ise beşte biri ithal edilmektedir.

Şunu belirtmek isterim ki, petrol fiyatlarında yaşanan 10 dolarlık artış, Türkiye ekonomisine 4 milyar dolar maliyet yükseltmektedir.

Uluslararası enerji fiyatları cari açığımızı doğrudan etkilemektedir.

Cari açığı daha düşük seviyelere indirmek ve enerjide dışa bağımlılığı azaltmak amacıyla, yenilenebilir enerji kaynaklarının enerji arzı içindeki payını artırılacaktır. Nükleer santrallere yönelik çalışmalara devam edilecektir.

Önümüzdeki dönemde başta makine ve otomotiv olmak üzere, demir-çelik, tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon, elektrik ve elektronik ile kimyevi maddeler ihracat stratejimizin lokomotif sektörleri olmaya devam edecektir.

Sektörlerin uluslararası rekabet gücünün ve ülkemizin dünya ölçeğinde pazar payının artırılması, dış ticaret dengesi ve cari dengenin makul seviyelerde tutulması için yönetilebilir dış ticaret politikaları uygulanacaktır.

İthalata bağılı olduğumuz sektörlerde üretim desenimizi değıştirecek, katma değer sağlayacak ve istihdam artıracak yatırımları tespit edildi. Yerli ve yabancı aktörlerle görüşmelerimizi yapıyor. İlk aşamada, yatırım için davet edilebilir potansiyel alanları (motor aktarma organları, paslanmaz çelik, vasıflı çelik, kompresör ve rulman) belirlenmiştir.

2002 yılında toplam ihracatımız içinde doğal kaynağa dayalı ve düşük teknolojili ihracatın payı %63 iken 2010 yılında bu oran %56'ya gerilemiştir.

Buna karşılık orta ve yüksek teknolojinin payı 2002 yılında %37 seviyesinden %44'e yükselmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye'nin ihracatının teknolojik seviyesinde son 8 yılda yaklaşık %20'lik bir artış meydana gelmiştir.

Ne var ki, Türkiye'nin orta ve ileri teknoloji ürün ihracatı milyon dolar olarak yıllar itibariyle artış göstermekle birlikte toplam ihracatımız içindeki payı 2006 yılından itibaren %44 bandında seyretmektedir.

Bu nedenle, katma değeri yüksek, Ar-Ge'ye ağırlık veren bir mevcut ve potansiyel pazarlarında daha nitelikli ürünler satabilen bir üretim desenine kavuşmak için Türkiye'nin Ar-Ge yatırımlarının desteklenerek bu dönüşümü sağlaması gerekmektedir.

Türkiye'nin bir süredir teknolojik olarak aynı düzeyde seyreden ürün ihracatına klasman atlatacak yapı, Ar-Ge yatırımlarıdır.

Ekonomi Bakanlığı,

- Cari açığı azaltıcı politikalar geliştirecek,
- Türkiye'de üretilebilecek ürünlerin ithalatını azaltacak politikalar üretecek,
- Türkiye'nin sanayi üretim deseninin "ihracat odaklı" yapıya dönüşmesini sağlayacak politikaları ortaya koyacak,
- Türkiye'ye doğrudan yabancı yatırımları çekecek politikalar yürütecek

- Türkiye'nin mal ihracatının yanısıra hizmet ihracatının artırılmasını sağlayacak
- Türk firmalarının yurtdışında yatırım yapmasını teşvik edecek, onlara yol gösterecek
- Yatırımcı Avcılığı yaparak, Türkiye'nin ithalatında önemli olan sektörlerin yatırımlarını Türkiye'de gerçekleştirmesini sağlayacak
- Teşvik sistemini dizayn ederek, illerin ihtiyaç duyduğu ve potansiyelleri bulunan alanlara yönlendirmesini sağlayacaktır.

Ekonomi bakanlığı olarak yeni yapımızla ülkemizin pek çok özelliğinin yanına küresel ticarete en önemli aktör olma, "dünyanın tüccarı" olma özelliğini de eklenecektir.

Ekonomi Bakanlığının merkez ve yurtdışı teşkilat yapısı bu hedeflere ulaşmada en önemli destekçimiz olacaktır. İhracatın yurtdışı teşkilat yapısının artacağı düşüncesinden hareketle yurtdışı kadro sayımızı 250'ye çıkardık. Halen yurt dışı teşkilatımız 89 ülke ve 3 uluslararası örgüt nezdinde 137 merkezde toplam 187 kadroyla faaliyet göstermektedir. Yurt dışı teşkilatımızın 250 kadroya ulaşması mümkün hale gelecektir.

BÖLÜM IV. TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİNİN VİZYON 2023 ÇALIŞMASI İLE İLGİLİ AÇIKLAMALARI²³ 1. TİM, 545 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFİ İÇİN STRATEJİSİNİ AÇIKLADI²⁴

TİM başkanı Büyükeşci, stratejik planda 2009-2013 arasına atılım, 2013-1018 arasına yatırım, 2018- 2023 arasında liderlik olarak hedef koyduklarını belirtti.

²³ Bu bölümün alındığı kaynak: <http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-500-milyar-dolar-stratejimiz-ulusal-politika-olmalı.html>

²⁴ TİM 545 milyar dolar ihracat hedefini açıkladı: <http://www.tsv2023.org/pdf/tim-2023.pdf>

Türkiye, 2023 yılında ihracat hedefini 545 milyar dolara çıkardı. Yol haritasının ayrıntılarını paylaşan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 2023 İhracat Stratejisinin 'ulusal' bir politika olması gerektiğine vurgu yaptı.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, Swissotel'de düzenlediği basın toplantısında, "2023 500 Milyar Dolar İhracat Hedefi Stratejik Planı" hakkında bilgi verdi.

Büyükekşi, projeye başlarken değişimi gerçekleştirmek, geleceği tasarlamak vizyonuyla yola çıktıklarını, "4 İ" olarak hedeflediklerinin "isabet 500 milyar dolar, istikbal 2023, istikamet tüm dünya ülkelere ihracat yapmak, ilelebet ihracat" olduğunu belirtti.

Hedeflerinin 2008'de 132 milyar dolar olan ihracatı 2023'te 500 milyar dolara çıkarmak olduğunu ifade eden Büyükekşi, stratejik planda 2009-2013 arasına atılım, 2013-2018 arasına yatırım, 2018-2023 arasında liderlik olarak hedef koyduklarını belirtti.

2.18 STRATEJİK HEDEF BELİRLENDİ

Büyükekşi, her yıl ihracatı ortalama yüzde 12 büyütebilmeleri, dünya ticaretinde binde 8 olan payı 2013'te yüzde 1, 2018'de yüzde 1,25, 2023'te de 1,5'e çıkarabilmeleri halinde 500 milyarlık ihracat hedefine ulaşabileceklerini söyledi.

TİM Başkanı, "Burada 3 önemli konu ortaya koyduk; Biri rekabet gücünü artırmak, ikincisi istihdamı artırmak, üçüncüsü de bölgesel gelişimi temin etmek. Burada 4 perspektifimiz, 10 tane ana odağımız var. 18 tane stratejik hedef koyduk. Bu hedefleri bir yol haritasına yatırdık ve kendimize 72 ölçüt belirledik. Dinamik bir çalışmayla planı her yıl başarı seviyelerine göre yönetip tekrar revize edeceğiz" diye konuştu.

a. İhracatı1 milyar doların üzerindeki ülke sayısı 50'ye çıkacak

Mehmet Büyükekşi, "Şu anda 25 milyar doların üzerinde ihracat yaptığımız ülke yok. 2008 itibariyle 4 ülkeye çıkarmak istiyoruz. Örneğin 1-5 milyar dolar arasında ihracat yaptığımız ülke sayısı şu anda 21. Bunu 50'ye çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

b. Otomotivde hedef 75 milyar dolar

Büyükeksi, 3 alt sektöre ilişkin bilgi verirken de, 2008 yılı ihracatı 17,9 milyar dolar olan otomotiv sektörünün 2023 hedefinin 75 milyar dolar olduğunu belirtti.

Sektörün dünya pazarından aldığı payın yüzde 1,56 olduğunu, 2023'te 2,40 pay almayı planladığını ve sektörün 2000-2008 arasında ortalama yüzde 36,4 büyümesine karşın 2008 - 2023 arasında koyduğu ortalama büyüme oranının yüzde 10 olduğuna dikkati çeken Büyükeksi, otomotiv sektörünün dünyadaki ticaretinin 1,1 trilyon dolar olduğunu, 2023'de de 3,1 trilyon dolar olacağını varsaydıklarını kaydetti. Büyükeksi, sektörün dünya ticaretindeki payının da 1,56'dan 2,40'a çıkacağını öngörülüğünü söyledi.

c. Makine, dünya ticaretinden yüzde 2.63 pay alacak

Mehmet Büyükeksi, makine sektöründe ise 8,6 milyar dolar olan 2008 yılı ihracatının 2023'de 100 milyar dolara çıkarılmasının hedeflendiğini dile getirdi. Sektörün dünya ticaretinden aldığı payın binde 58 olduğunu ve bunu 2,63'e çıkarmayı, Türkiye ihracatındaki payını da 6,9'dan 18,34'e yükseltmeyi hedeflediklerini ifade eden Büyükeksi, sektörün dünyadaki ticaretinin 1,4 trilyon dolar olduğunu, 2023 yılında ise 3,8 trilyon dolar olacağını öngördüklerini kaydetti.

d. Hazırgiyim çitayı 50 milyar dolara koydu

Büyükeksi, hazır giyim sektöründe ise 2008 ihracatının 13,2, 2023 yılı hedefinin 52 milyar dolar olduğunu, sektörün dünya ticaretinden aldığı payın yüzde 3,11'den 2023'de 4,19'a çıkarılmasının hedeflediğini söyledi. Sektörün 2000-2008 arasında ortalama yüzde 10 büyüdüğünü, 2008-2023 arasında da ortalama yüzde 10,3 büyümeyi planladığını belirten Büyükeksi, sektörün ihracattan aldığı payın 2008'de yüzde 13 olduğunu ve bunun 9,54 seviyesinde olmasını öngördüklerini söyledi.

Büyükeksi, sektörler olarak 2023 hedeflerine baktıklarında da, bitkisel ürünler 37,5 milyar, demir çelik 55 milyar, tekstil 20 milyar, kimyevi maddeler 50 milyar, elektrik-elektronik 45 milyar ve yeni sektörler 15 milyar dolar olmak üzere 24 sektör

alt alta konulduğunda toplam 545 milyar dolar bir ihracat hedefi ortaya çıktığını belirtti.

Bu hedefe giderken de 2013'de yüzde 1, 2018'de yüzde 1,15, 2023'de yüzde 1,58, dünya ticaretinden pay almayı hedeflediklerini ifade eden Büyükeksi, sektörler toplamında ihracat rakamlarının 2013'de 167 milyar dolar, 2018'de 293 milyar dolar, 2023'de 545 milyar dolar olarak öngörüldüğünü kaydetti.

e. 24 sektörün hedef pazarları

Büyükeksi, hedef pazarlarla ilgili 24 sektörün tamamının kendisine Rusya'yı hedef pazar olarak seçtiğini, 22 sektörün ABD'yi, 17 sektörün Almanya ve Irak'ı, 16 sektörün de Çin, İngiltere, İran ve Suriye'yi seçtiğini belirtti.

Yeni sektörler olarak uzay, havacılık, savunma sanayi, bilgi ve iletişim sektörleri, tıbbi hassas optik aletler, hastane ekipmanları, yenilenebilir enerji, çevre teknolojileri ve malzeme teknolojilerine dikkati çeken Büyükeksi, bu sektörlerde yaklaşık 15 milyar dolarlık bir ihracat hedeflediklerini kaydetti.

f. Savunma Sanayi İhracatçılar Birliği kurulacak

Türkiye'nin rekabet edebilmesi için orta ve düşük teknolojiden, orta ve yüksek teknolojiye geçmesi gerektiğini belirten TİM Başkanı Büyükeksi, katma değeri yüksek ürünleri üretebilmek için Ar-Ge, inovasyon ve tasarıma önem verilmesi gerektiğini, havacılık, uzay ve savunma sanayine ilişkin ilk adımı atarak önümüzdeki günlerde Savunma Sanayi İhracatçılar Birliğini kuracaklarını bildirdi.

g. Büyükeksi: Strateji 'ulusal' politika olmalı

Büyükeksi, "2023 ihracat stratejisinin bir ulusal politika haline gelmesi, kamu kuruluşlarının 5 yıllık stratejik planlarına 2023 stratejik hedeflerini almaları, 2023 ihracat stratejisini Yüksek Planlama Kurulu'nun gündemine taşımak ve son olarak da ilgili bakanlık ve kamu kuruluşlarının ihracat strateji haritasındaki tanımlı rol ve koordinasyonu için 2023 Strateji ofislerinin ve proje ekiplerinin kurulması gerekiyor" dedi.

BÖLÜM V. EKONOMİK KRİZ BELİRTİSİ OLARAK CARİ AÇIK – BÜYÜME İLİŞKİSİ²⁵

Dünya ekonomisinde son yıllarda yaşanan ve görülme sıklığı giderek artan krizlerin nedenlerine bakıldığında, diğer göstergelerle olan ilgisi ve krizlerin tetikleyici ana unsuru olması nedeniyle cari açık, küresel ekonomide en önemli parametrelerden biri haline gelmiştir.

Çünkü küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sermayenin dolaşımı giderek ön plana çıkmaya başladı.

Dolayısıyla, gerek ülkelerin birbirleriyle, gerekse uluslararası mali kuruluşların ülkelerle olan ilişkilerinde egemen olan anlayış, bu sürece paralel olarak ağırlıkla bir borç/alacak ilişkisi haline geldi.

Bir başka ifadeyle, borç para verenler, ürettiğinden fazla tüketen ülkelere belli bir sınırın üzerine çıkılması halinde tolerans göstermiyor.

Bankalar, kredi müşterisi şirketlere nasıl bakıyorsa, ülkelere de artık benzer ölçülerle bakmaya başladı. Bu tür ürettiğinden fazla harcayan ülkelere yeni borç vermedikleri gibi, verdikleri borçları da geri çağırıyorlar. Bu nedenle cari hesaplardaki açıklar sürdürülemiyor.

Türkiye ekonomisi de cari açık sorunu nedeniyle özellikle 2001 yılından sonra sürekli kriz tehdidini yaşamaktadır.

İktidardaki hükümetler her ne kadar cari açığın büyütülecek kadar olmadığını söyleyip bir süre sonra kabul etmek zorunda kalsalar da, cari açık yıllardır sürekli artan miktarıyla ekonomideki kısa vadede büyük sorun yaşatabilecek birinci tehlike halindedir.

²⁵ÖZBEK, Dr. Orkun. AR&GE BÜLTEN, 2008 SUBAT –EKONOMİ, *Ekonomik Kriz Belirtisi Olarak Cari Açık - Büyüme ilişkisi, İzmir Ticaret Odası Dergisi*

Bu konuda yeterince belirti olmasına karşın, uygulanan ekonomi politikalarına bakıldığında herhangi bir önlem alınmadığı ortadadır. Bunun sonucu, cari açıkların giderek artması gibi büyük tehdidin yaratacağı kriz tehlikesi gün geçtikçe büyümektedir.

Ekonomiye yön verenler eski günleri çabuk unutmuşa benziyor. Çünkü, 1994 ve 2001 yılı krizleri yüksek cari açığa önlem alınmaması sonucu çıktı.

Türkiye'yi 1994 krizine sokan cari açığı. 1993 yılında, 6,4 milyar dolar olan cari açık nedeniyle ülke ekonomisinin ödeme sıkıntısına gireceği düşünülürdü.

2001 krizinin sorumlusu olan cari açık miktarı 2000 yılında yaklaşık 10 milyar dolardı. Benzer şekilde yine, Türkiye bunu finanse edemez diyerek tedirginlik duyuldu ve bunun sonucunda dolar kuru çok yükseldi.

2002'de cari açık 1,5 milyar Dolara indi. 2003-2007 yılı arasındaki 5 yılda her yıl sürekli artarak 115 milyar Dolara ulaştı. Son 5 senede 115 milyar Dolar...

Benzer eğilim 2008 yılının ilk günlerinde de devam ediyor. Hem de artarak... 1994 ve 2001 yıllarındaki krizin baş sorumlusu olarak nitelendirilebilecek cari açık miktarı ve açığın gayri safi milli hasılaya oranına bakacak olursak krizin, istihdam ve üretime yönelik bir büyüme anlayışına geçilmedikten sonra er ya da geç kapımızı çalacağını söylemek gerek.

Üstelik dünya ekonomisindeki gelişmeler, ABD ekonomisindeki mortgage krizi devam ettiği sürece, bu sürenin kısılacığını, beklenmedik bir anda olacağını söylemek abartı olmaz.

ABD'deki krizin Avrupa piyasalarına da yansması, tüm dünyadaki fonların çıktıkları ülkeye geri çağırılacağı bir ortamda umudunu sıcak paraya bağlamış Türkiye'nin krizden en çok etkilenecek ülkeler arasında olacağı da kesin gibi.

Özellikle 2002 yılından başlayarak sürekli artan cari açık miktarından daha ürkütücü olan cari açığın milli gelire oranının da sürekli yükselmesidir.

Üstelik Türkiye'nin büyüme temposunun da görece yüksek olduğu bu yıllardaki oranın giderek artması, büyüme hızında düşmenin öngörüldüğü 2008 ve özelleştirme gelirlerinin ve doğrudan yabancı yatırımların da giderek azalacağını söz konusu olabileceği daha sonraki yıllar için alarma geçmenin gerekliliğini göstermektedir.

Türkiye ekonomisi için daha da kötü olan eğilim, cari açığın büyümeyle olan ilişkisinde yatıyor.

Geçmiş yıllarla kıyaslandığında çok açık görülen bu durum, ekonominin büyüme hızının yüksek olduğu yıllar göz önüne alındığında daha açık bir şekilde izlenebilmektedir.

Karşılaştırmayı yüksek büyüme hızının gerçekleştiği iki dönem arası yıllarda, cari açık/GSMH oranına bakarak yaptığımızda giderek artan bir tehlikenin varlığı yadsınamaz.

Tablo 1: 1990 – 2009 yılları arası büyüme – cari açık²⁶

Yıllar	Büyüme	Cari Açık/GSMH
1990	9,4	-1,7
1997	8,3	-1,4
1984-1999	5,5	-0,4
1990-1999	4,1	-0,8
2000-2009	4,9	-5,9

Yukarıdaki tablolara karşılaştırmalı bakıldığında, son yıllarda Türkiye ekonomisinde büyüme-cari açık ilişkisinin geçmiş yıllara oranla hayli bozulduğu dikkat çekmektedir.

²⁶Kaynak: DPT www.ekonomi.gov.tr/veritabanı

1990'lı yıllar boyunca Türkiye bugünküne göre çok daha düşük miktarda cari açıklar veren bir ekonomiye sahipti. Bu dış açıklar hızlı büyüme yıllarında da devam etti.

1990 ve 1997 yılında sırasıyla 9,4 ve 8,3 oranlarında olan büyüme hızı yıllarında, cari açık/gayri safi milli hasıla oranı yalnızca -1,7 ve -1,4 ile sınırlı kalmıştı.

Aynı karşılaştırmayı 2004 ve 2005 yıllarına bakarak yaptığımızda aradaki fark açıkça görülmektedir. Yine yüksek büyüme hızlarına ulaşılan bu yıllarda cari açık/GSMH oranı ise oldukça yüksek olarak -5,2 ve -6,3 olarak gerçekleşmişti.

1987-90 yıllarında, sermaye hareketleri serbest değilken, yine cari açıklarla karşılaşıyordu ancak o zaman cari açığın GSYH'ya oranı ortalama olarak %2'nin biraz altında gerçekleşiyordu.

Ancak kriz yılı olan 2001 dışında, sürekli artan ve gayri safi milli hasılaya oranı %9'lara ulaşan cari açık oranına şahit oluyoruz.

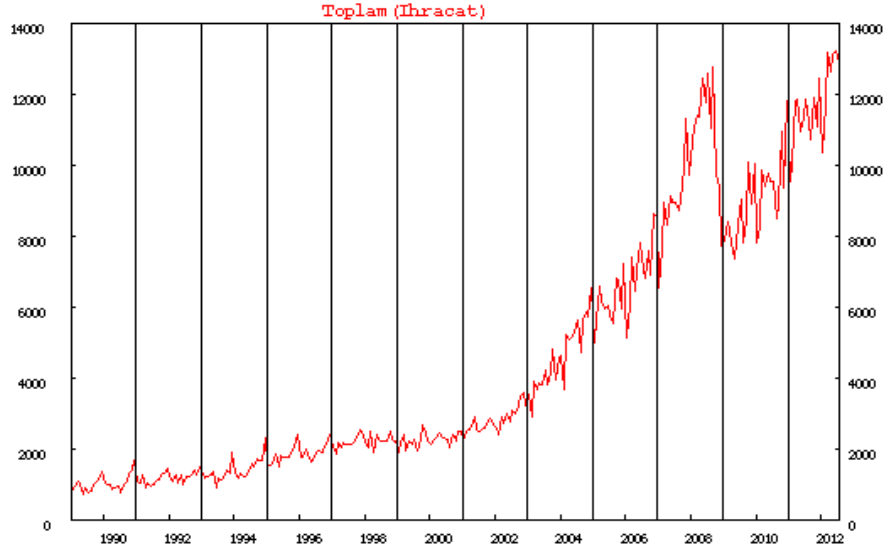
Cari açık tehlikesinin altında yatan en önemli neden Türkiye'nin dış ticaret açığıdır. Türkiye'de sermaye hareketlerindeki kısıtlamanın kaldırıldığı 1990 yılından sonra yani hem sermaye hareketinin hem de dış ticaretin tamamen serbest olduğu yıllarda dış ticaret dengesi de, kriz yılları hariç eskisine nazaran giderek yüksek oranlarda gerçekleşmeye başladı.

Sermaye hareketlerinin serbest olmadığı dönemde dış ticaret açığı, milli gelirin %4'ü civarındaydı.

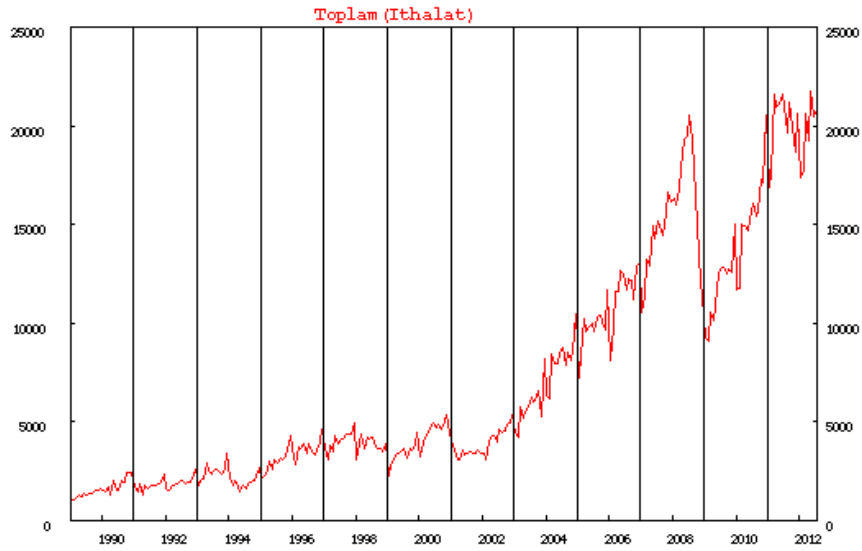
Aynı dönemde cari açığımız o yıllarda %2'nin altında, dış ticaret açığımız %4'ün üstünde gerçekleşiyordu.

Bunun anlamı o dönemde de, ithalatı karşılayacak kadar ihracat yapılamıyordu ve dolayısıyla dış ticaret açığımızın büyüklüğü cari açığın üstünde gerçekleşiyordu. Bu açıdan, bugünkü yapıyla benzerlik gösteriyor.

Grafik 1: 1990 - 2012 arası İhracat²⁷



Grafik 2: 1990 - 2012 arası İthalat²⁸



Dış ticaretin cari açık üzerindeki etkisi, ihracatın ithalatı karşılama oranından kaynaklanıyor. Dış ticaret dengesini olumsuz etkilemesi nedeniyle özellikle ihracatın ithalata olan bağımlılığı aynı zamanda Türkiye'nin büyüme politikasıyla da yakından ilgilidir.

²⁷TCMB Merkez bankası: <http://evds.tcmb.gov.tr/yeni/cbt.html>

²⁸TCMB Merkez bankası: <http://evds.tcmb.gov.tr/yeni/cbt.html>

Ekonominin sürekli büyüdüğüne bakarsak bu dönemin en önemli özelliklerinden birisinin büyümenin sıcak para eksenli dış kaynak girişi ile gerçekleşmesi ve yine GSMH artışının dış ticaretin büyümesi ile paralel seyretmesi olduğu görürüz.

2000'de 9,5 milyar Dolar civarında gerçekleşen dış kaynak girişi sayesinde ekonomi % 6,3 oranında büyüdü.

Ancak bu büyüme aynı zamanda % 4,9'luk cari açığa neden olunca sermaye girişi yerini sermaye kaçışına bıraktı ve 2001'de 14,5 milyar Doları bulan sermaye çıkışı gerçekleşti. Bu kadar büyük oranda sermaye çıkışı 2001'deki % 935 oranında küçülmeyi beraberinde getirdi.

1994 yılından bugüne kadar 13 yılın 3'ünde hatırı sayılır biçimde kriz yaşayan Türkiye'de, oran olarak en büyük küçülme 2001 yılında yaşandı. %9,5'lik küçülme ve yaşanan krizin en büyük tetikleyicisi bir önceki yılın cari açığı ve cari açığın asal finansman şekli olan sıcak paranın ülkeden çıkışıydı.

Aynı eğilimin günümüzde de sürdüğünü görmek bu bakımdan yeterince ders verici olmalıdır.

2003'ten itibaren hızlanan sıcak para girişine 2005 ve 2006'daki özelleştirmeler ve yabancıya banka satışları ile artan doğrudan yabancı sermaye girişi eklendi. Böylece dış kaynak girişi yıllık 43-45 milyar dolar düzeyine çıktı.

Gerek yabancı yatırım gerekse sıcak para olarak gelen bu dış kaynak, ülke içinde yatırımlarının karşılığını gördükçe yani yeterli karı elde ettikçe faiz ve kar transferleri olarak tekrar yurt dışına çıkıyor.

Bunların da 2000 yılından sonra her yıl artarak 6,8 milyar Dolardan 2006 yılında 11 milyar Dolara kadar çıktığı görülmektedir.

Bu durumda Türkiye ekonomisinin büyümeyle ilgili genel görünümü; dış kaynak girişiyle büyüyen, dış kaynak çıkışı ile küçülen bir ekonomi şeklindedir. Böyle bir orantının dış ticaret hacmini de büyüttüğü görülmektedir.

2006 yılında 228 milyar Dolar olarak gerçekleşen dış ticaret hacminin 400 milyar Dolarlık milli gelir içindeki payı % 57'ye ulaşmıştır. Böylece Türkiye cari açıkla ilgili bir kısır döngü içine girmiş görülmektedir.

Dış ticaret büyüdükçe dış açık büyümekte, büyüyen dış açık da cari açığı büyütmektedir. Cari açığın finansmanı ise sürekli olarak sıcak para ve/veya doğrudan yabancı sermaye girişiyle sağlanmaktadır.

Böylece ekonomi uzun süredir bağımlı, riskli ve kırılgan bir yapı özelliği göstermektedir.

Dünya ekonomisi ile entegrasyonu artıran dış ticaret hacminin sadece 2000-2006 döneminde %174 artarak yaklaşık 82 milyar Dolardan 228 milyar Dolara çıktığı görülmektedir. Bu, dış ticaret hacminin dolar bazında yıllık %25 dolayında büyümesi demektir.

2000 yılında milli gelirin %41'i kadar bir dış ticaret hacmi söz konusu iken 2006'ya gelindiğinde, bunun %57'ye çıktığı görülmektedir.

Türkiye, bu dönem içinde dış dünya ile daha çok ticaret yapan, bu anlamda dünya ekonomisine daha çok entegre olan bir ülke görünümünü vermiştir.

Ancak bu entegrasyonun ardında yatan, dış ticaret açıkları, cari açıklar, istikrarsız büyüme yılları ve krize açık kırılgan yapı gibi unsurları gördüğümüzde, dünya ekonomisiyle çok da sağlıklı ve sağlam biçimde entegre olunamadığını görmekteyiz.

Öte yandan artan dış ticaret hacminin içeride işçi ücretlerinin baskılanarak, ithalata bağımlı bir ihracat yapısıyla sağlandığını da eklemek gerekir.

Türkiye ekonomisi 1994, 1999 ve 2001 yıllarında yaşadığı küçülmenin nedenlerini bu dönemde de sürdürmektedir, riskli unsurlardan kurtulamamıştır.

2001 sonrası sağlanan büyümenin ağırlıklı olarak sıcak para, son yıllardaysa buna ek olarak artan yabancı sermayeye dayanmış olması çürük bir zemin üzerinde oturulduğunu göstermektedir.

Sağlanan dış girdilerin sürekliliğinin sağlanması karşılığında yüksek faizler verilmekte, yabancıların en verimli şirketleri alması özendirilmekte, gayrimenkul satışına dayanan gelir elde etme yöntemi ön plana çıkarılmaktadır.

Bu nedenle geçmiş dönemlerdeki krize açık yapının çok değişmediğini akıldan çıkarmadan, büyüme politikasında köklü sayılabilecek değişikliğe gidilmesi zorunluluğu kendini dayatmaktadır.

Çünkü ekonominin olası olumsuz dış konjonktürün de etkisiyle yeni bir krize girmesi, olasılık dışı değildir. Böyle bir durumda Türkiye ekonomisinin 14 yılda 4. bir krizi kaldırarak gücü bulunmayabilir.

Büyüme teorisine göre bu faktörler, tasarruf ve yatırımlarda artış ve, dolayısıyla, sermaye stokunda gelişme; beşerî sermaye seviyesinin yükselmesi; araştırma-geliştirme çabalarının artması ve, dolayısıyla, teknolojinin gelişmesidir. Bir ülke hızlı ilerleyecek ve önündeki ülkeleri yakalayacaksa bu, ancak bahsi geçen bu faktörlerin gelişmesi ile mümkün olabilir.

Türkiye'nin rekabet içinde olduğu ülkelere kıyasla bu üç faktörün ne durumda olduğuna baktık. En büyük sorunun tasarruf ve yatırımlarda olduğunu gördük. Türkiye'nin tasarruf ve yatırım oranları, birkaç ülke dışında, örneklemimizdeki bütün ülkelerin altında, hızlı gelişme gösteren ülkelerin ise çok altında kalmaktadır. Türkiye'nin 2023 yılında dünyanın on büyük ekonomisi arasında olmasına en büyük engel, düşük tasarruf ve yatırım oranlarıdır. Tasarruf ve yatırım oranları dünya standartlarına getirilmelidir.

Türkiye'nin beşerî sermaye seviyesi, yatırım ve tasarruflardaki bu açığı kapatacak düzeyde değildir. 1950'den 2010'a işgücünün ortalama eğitim düzeyinde önemli bir artış olmuştur ama Türkiye işgücünün ortalama eğitimi, hâlâ Hindistan ve Endonezya dışındaki 17 ülkenin altındadır. Daha da kötüsü, gerçi aradaki fark biraz daha azalacaktır, ama 2023 yılında da Türkiye işgücünün eğitim seviyesi, Hindistan ve Endonezya dışındaki ülkelerin altında kalmaya devam edecektir. 2003'ten 2009'a eğitimin kalitesinde bir ilerleme vardır ama eğitimdeki gelişmelerin işgücüne yansması zaman alır. 2023 yılındaki işgücünün eğitim kalitesini anlamak için 2009

yılına ilişkin PISA testleri sonuçlarına baktığımızda, Türkiye'nin eğitim kalitesinin, üç ülke hariç, örneklemimizdeki bütün ülkelerin altında olduğunu görüyoruz. 2023 yılında Türkiye'nin beşerî sermayesi hem almış olduğu eğitim, hem de bu eğitimin kalitesi açısından, rakiplerinin gerisinde olacaktır.

Büyümeyi etkileyen veriler içinde, Türkiye'nin 2023'te ilk on ekonomi arasına girebilmesi açısından en umut vaat edeni, araştırma-geliştirme çabalarıdır. Türkiye, araştırma-geliştirme çabaları açısından, rekabet içinde olduğu ilk 19 ülkeyle arayı hızla kapatmaktadır. Türkiye'nin araştırma-geliştirme harcamalarının GSYİH'ya oranı, 2008 yılında rekabet içinde olduğu 19 ülkenin üçünden ileriye, 2023 yılında yedi ülkeyi geride bırakması beklenebilir. Benzer bir biçimde yerleşiklerce alınan patent sayılarında da çok hızlı bir gelişme görülmektedir. 1963 yılında Türkiye'de yerleşik kişi ve şirketlerce alınan patent sayısı, birkaç ülke hariç tutulmak şartıyla, genel olarak diğer ülkelerin %1'inden bile azken, 2008 yılında ilk 20 içindeki dört ülkenin üzerine çıkmıştır. Eğer alınan patent sayılarındaki gelişmeler 1963-2008 yılları arasındaki hızda devam ederse, 2023 yılında Türkiye'de yerleşiklerce alınan patent sayısının örneklemimizdeki 19 ülkenin onundan daha fazla olması beklenebilir.

Türkiye'nin araştırma-geliştirme çabaları hızlı gelişmektedir ama tasarruf ve eğitimdeki açıkların araştırma geliştirme çabaları ile kapanacağını sanmak da doğru değildir. Tasarruf ve yatırımlardaki açıklar çok yüksektir, beşerî sermayenin seviye ve kalitesi 2023 yılında bile yeterli düzeyde olmayacaktır. Eğer büyüme oranlarında bir değişim olmazsa, araştırma-geliştirme çabaları ancak ilk on ülke arasında olmak isteyen bir ülkenin sahip olması gerektiği kadar olacaktır; daha fazla değil.

Tasarruf ve yatırım oranlarındaki problem bir kenara bırakılırsa, Türkiye'de büyümeyi sağlayan faktörlerin hızla gelişmekte, Türkiye'nin rakipleri ile arasındaki farkın hızla kapanmakta olduğu anlatılmaktadır da denilebilir. Bu hız 2023 yılında Türkiye'yi on büyük ekonomi arasına sokacak kadar yüksek değildir ama 2023 yılının bir sembol olmanın ötesinde de bir önemi yoktur. Temel değişkenlerdeki hızlı gelişme böyle devam ederse ve tasarruf ve yatırımlar dünya standartlarına çıkarılabilirse, 2023'ten kısa bir süre sonra, meselâ 2030'lu yılların başlarında ya da ortalarında, Türkiye'nin on büyük ekonomi arasına girmesi de kaçınılmaz olur.

2030'lu yıllarda Türkiye, GSYİH sıralamasında ilk on ekonomi arasına girer belki ama bu, yine de, ülkenin kalkınmış bir ülke olacağı anlamına gelmeyebilir. 1960'la 2009 arasındaki ortalama büyüme hızlarını kullanarak, kişi başına GSYİH sıralamasındaki ilk 80 ülkenin, 2023 yılındaki kişi başına muhtemel GSYİH'larını hesaplırsak, 2010 yılında 63. sırada olan Türkiye'nin 2023 yılında 65. sıraya, 2033'te de 66. sıraya düşeceğini görürüz. Ülkelerin kişi başına GSYİH sıralamasındaki büyük ilerlemeler kendiliğinden oluşmaz. Siyasî ve iktisadî tercihler gerektirir. Kalkınmaya ve refah seviyesini arttırmaya yönelik iktisat politikaları uzun yıllar sistematik olarak uygulanmazlarsa, ülkeler dünya sıralamalarında gözle görülür sıçramalar yapamazlar.

Tasarruf ve yatırımların dünya standartlarına çıkartılmasının yanı sıra, beşerî sermayenin seviye ve kalitesine yapılacak yatırımlar, araştırma-geliştirme çabalarının teşviki GSYİH'nın daha hızlı gelişmesi için yapılması gerekenler arasındadır. Bu tür politika değişiklikleri, faktörlerin gelişme trendlerinde önemli kırılmalar oluşturur ve böyle olumlu kırılmalara bağlı olarak hem Türkiye'nin ilk on ekonomi arasına girme tarihi daha öne çekilebilir hem de ülkenin kalkınması, refah seviyesinin yükselmesi sağlanabilir.

BÖLÜM VI. 2023'TE TÜRKİYE EKONOMİSİ²⁹

Türkiye ekonomisi Cumhuriyet'in 100. yılında, potansiyelini artırıp ilerleyerek dünya ekonomisinden kopmayacaktır. Ama Bilgi Ekonomisinin gerektirdiği temel politikaları uygulaması kaydıyla bu olacaktır.

Türkiye ekonomisinin 2023'te erişebileceği duruma ve sahip olacağı dinamiklere ilişkin olabildiğince gerçekçi düşünceler ortaya koyma çabasının en büyük yararlarından biri, bu çabanın bize ekonomimizin dünya ekonomisinin ana gelişme mecrasına ne ölçüde yakınsayabileceği hakkında fikir verebilecek olmasıdır. İkincisi de dünyadaki gelişme sürecini güçlü bir biçimde yakalayabilmek için bugünden uygulanması zorunlu politikaların genel çerçevesini ve bu çerçevedeki politikalar izlenmediği takdirde ortaya çıkacak gecikme maliyetinin boyutunu görmemize katkı

²⁹ Işık, Yusuf. *2023'te Türkiye Ekonomisi*, <http://www.uig.gen.tr/dokumanlar/yil-2023te> Türkiye Ekonomisi.pdf

sağlamasıdır. On bir yıl sonrasının durumu kuşkusuz olumludan olumsuzu çok farklı nitelikler taşıyabilecektir. Gelişmelerin bir bölümü Türkiye'nin tek başına etkileyemeyeceği, dünya ekonomisindeki temel eğilimler ya da ani büyük olaylar gibi dışsal nedenlere bağlı olacaktır. Ama çok daha büyük bölümü Türkiye'nin kendi tercih ve uygulamalarından kaynaklanacaktır. Dolayısıyla Türkiye'nin ekonomik geleceği esas olarak kendi elindedir ve bugünden itibaren yapacaklarına ve yapmayacaklarına bağlıdır. Burada dünyadaki ana gelişme eğilimleri ve Türkiye'nin ihtiyaçlarının gerektirdiği politikaların uygulanması durumunda ortaya çıkacağı öngörülen resmin ana çizgi ve renkleri, dolayısıyla yalnızca iyimser seçenek ele alınmaktadır. Ama bu iyimserlik aynı zamanda gerçekçilik sınırları içinde kalmaktadır. Bununla birlikte ortaya konan resim bu politikaların genel nitelikleri ve vurgu noktaları hakkında da ipuçları vermektedir. Diğer taraftan artan bir hızla değişen bir dünyada 11 yıl sonrasına ilişkin bir resmin gerek dünya gerekse Türkiye boyutları bakımından, çizgi ve renkleri belirgin bir resim olarak değil, daha ziyade geniş çerçeveli bir öngörüler eskizi olarak görülmesi gerektiği açıktır.

Türkiye ekonomisi yüksek bir büyüme potansiyeline sahiptir. 2004 yılında yayınlanan bir uluslararası çalışmanın bulgularına göre Türkiye'nin kişi başına GSYİH'sı 2023'e kadar yaklaşık yılda ortalama % 5 artarak, satınalma gücü paritesine göre o yılki AB ortalamasının % 57'sine ulaşabilecektir. 2001 krizi sonrasının, o dönemde alınan geniş kapsamlı önlemlerin ve yapılan düzenlemelerin ve bunların uygulanmasının da etkisiyle gerçekleşen kesintisiz yüksek büyüme süreci kısmen de olsa bu potansiyelin varlığını yansıtmaktadır. Türkiye ekonomisi aynı zamanda yaklaşık 6-7 yıl içinde AB üyeliği için gerekli koşulları yerine getirme potansiyeline sahiptir ve Türkiye 2023'ten önce AB üyesi olabilecektir. Diğer taraftan büyüme ve ekonominin bileşenleri, kuşkusuz erişilen hız ve büyüklük kadar önem taşıyacaktır.

2023'e doğru dünya ekonomisinin Bilgi Ekonomisine dönüşümü çok daha büyük bir yaygınlık, derinlik ve kapsamlı yeni özellikler kazanacaktır. Özellikle temel bilimlerin üretimdeki doğrudan yerinin ileri boyutlara varmasıyla yepyeni olanaklar ve büyük değişiklikler ortaya çıkacaktır. İşlem kapasiteleri bugünkülerin yüzbinlerce katına varacak olan bilgisayarlar hemen her alanda çözüm bulma olanağını olağanüstü ölçüde artıracaktır. Bu kapasitenin nanoteknoloji, genetik ve matematikle bir araya

gelmesiyle hücrenin tamamı modellenerek önemli hastalıklarda yeni etkili tedavilere ve çözümlere ulaşılabilecektir. Diğer taraftan yeni özelliklere sahip bitki türleri elde edilecektir. Enerjide, dünya çapında enerji sorunu çözülmese de, etki alanı geniş yeni çözümler bulunacaktır. Küresel ısınma ve çevre sorunları ciddiyetini koruyacak ama bu alanlardaki bozulmayı sınırlamaya katkı sağlayacak yeni teknolojik gelişmeler gerçekleşecektir.

Bilişimin yeni sınırlara ulaşmasının da katkısıyla makinaların bilişsel, diğer bir deyişle algılama ya da tanıma özelliklerinden yararlanılması alanında sıçrama sağlanacaktır. Örneğin bu olanak belirli koşullarda araştırma faaliyetlerinde hipotez oluşturma ve sınamayı da kapsayabilecektir. Böylece beyin gücünü kullanma boyutu dâhil insanın kapasitesi yeni bir evreye girecektir. İnsanın bilişsel kapasitesi artacaktır. Genelde maddenin biçim ve hareketlerine ilişkin özelliklerinin çok daha büyük bir bölümü kullanılabilir hale gelecektir. Bugünden öngörülemeyen bir bölüm yeni bilimsel ve teknolojik alan ve sıçramalar da ortaya çıkacaktır. Bilim adamlarının çok büyük çoğunluğunun en geç 2023'te hayata geçeceğine inandığı ve bazıları, sağlayacakları olağanüstü olanakların yanı sıra, ciddi potansiyel tehlikeler de taşıyabilecek olan ve dünyada eşitsizliğin artmaya devam etmesi tehlikesi dâhil, etik boyutları unutulmaması gereken bu nitelikteki gelişmeler yalnızca teknik olgular olmayıp, ekonomik ve sosyal gelişmeyi de derinden etkileyecek en önemli sürükleyici faktörler arasında yer almaktadır. Bu süreçte patent alanında sağlık gibi belirli alanlarda daha paylaşıcı uygulamalar da ortaya çıkacak olmakla birlikte dünya ekonomisi büyük ölçüde fikri mülkiyet odaklı bir gelişme yolu izleyecektir.

2023'te Türkiye bu gelişme sürecinin bir parçası olma olanağını yitirmemiş ama bunu başarmak için büyük çabalar harcıyor ve bu doğrultuda, inovasyon ve Ar-Ge alanlarında yapmış olduğu atılımlarla birlikte uluslar arası patent sayısını da artırmaya çalışıyor olacaktır. Dünya araştırma ağ yapılarında daha aktif olarak yer alacaktır. Yatırım/ GSYİH oranı % 25 dolayında seyredecektir. Ülkemiz biyoteknoloji-genomik alanında belirli bir aşamaya gelerek 3000'den fazla endemik, diğer bir ifadeyle yalnızca topraklarımızda var olan ve olağanüstü bir potansiyel değere sahip bulunan bitki türünün bir bölümünü çevreye zarar vermeden değerlendirecektir. Tarımda biyoteknoloji dışındaki modernleşme de bir süredir başlamış ve tarım sektörünün

istihdamdaki payı % 12'nin altına doğru iniyor olacaktır. Gıda sanayisi kişiye özgü beslenme ihtiyaçlarının karşılanmaya başlanması dâhil, sıçrama yapacaktır. Tıp biyoteknolojisi de gelişecektir. Sağlık gereçleri konusunda önemli bir ilerleme sağlanacaktır. Tekstil ve kimya sanayileri nanoteknolojinin de desteğiyle güçlenecektir. Beyaz eşyada ülkemiz Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerinin artırılmasının da etkisiyle dünya pazarlarında ayakta kalarak gelişmeye devam edecektir. Tüketici elektroniğinde, önce müşteri talebini esnek biçimde karşılayabilmenin, sonra da chip tasarımında belirli düzeylere ulaşacak olmanın etkisiyle Türkiye özellikle Avrupa ve bir ölçüde diğer pazarlarda yüksek paylara sahip olacaktır. Otomotivde belirgin bir Ar-Ge ve tasarım kapasitesi de geliştirmiş ve böylece önemli bir üretim merkezi olarak gelişiyor olacaktır. Makine imalat sanayisinde, iliştirilmiş chiplerin kullanımı gibi alanlarda sağlanacak gelişmelerin de katkısıyla, Türkiye yeni ihracat pazarları bulacak, var olduğu pazarlarda genişleyecektir. Kuyumculuk önemli bir ihracat kaynağı oluşturacaktır. Madencilik çevreyi koruma ilkeleri çiğnenmeden gelişecektir. İnşaat sektöründe yurt içi ve dışında uluslar arası ölçekte güçlü kapasiteleri var olacaktır. Gemi yapım sanayisi görece olarak güçlü bir biçimde gelişecektir. Özellikle bu iki sektördeki gelişmeyle bağlantılı olarak yeni malzeme bilimi ve teknolojisinde adımlar atacaktır. Enerjiye yönelik hidrojen teknolojileri belirli bir ölçüde gelişiyor olacaktır. Bilişim alanında gençlerin yazılım faaliyetlerini şirketleşerek geliştirmeleri sonucu uluslar arası düzeyde kayda değer bir pazar payı sağlanacaktır. Aynı zamanda ülkemiz kriptolojideki birikimini daha ileri düzeylere taşıyarak bilişim alanında yaygınlaşan yeni kapasiteler yaratabilecektir. Biyoteknoloji dâhil çeşitli dallardaki bu bilimsel ve teknolojik gelişmelerden savunma-güvenlik alanlarında da yararlanılacaktır. Çevre açısından da benzeri bir gelişme olacaktır. Genelde bilişim ve iletişim altyapıları, eğitim ve bireyi güçlendirme alanlarında belirgin bir etki sağlayacaktır. Türkiye AB Teknoloji Platformları, Ortak Teknoloji Girişimleri ve Çerçeve Programlarına etkili bir biçimde katılacaktır. Bu süreçlerde görece olarak çok sayıda teknolojik danışmanlık şirketi ve atılım sermayesi (Venture Capital) girişimi etkili olacaktır. İleri teknoloji alanında etkili Türk şirketleri teknoloji alanındaki gelişmelere katılabilmek için dünyadaki Silicon Vadisi ya da Bengalore ve Şangay gibi önemli teknoloji üretimi alanlarında da var olacaklardır. Yurt içinde belli başlı bilim ve teknoloji parkları etkin bir konum kazanacaktır. Tüm bu alanlarda gelişmeyi sürdürebilmek için temel

bilimlerde yeni ve kapsamlı atılımlar yapılacak ve moleküler biyoloji, matematik, bilişim ve bilişsel bilimler de en hızlı gelişen alanlar arasında yer alacaktır.

İhracat 2023'e kadar yılda ortalama olarak yaklaşık % 10 oranında artarak 500 Milyar dolara yakın bir düzeye ulaşabilecektir. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY) girişi GSMH'nın yaklaşık yüzde 3'ü düzeyinde seyredebilecektir. Bu yatırımlar yerli şirketler ve sermaye ile teknoloji boyutunu da belirgin bir biçimde içeren ve genelde görece olarak daha dengeli olan ortaklıklar kuracaktır. Türkiye'den yurt dışına DYSY da önemli boyutlara varacaktır. Yurt dışındaki bu DYSY'nda da görece olarak geniş kapsamlı yerli-yabancı şirket ortaklıkları gerçekleşecektir.

Türkiye'nin turizmdeki etkin konumu bu alandaki faaliyetlerin tarih alanını ve farklı mevsimleri de içerecek şekilde çeşitlenmesi ve ileri teknoloji destekli altyapı geliştirme çalışmalarının etkisiyle sürecek ve güçlenecektir. Sağlık turizmi kayda değer boyutlara ulaşacaktır.

Bu gelişmeler ışığında 2023'te o tarihte aynı zamanda AB şirketi de olacak olan ve Kurumsal Şirket Yönetimi alanında da güçlü 30-40 Türk şirketi, yani en kritik faktörlerin büyük bir bölümü açısından ağırlıklı olarak Türkiye kaynaklı sayılacak şirket büyük dünya borsalarında yer alacak, dünyada en az iki Türk firması önemli sektörlerde ileri bir konumda bulunacak ve Türkiye en az iki teknolojide önde olacaktır. En az bir Türk bilim adamı Nobel'in ya da matematik dalındaki Fields madalyasının en azından güçlü adayları arasında yer alacaktır.

Tüm bunlara rağmen Türkiye ekonomisinin 2023 sonrası sürdürülebilir güçlü bir gelişme sağlaması yeterince güvence altına alınmış olmayacaktır. Bunun bir nedeni ülkemizin Bilgi Ekonomisi'ne geç yönelmiş bulunmasıdır. Diğer 2023 dolayında bilimsel ve teknolojik gelişmede daha da altüst edici bir evrenin başlayacak olmasıdır. Tüm dünyayı kapsayacak olan bu etki değişik ölçülerde de olsa tüm AB ülkelerinde önemli sonuçlara yol açacaktır. O dönemde, Kore'nin yanı sıra Hindistan ve Çin'in bu çerçevedeki rekabeti çok daha güçlü bir biçimde hissedilecektir. Özellikle Çin bilim ve teknoloji ve genelde Bilgi Ekonomisi alanında da dünya çapında ileri düzeylere varıyor olacaktır. Dolayısıyla özellikle Türkiye gibi ülkeler için tüm bu alanlarda ve

genelde makroekonomik ve mikroekonomik politikalar konusunda sağlam, öngörülü, yaratıcı kararların alınması tüm hassasiyetini koruyacaktır.

Türkiye'nin 2023'e kadar Euro Alanı'na da girmiş olması beklenmelidir. Bununla birlikte özellikle AB çerçevesinde makroekonomik politikalarda hem istikrar hem de büyümeye yeterince ağırlık veren bir eşgüdüm sağlanması önemini koruyacaktır. Aynı zamanda Türkiye ekonomisi genelde IMF ile Stand-By niteliğinde anlaşmalar yapma gereğini ortadan kaldıran bir sağlamlık düzeyi ve yönetim yapısına kavuşmuş olacaktır. Ülkemizin standartlar vb alanlara ilişkin uluslar üstü karar mekanizmalarındaki yeri gelişecektir. Türkiye bir taraftan AB üyesi olarak ekonomisini güçlendirirken diğer taraftan da özellikle Kafkaslar, Orta Asya ve Orta Doğu'da olmak üzere bir bölümünde tarihi ve kültürel bağlarının da etkili olacağı sıkı ekonomik ilişkiler kuracaktır. Euro'ya geçilmesinin de etkisiyle İstanbul bu bölgede büyük bir finans merkezi olacaktır. Türkiye, enerji koridoru ve bir ölçüde enerji terminali özelliğinin yanı sıra, Batı Avrupa-Çin güzergâhındaki ulaşımdan da önemli yararlar sağlayacaktır. ABD, Çin, Hindistan ve Rusya ile ekonomik ilişkileri teknolojik boyutu da içerecek şekilde yoğunlaşacaktır. Diğer taraftan Türkiye'nin o dönemdeki gelişmişlik düzeyine göre de görece olarak yüksek sayılacak bir düzeyde dış yardım sağlaması ve dünyada kalkınma ve kurumsallaşma sürecine katkıda bulunması beklenmelidir.

Ekonomik gelişmenin temel amacı toplumsal refah olmalıdır. Dolayısıyla 2023'te ulaşılabilecek ekonomik büyüklükler ancak toplumsal refahı artırıyorlarsa anlam taşıyacaktır. Bu da sosyal ve kültürel alanlarda kapsamlı ve yaygın gelişmeler gerektirmektedir. Bu sağlanmadan özellikle Bilgi Ekonomisi çağında ekonomik gelişme de sürdürülemez. 2023'te AB üyeliğine rağmen sosyal alanda karşı karşıya bulunulan durum ekonomik alana oranla çok daha zorlu olacaktır. Eğitimde, önümüzdeki kısa süre içinde ciddi bir atılım yapılacağı varsayımıyla, yeni kuşaklar için uluslararası sertifikasyon, akreditasyon ve kızların katılımı alanlarında gelişme sağlanacak ama daha önceki kuşaklar büyük sorunlar yaşayacaktır. Bu sorunlar başta kadınlar için olmak üzere istihdama da yansıtacaktır. O tarihte Türk işgücününün diğer AB ülkelerinde çalışma olanağı bulunması beklenir ama buna rağmen daha önceki kuşakların kalifikasyon eksikliğinden kaynaklanan sorunlar sürecektir. Bu nedenle

2023'te çalışma çağındaki nüfusun toplam nüfusa oranı pozitif kalmaya devam edecek olmakla birlikte işsizlik yeterince düşük olmayacaktır. Sosyal güvenlik alanında daha önceki dönemlerden gelen açıkların olumsuz etkisi hissedilmeye devam edecektir. Sağlık alanında ileri tedavi kapasiteleri artacak ama bu kapasitelerin kullanımı, dolayısıyla eşitlik açısından aynı ölçüde gelişmeyecektir. Bölgelerarası eşitsizlik ise, ekonomik faaliyetlerin diğer AB üyesi ülkelerin KOBİ'lerinin de katılımıyla ülkenin büyük bölümüne yayılması sonucu görece olarak azalacaktır. Ayrıca bir bölümü ileri teknoloji olan rekabet kutupları ek istihdam ve ihracat sağlayacaktır. Türkiye'ye göç baskısı olacaktır.

Geçmişte ve bugün gelişmeyi kısıtlayan şu kritik faktörler daha az ölçüde de olsa 2023'te de etkili olmaya devam eden faktörler arasında yer alacaktır: kayıt dışı faaliyetlerin yüksekliği; yetersiz kurallılık; başta kamu kesiminde olmak üzere liyakata dayalı görev dağılımı bakımından belirgin yetersizlik; sürekli yenilenme ve öğrenmede geride kalmak; sosyal gelişme düzeyinin, özellikle de eğitim alanında nitelik ve yaygınlık açısından AB ortalamasına göre belirgin ölçüde geride kalması; geleceği yeterince tasarlayamamak; birlikte karar alma yeteneğinin zayıflığı; özel sektördeki de dâhil olmak üzere, hiyerarşik yönetim yapılarının katılığı ve siyaset-rant ilişkisinin varlığını sürdüren unsurları. Dolayısıyla 2023'te, AB üyeliğinin ve dünya ekonomisindeki yoğun rekabetin gerektirdiği sosyal gelişme ve yönetim yapıları alanında kayda değer yetersizlikler var olacaktır. Bu ve diğer kısıtlar 2023'e ilişkin iyimser seçeneği geçersiz kılmamaktadır. Uluslararası deneyimler de bu yaklaşımı doğrulayan örnekler içermektedir. Örneğin bugün başarılı bir gelişme süreci yakalamış olan İspanya'nın birkaç on yıl önceki ekonomik yapıları ile Türkiye'ninkiler arasında önemli benzerlikler bulunmaktadır. .

Sonuç olarak, Bilgi Ekonomisinin gerektirdiği temel politikaların uygulanması kaydıyla Türkiye ekonomisi var olan potansiyelini kullanarak Cumhuriyet'in 100. yılında dünya ekonomisinin ana gelişme sürecinden kopmadan ilerleyebilecektir. Bunu yaparken aynı zamanda küresel Bilgi Ekonomisi sürecinin 2023'ten sonraki on yıllarında başarılı olmak için ihtiyaç duyacağı yapı ve özellikleri de üretebilecektir. Dünyanın bugünkü gelişme sürecinde Türkiye'de gerek Bilgi Ekonomisi politikalarının uygulanmaması gerekse ekonomik, sosyal ve siyasi krizlere yol açacak tutumlar

alınması ise bütün bu umut verici geleceği geri dönülmesi neredeyse olanaksız bir biçimde tehlikeye atacaktır. Dolayısıyla Türkiye bu seçeneklersen birincisini hayata geçirmeyi başarmak zorundadır.³⁰

BÖLÜM VII. 2023 HEDEFLERİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE TURİZM³¹

Türkiye'nin 2023 hedefi; “çağdaş muasır medeniyet seviyesine” erişmek, dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmak, kişi başına geliri 25 bin dolara çıkarmak, 500 milyar dolar ihracat gerçekleştirmek, daha zengin, daha güçlü, demokrasisi güçlenmiş, dünya ekonomi ve politiğinde etkin rol oynayan bir ülke haline gelmektir.

Bu hedefe ulaşmada da “**Ekonomi Bakanlığı**” “**Çıpa**” görevini üstlenecektir.

Türkiye'nin büyümesi, zenginleşmesi ancak “**ihracat**”la mümkündür. Bu hedefe ulaşmak adına, Türkiye sanayisinin üretim yapısının ihracat odaklı yapıya dönüştürülmesinin elzem olduğu ortaya çıkmış bulunmaktadır.

Bu düşünceden hareketle küresel kriz sonrasında Türkiye ekonomisinin ihracat odaklı yapılması için yasal ve zihinsel altyapı hazırlıkları tamamlanmıştır.

“**İhracata Dönük Üretim Stratejisi**” sonrasında “**İhracata Dönük Üretim Stratejisi Değerlendirme Kurulu**” oluşturuldu.

Yurtdışı teşkilatı güçlendirilerek, **ticaret müşavirlerimiz**in, kadro sayısı 250'ye çıkarıldı.

Ülke Masaları oluşturularak “ülkelerin ithalatları” derinlemesine analiz edildi

Girdi Tedarik Stratejisi ile hangi girdilerin yabancı ve/veya yerli kaynaklarla ikame edilebileceği, üretimi gerçekleştirilebilecek ürünler tespit edildi.

³⁰İşık Y. (2007). 2023'te Türkiye Ekonomisi (www.10aralik.org)

³¹Turizm Çevre ve Şehircilik 2023, tsv2023

http://www.tasam.org/Files/pdf/sektorler/TSV2023_sektor_08_turizm.cevre.sehircilik.pdf

“**İl İl Dış Ticaret Potansiyeli**” çalışması ile 81 ilimizin daha nitelikli ihracat ürünleri üretebilecekleri ortaya kondu. İhracat seferberliğine önümüzdeki dönemde illerimizin bu potansiyeli daha fazla katkı sağlayacaktır.

“**Küresel Ticarete Türkiye’nin Yeniden Konumlandırılması: Dış Ticarete Yeni Rotalar**” çalışması ile 73 ülkede 1243 sektör Türkiye’nin rekabetçiliği anlamında analiz edildi.

Ekonomi Bakanlığı bünyesinde, ihracat, üretim ve yatırım zincirinin tek bir çatı altında toplanması, bu yapının ihracat teşviklerine ilave olarak yatırım teşviklerinden de sorumlu olması Türkiye’ye doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının getirilmesinde anahtar rolü üstlenmiş bulunmaktadır.

Bu çerçevede, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Ekonomi Bakanlığı’na dönüştürülmüş, Hazine Müsteşarlığı’ndan da Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü ile Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü Ekonomi Bakanlığı’na bağlanmıştır. Ayrıca, döviz getirici hizmetler ve yurt dışı yatırımların sorumluluğu da Ekonomi Bakanlığı’na verilmiştir.

Ekonomi Bakanlığı bünyesinde **Serbest Bölgelerin** yeni bir anlayışla yapılandırılması Türkiye’yi yatırım cazibe merkezi haline getirecektir. Yabancı yatırımcıların Türkiye’ye çekilmesi anlamında **Başbakanlık Yatırım, Destek ve Tanıtım Ajansı** ile birlikte uygulamaya başlanmış olan “**yatırımcı avcılığı**”, Türkiye ekonomisine üretim, istihdam, ihracat olarak yansıtacaktır.³²

2023'te Türkiye Nerede Olmalı?

Gelelim Türkiye'ye. Aslında geleceğe umut ve heyecanla bakılması, büyük iddia ve hayallerin gerçekleştirilebilmesi için yeterli irade, kaynak ve potansiyel ülkemizde mevcut. İş, büyük ölçüde yağ, un ve şekerin uygun kıvamda "helva"ya dönüştürülmesinde düğümleniyor. Kişi başına gelirimiz hayli düşük olsa da; satın alma gücü paritesine göre GSMH toplamı sıralamasında ilk yirmi ülke arasındayız dünyada. Üstelik kayıt dışı ekonomi bu hesaba dahil değil.

³²<http://ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=FFF99179-D8D3-4520B002CA8413FF>

Ekilebilir arazi büyüklüğü bakımından, dünyanın 10'uncu ülkesiyiz. Toplam nüfus açısından ise dünya 17'incisi. Şimdilik Batıyı telaşlandıran "yaşlanan nüfus" korkusu henüz bize sirayet etmedi. 1990 ile 2030 arası dönemde OECD nüfusu içinde yaşlıların oranı neredeyse iki kat artarak yüzde 13'ten yüzde 22,5'a yükselecek; Avrupa'nın iyi yetişmiş genç emek ve beyin gücü Türkiye kaynaklı olabilir.

Öncelikle mevcut durumumuza ve büyüme potansiyelimize bakalım. Türkiye gelirin sağladığı refahta dünya çapında bir kıyaslama yapma imkânı veren satın alma gücü paritesine göre dünyanın 17'inci büyük ekonomisi oldu.

Milli Gelir Projeksiyonu

1980-1995 döneminde kişi başına gelirdeki artış hızımız yüzde 2'de kaldı! Son 20 yıldır kişi başına gelirden mühim bir artış sağlanamadı. 1950 yılında Türkiye, Yunanistan ve İspanya'da kişi başına gelir hemen hemen aynıydı. Güney Kore ise bizden geriydi. 1994 yılına gelindiğinde kişi başına düşen gelir Yunanistan ve İspanya'da 5 kattan fazla, G.Kore'de ise 9 kat arttı. Ya Türkiye'de? Sadece 3.3 kat. Bazı yıllar ekonomimiz yüzde 8 büyüyor, ertesi yıl eksi yüzde 10-11 küçülüyor. Ani ateş, ani soğuma gibi sağlıksız bir büyüme bu.

Şimdi Ankara Sanayi Odası Projeksiyonuna bir bakalım: Eğer Türkiye ekonomisi 2023 yılına kadar her yıl yüzde 3 büyürse, 2023'te kişi başına gelirimiz 6 bin dolar olacak. Fakat büyüme hızı her yıl yüzde 6ya yükselirse gelir 11 bin 631 doları bulacak. Büyüme hızını yüzde 8'e çıkarabilirsek, kişi başına gelirimiz 2023 yılında 17 bin 878 dolar olabilecek. Bu projeksiyonda örnek alman ülkeler boş durmayacağına göre, onların büyüme hızı yüzde 2 alınsa mesela, Türkiye'de her yıl yüzde 6 büyümüş olsa, 2023 yılında ancak bugünkü Yunanistan ve Portekiz'in seviyesini yakalayacak Türkiye. ASO'nun projeksiyonuna göre ülkemizde büyüme hızı yüzde 5'e ulaşabilirse (süren, istikrarlı biçimde) 2023'te yine ancak bugünkü İtalya'nın seviyesine ulaşılacak. Yani çok çalışmamız lazım.

Hedef 1 trilyon dolar milli gelir olmalı

Yüksek büyümenin ne kadar önemli olduğunu görüyoruz. O açıdan Türkiye hedef ve stratejilerini buna göre belirlemek zorunda. Önümüzdeki 20 yıl içinde 1

trilyon doları aşan milli gelir, 200-250 milyar dolar ihracatla toplam 500 milyar dolar dış ticaret hacmi, 100 milyar dolar turizm geliri olan bir Türkiye hedeflenmeli. Dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girebilen bir ülke olmalıyız. O halde ne yapılması gerekiyor? Teknoloji, yatırım, istihdam ayaklarından olan üçgeni sağlam oluşturmak ve Bermuda şeytan üçgeninden (döviz-faiz-borsa) sıyrılmak. Bunun için de üretim, yatırım, ihracat ve istihdamın önündeki engellerin kaldırılması gerekir.

İnsan Sermayesi, Teknoloji ve Sürdürülebilir Kalkınmaya Yatırım

2023'e giden yolu açmaya bizden sonraki kuşaklar devam edeceklerinden çocuklara, gençlere yatırım aslında" kendimizin ve ülkenin geleceğine yatırımdır. Bu konuda kamu ve özel kaynak tahsisinde hiç bir fedakârlıktan kaçınılmamalıdır. Getirişi maliyeti ile ölçülemeyecek kadar yüksektir. Teknoloji geliştirip üretmeden günümüz dünyasında ekonomik ve siyasi üstünlük kazanılamaz. Dahası, kalkınmanın, gelecek nesillerin ekolojik bakımdan dengeli, kirlenmenin asgariye indirileceği yer küremizde yaşama hakkını ellerinden almayacak şekilde, çevre dostu üretim teknikleri ve politikaları çerçevesinde yürütülmesi de gerekiyor. Ülkemizin gıda, su ve enerji ikmal güvenliğinin sağlanması öncelikli hedefler arasına katılmalıdır.

2023 stratejik hedefi olan sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı, bir çerçeve stratejidir. Bu strateji ile sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşılabilecektir.

Türkiye'nin 2023 turizm, çevre ve şehirleşme vizyonu; zengin doğal, tarihi, kültürel ve insan kaynaklarını koruyan ve sürdürülebilir kılan, yenilik ve teknoloji ile bütünleştiren, rekabet gücüne sahip, bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltan, yaşam kalitesi yükselen bir ülke olabilmektir.

Sürdürülebilir kalkınma stratejisinin temel amacı; 2023 vizyonundan ödün vermeden ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye düşürmeden bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını karşılayan bir kalkınma modeli oluşturmaktır.

Sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde, sürdürülebilir şehirleşme, sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir bir turizm için ulusal, bölgesel ve yerel gelişme politikaları konusunda siyasi bir tartışma başlatmak ve ulusal düzeyde gerekli tüm gerekli çerçeveleri oluşturmaktır.

Bunun için öncelikle mevcut durum saptanarak, ülkedeki sürdürülebilirlik çalışmaları değerlendirilerek, çevresel sorunların analizi yapılarak ve 2023 yılı vizyonunun sürdürülebilir kalkınma açısından ele alınması gerekmektedir.³³

GELECEK VİZYONU

➤ Türkiye'nin 2023 yılına kadar, sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılması ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması,

➤ Turizmde ucuz ürün yerine, ülke, bölge, nokta bazında markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak rekabetin arttırılması,

➤ Turizm ürünlerinin çeşitlendirilerek, sezonun bütün bir yıla yayılıp yurtiçi ve yurtdışındaki pazarlarda etkin olarak tanıtılması,

➤ Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirlerine entegrasyonunu sağlayarak farklı sektörel kullanımlarla (sağlık ve termal doğa turizmi gibi) turizm odaklı turizm kentlerinin oluşturulması,

➤ Yöresel mimari değerlerin korunarak sıra dışı konaklama ünitelerinin hizmete sunulması ve desteklenmesi

➤ Hedef kitleye yönelik ürünlerin ön plana çıkarılması ile teknolojik gelişmelerden yararlanılarak, uluslararası iş birliğini de güçlendirerek, uluslararası turizm pazarında halen 10. sırada olan ülkemizin, turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk 5 ülke arasında yerini alması ve uluslararası bir marka haline getirilmesi,

➤ Artan nüfusa ve gelişen sanayiye paralel olarak, planlı, sağlıklı ve yüksek yaşam kalitesi sunan, çağdaş standartlara uygun altyapılarla kurulmuş ve sürdürülebilir kentlerin oluşturulması,

³³ 2023'te Türkiye Ekonomisi Nerede Olmalı: <http://www.ekodialog.com/Makaleler/2023-Turkiye-Ekonomisi.html>

➤ İnşaat ve altyapı sektöründe kazandığı tecrübe ile uluslararası platformlarda rekabet etmesi,

➤ Vatandaşlarının tümüne; temel eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlerinin sağlandığı bir sisteme sahip, refah düzeyi yüksek, sağlıklı bir çevrede yaşayan, doğal kaynaklarını sürdürülebilir yüksek teknolojiyle kullanabilen, temiz içme ve kullanma suyuna ulaşabilen, nüfus artış hızını kontrol edebilen, uluslararası hukuk ile uyumlu hale gelmiş, yönetimin her aşamasında yurttaşlarının aktif katılımını sağlamış, yasal çevre yönetim araçlarını akılcı biçimde düzenlemiş ve uygulamaya koymuş, lider bir ülke konumuna getirmek.

HEDEFLER

a) Turizm sektörünün gelişimi için Türkiye imajı oluşturulması ve Uluslararası ve ulusal pazarlarda markalaşmaya gidilmesi,

b) Ekonomik gelişimi destekleyen, toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm için planlama yaklaşımı ortaya konması,

c) Turizm pazarında alternatif turizme dayalı ürünler araştırılarak bölgesel ve yerel bazda kapasite artırımına gidilerek bu değerlerin uluslararası ve ulusal pazarda tanıtımı ve pazarlanması,

d) Turizm potansiyeli olan bölgelerde alt yapı eksikliklerinin tamamlanarak bir an önce turizme açılması, hedeflenen gelire ulaşılması,

e) Tarihi ve kültürel mirasın korunarak gelecek nesillere aktarılması,

f) Biyolojik çeşitliliğin, doğal kaynakların korunup toplumsal yarara dönüştürülmesi,

g) Sürdürülebilir Kalkınma kavramı çerçevesinde hava, deniz ve toprak kirliliğinin önlenmesine ve kontrolüne yönelik teknolojilerin geliştirilerek yaygınlaştırılması, temiz üretim teknolojilerinin kullanılması, yatırımcıların teşvik edilmesi,

h) Her tür evsel ve sanayi atıklarının çevre koruma ilkeleri kapsamında yönetilmesini sağlayan bir yönetim anlayışına sahip hizmet altyapısı için gerekli tüm donanım ve tesislerin geliştirilmesi, katı atıkların geri kazanımına ve tehlikeli atıkların giderilme-sine yönelik teknolojilerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,

i) Doğal kaynaklarının sürdürülebilir kullanımının sağlanmasına yönelik teknolojilerin ve çevre dostu alternatif enerji kaynaklarının geliştirilerek yaygınlaştırılması,

j) Refah düzeyi yüksek ve yeşille bütünleşmiş bir çevre yaratılması, kentsel çevreye öncelik veren yerel kapasitelerin güçlendirilmesi,

k) Entegre ve dengeli bir kentsel gelişmenin sağlanması, kent yerleşimlerinde enerji gereksinimlerinin azaltılması, tüm nüfusun güvenli içme suyu ve temel atık sistemine erişiminin sağlanması ve yenilenebilir enerji ve ulaşım sistemlerinin yaygınlaştırılması,

l) Katma değeri yüksek, ileri teknoloji ve inovasyonu ön plana çıkaran, doğal kaynakları verimli kullanabilen projelerin gerçekleştirilmesi,

m) Sürdürülebilir nitelikteki inşaat teknolojilerinin kullanılması, depreme dayanıklı yapı ve altyapı üretilmesi, mevcut yapıların güçlendirilmesi ve rehabilitasyonunun sağlanması,

n) Bilim ve teknoloji alanında, uluslararası düzeyde söz sahibi olmuş, genç nüfusunun esnek, hızlı ve özgün çözüm üretebilme yeteneğinden yararlanılması,

o) Yapı sistem teknolojisini depreme dayanıklı ve denetlenebilir hale getirerek sektörde uluslararası standartların yakalanması, yeni ürün, hizmet, uygulama ve yaklaşımların hayata geçirilmesi,

p) Acil durum yönetimi konusunda kurumsal ve yasal yapının oluşturulması, doğal ve teknolojik afetler için çevresel risk değerlendirmelerinin tamamlanması, ülkenin tamamında yerleşik acil müdahale ekiplerinin kurulması, uluslararası işbirliği ağına dahil, meteorolojik erken uyarı ve deprem uyarı sistemlerinin kurulup geliştirilmesi,

ÇALIŞMA ALANLARI

1. Yeniden yapılanma çerçevesinde Turizm Politikalarının öncelikleri, kaynakları ve araçlarıyla birlikte belirlenmesi, Türkiye'nin turizm politikaların türevleri olan turizmin çeşitlendirilmesi, turizmin ekonomik ve sosyal yararlarının dengeli dağılımı için oluşturulacak projelerin geliştirilmesi,

2. Sürdürülebilir kalkınma anlayışının uygulanabilmesinde; her düzeydeki her yönetim kademesinin, şehirlerin geleceğinden sorumlu olduğu anlayışından hareketle, toplumsal açıdan kilit aktörler olan ve merkezi yönetim birimleri dışında yer alan yerel yönetimler, kalkınma ajansları, hükümet dışı kuruluşlar, sivil toplum örgütleri, özel sektör temsilcileri, parlamenterler, akademisyenler ve sendikalar ağırlıklı olarak yer almalı, önemli roller üstlenmeli ve bu sürece aktif bir şekilde katılmalıdırlar.

3. Turizmin kalitesini ve rekabet gücünü, çevre, doğal ve kültürel kaliteyi de göz önünde tutarak yeni projelerin hazırlanıp geliştirilmesi,

4. Turizm faaliyetlerinin, zamansal, mevsimsel ve coğrafi dağılımının geliştirilmesi, tatil dönemlerinin yaygınlaştırılması, kitle turizmine alternatifler bulunması ve yeni tatil yöreleri ve çeşitlerinin geliştirilmesi, - Sağlık Turizmi ve Termal Turizm - İnanç Turizmi - Kış Turizmi - Golf Turizmi - Deniz Turizmi (Limanlar) - Eko Turizmi (Doğa Amaçlı) -Yayla Turizm Merkezleri- trekking , çadırli kamp, yamaç paraşütü, dağcılık, mağaracılık, bisiklet, sörf, safari - Fuar ve Kongre Turizmi.

5. Turizm sektöründe örgütlenme yapısının gözden geçirilmesi, sektördeki devlet-özel sektör dengesi ve iş bölümünün yeniden değerlendirilmesi,

6. Turistlerin daha iyi bilgilendirilmeleri ve tüketici olarak korunmaları, turizmle ilgili sorunların çözümü için bir danışma ve işbirliği mekanizmasının geliştirilmesi,

7. Mali araçların ve yapısal fonların daha etkin kullanılması, turizm için yasal ve finansal çerçevelerin hazırlanıp geliştirilmesi,

8. Turizm sektörünün çalışma şartlarının iyileştirilmesi,

9. Ülkeler arasındaki bilgi alışverişinin güncellenip, geliştirilmesi.

10. Doğal, tarihi ve kültürel mirasın korunması ve etkin yönetimi, Kentsel Dönüşüm Projeleri (Dinamik, Cazip ve Rekabetçi Kentler), Kalkınma Planları - İmar Planları - Bölgesel Planlama ve Kentsel Planlama, Kamu altyapı yatırımları ve alternatif finans yöntemleri, Teknoloji ve AR-GE / Bilgi Yönetimi, Mimarlık-Arkeoloji – Restorasyon.

11. İç turizmin de canlandırılarak sadece deniz yada kıyı olan yerlerde değil tarihi ve doğal güzellikleri olan yerlere de turist çekilmesi gerekmektedir.

Tablo 2: En Büyük Ekonomiler 2009 – 2012 (GSYH, milyar \$)

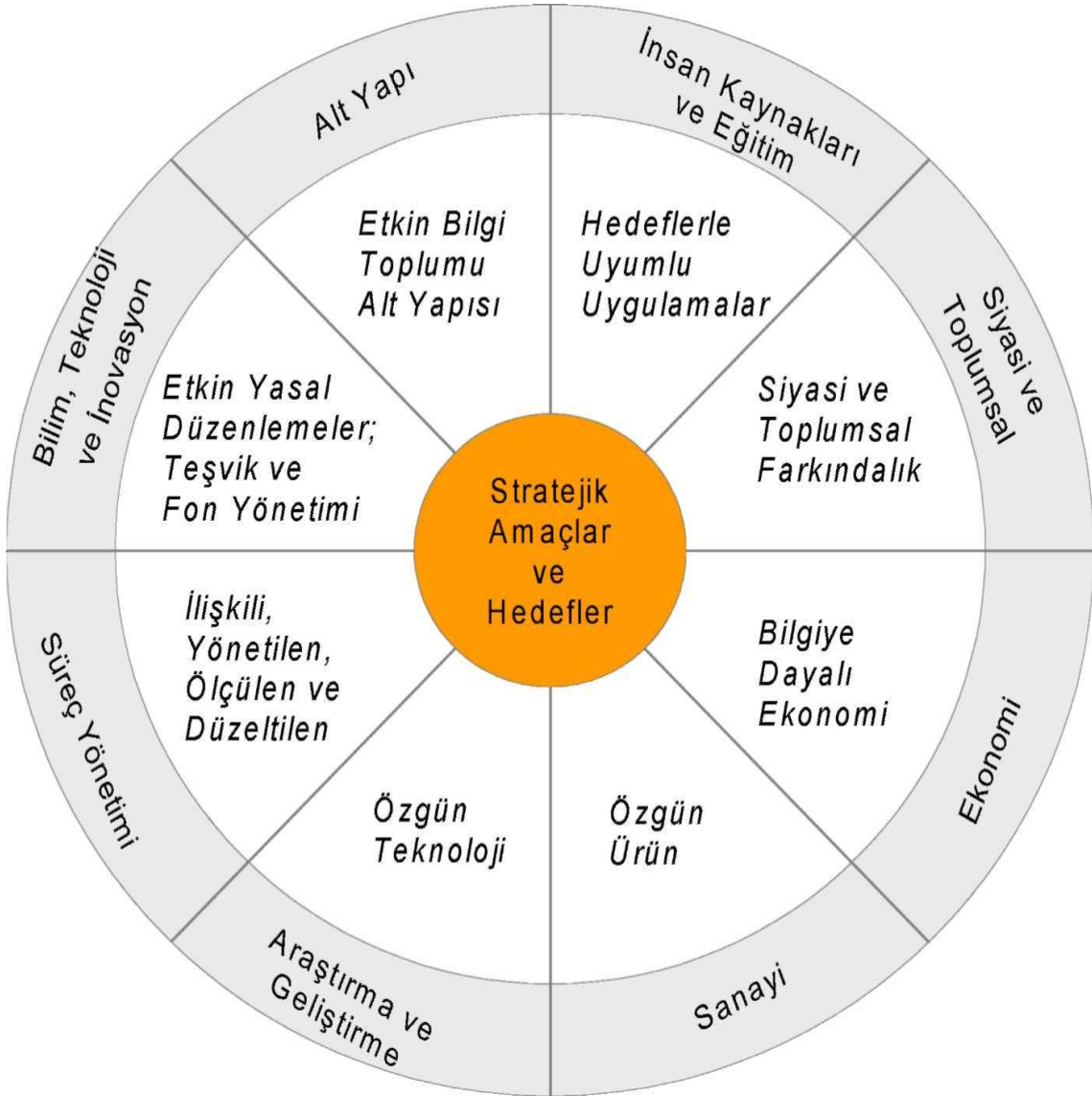
	ÜLKE	2009	2010	2011	2012
1	Katar	77.567,6	88.221,5	102.943,3	106.284,0
2	Lüksemburg	77.363,5	78.906,3	80.119,1	79.649,5
3	Singapur	49.880,4	56.708,2	59.711,2	61.047,0
4	Norveç	51.928,6	52.164,8	53.470,7	54.479,1
5	Brunei	47.796,5	48.621,4	49.384,4	50.440,0
6	Hong Kong	42.878,2	46.128,0	49.137,5	50.716,1
7	ABD	45.348,5	46.900,4	48.386,7	49.601,4
8	BAE	46.733,8	46.298,9	48.157,8	48.434,6
9	İsviçre	40.611,2	41.942,0	43.369,7	44.016,0
64	Meksika	13.247,9	13.932,3	14.609,8	15.177,5
65	Türkiye	12.199,3	13.275,4	14.517,4	14.853,0
66	Panama	11.885,4	12.706,4	14.096,7	15.082,0
69	Bulgaristan	12.668,1	12.965,1	13.597,4	14.020,6
70	İran	12.050,8	12.721,6	13.053,4	13.071,6
182	Suriye	4.886,1	5.040,5	veri yok	veri yok
183	Tuvalu	3.269,1	3.240,1	veri yok	veri yok

Kaynak: IMF, World Economic Outlook Veritabanı, Nisan 2012. (Veriler tahmin. Türkiye için 2010 yılı sonrası tahmin içermektedir.)

Tablo 3: Ekonomik tahminler 2023

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

Grafik 3



Tablo4 En büyük ekonomiler	Cari fiyatlarla GSYH, milyon TL	Cari fiyatlarla GSYH, milyon \$	Sabit Fiyatlarla GSYH	Gelişme hızı, %	Nüfus, milyon kişi	Cari fiyatlarla kişi başına GSYH, TL	Cari fiyatlarla kişi başına GSYH, \$
1998	70.203	270.947	70.203		62,464	1.124	4.338
1999	104.596	247.544	67.841	-3,36%	63,364	1.651	3.907
2000	166.658	265.384	72.436	6,77%	64,252	2.594	4.130
2001	240.224	196.736	68.309	-5,70%	65,133	3.688	3.021
2002	350.476	230.494	72.520	6,16%	66,008	5.310	3.492
2003	454.781	304.901	76.338	5,26%	66,873	6.801	4.559
2004	559.033	390.387	83.486	9,36%	67,723	8.255	5.764
2005	648.932	481.497	90.500	8,40%	68,566	9.464	7.022
2006	758.391	526.429	96.738	6,89%	69,395	10.929	7.586
2007	843.178	648.754	101.255	4,67%	70,215	12.009	9.240
2008	950.534	742.094	101.922	0,66%	71,095	13.370	10.438
2009	952.559	616.703	97.003	-4,83%	72,050	13.221	8.559
2010	1.098.799	731.608	105.886	9,16%	73,003	15.051	10.022
2011	1.294.893	772.298	114.874	8,49%	73,950	17.510	10.444
2012*	1.424.001	821.713	119.469	4,00%	74,885	19.016	10.973
2013*	1.572.167	888.180	125.442	5,00%	75,811	20.738	11.716
2014*	1.733.314	952.056	131.715	5,00%	76,707	22.597	12.412
2015**	1.874.579	1.041.433	135.666	3%	77,601	24.157	13.420
2016**	2.027.357	1.126.310	139.736	3%	78,478	25.833	14.352
2017**	2.192.587	1.218.104	143.928	3%	79,337	27.636	15.354
2018**	2.371.283	1.317.379	148.246	3%	80,173	29.577	16.432
2019**	2.564.542	1.424.746	152.693	3%	80,983	31.668	17.593
2020**	2.773.552	1.540.862	157.274	3%	81,778	33.916	18.842
2021**	2.999.597	1.666.443	161.992	3%	82,558	36.333	20.185
2022**	3.244.064	1.802.258	166.852	3%	83,328	38.931	21.628
2023**	3.508.455	1.949.142	171.858	3%	84,053	41.741	23.189

Grafik 4: Teknolojik mükemmellik

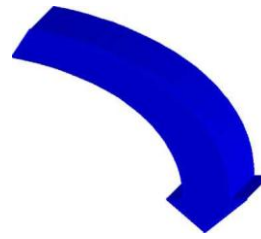


Grafik 5: Kritik refah döngüsü

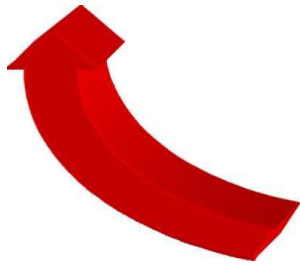
Artan Teknoloji Geliştirme Çalışmaları

Artan teknoloji geliştirme çabaları

Artan rekabet gücü



KRİTİK REFAH DÖNGÜSÜ



Artan Toplumsal Refah

Artan Pazar Payı

2023'TE 25 BİN DOLAR GELİR HAYAL DEĞİL, AMA...³⁴

Arada kesintiler olmuş olsa da 1980'lerden beri Türkiye ekonomisi büyük bir yapısal değişimle birlikte büyüdü. 1975 yılında kişi başına gelirimiz (cari fiyatlarla) 1.500 dolardı, bugün ise yaklaşık 10.500 dolar.³⁵ 2023 hedefleriyle iktisadi büyümenin sürdürülmesi amaçlanıyor. Peki, daha fazla büyüerek Türkiye'de yaşayanları gerçekten zenginleştirebilecek miyiz? Refahlarımızı, yaşam standartlarımızı iyileştirebilecek miyiz? Büyümenin her zaman kalkınmaya yol açmayabileceğinin farkında mıyız? 2023 hedefleri, özünde Türkiye'yi gelişmiş ekonomiler ligine sokmayı amaçlıyor. Bu amaca ulaşabilmek için iktisadi politikaların tek başına yeterli olmayacağını unutmamamız gerekiyor. 1980'lerden bugüne izlenen politikalarından farklı olarak, Türkiye'de yaşayanların refahlarını, özgürlüklerini, sağlıklarını, eğitimlerini iyileştirmeye, fırsat eşitliğini sağlamaya ve bunlar için gerekli sosyal ve siyasal reformları yapmaya ihtiyacımız var.

Kişi başına 10 bin dolar gelire ulaşmamızı sağlayan, nüfusu köyden kente, istihdamı ise tarımdan imalata kaydırmayı başaran iktisat politikalarıydı. Bu politikalarla ulaşılacak büyümenin sınırına ulaştık. 2023'te 25 bin dolar gelire ulaşabilmek ve gelişmiş ülkeler ligine katılabilmek için farklı politikalara ihtiyacımız var.

İnsana yatırım yapmamız ve kapsayıcı kurumları inşa etmemiz gerekiyor. Bu Türkiye'ye özgü bir durum değil. Ünlü iktisatçı Dani Rodrik, artık büyüme mucizelerinin gerçekleşmesinin çok zor olduğunu belirttiği yazısında, küresel ekonomide ve imalat sanayinde meydana gelen değişiklikler nedeniyle iktisadi büyümenin insan sermayesi, kurumlar ve yönetim alanlarında yapılacak iyileştirmelerle mümkün olduğunu söylüyor.

2023 hedefleri değerlendirildiğinde şu sonuçlar ortaya çıkıyor.

³⁴Bu bölümün alındığı kaynak : **Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV)**N. Emrah AYDINONAT, 2023'TE 25 Bin Dolar Gelir Hayal Değil Ama..Değerlendirme Notu: Ağustos 2012 N201245 <http://www.tepav.org.tr/kose-yazisi/s/3291>

- 2023'te en büyük 10 ekonomiden biri olabilmek için %4'ün *üzerinde* bir büyüme performansı sergilememiz gerekiyor. Tam olarak ne kadar büyümemiz gerektiği, ilk 20 ekonomi sıralamasında üzerimizde yer alan ülkelerin büyüme performansına bağlı. Rakiplerimiz hızlı büyüdüğü takdirde 2023'e kadar her yıl %5-7 büyüsek bile ilk 10 hedefine ulaşamayabiliriz.

- Kişi başına 25 bin dolar gelir hedefi hem daha anlamlı bir hedef, hem de bu hedefimize ulaşabilmek için diğer ekonomilerle yarışmamız gerekmiyor. Türkiye'yi orta gelir tuzağından çıkaracak reformları yaptığımız ve böylece %4 veya daha hızlı bir büyüme performansı yakaladığımız takdirde, 25 bin dolar hedefine ulaşmamız mümkün. Ancak, bunu yapabilmek için çok çalışmamız gerekiyor. Reform listemiz kabarık.

- Toplam gelirimizi ve kişi başına düşen gelirimizi arttırmaya çalışırken, kalkınma hedeflerini gözden kaçırmamamız gerekiyor. Gelir artışının her zaman kalkınmaya yol açmadığını unutmamamız gelir hedeflerimize ulaşmamız açısından da önemli, çünkü kalkınma konusunda sağlanan ilerlemeler büyüme performansına da katkı yapıyor. Tabii siyasal reformların bu işin önemli bir parçası olduğunu da unutmamız gerekiyor.

Özetle, 2023'te kişi başına 25 bin dolar gelir hayal değil. Kesintisiz %4 büyüme ile, yani sabit fiyatlarla gayri safi yurtiçi hasılamızı (GSYH'mizi) her sene %4 arttırarak, bu hedefe ulaşmamız mümkün. Ancak, bunu yapabilmek için sosyal, siyasal ve iktisadi reformlara ihtiyacımız var. 25 bin dolar hedefi için çok çalışmamız ve kalkınmayı unutmamamız gerekiyor.

2011 yılı için Dünya Bankası ve IMF verilerine baktığımızda Türkiye'nin nominal GSYH büyüklüğüne göre dünyanın 18. büyük ekonomisi olduğunu görüyoruz. Satın alma gücü paritesine göre yapılan hesaplamalara göre ise Türkiye 16. sıradadır.

Tablo 5: En Büyük Ekonomiler 2009 – 2012 (GSYH, milyar \$)

	ÜLKE	2009	2010	2011	2012
1	ABD	13.938,925	14.526,550	15.094,025	15.609,697
2	Japonya	5.035,141	5.488,424	5.869,471	5.980,997
3	Çin	4.990,526	5.930,393	7.298,147	7.991,738
4	Almanya	3.307,197	3.286,451	3.577,031	3.478,772
5	Fransa	2.631,919	2.562,759	2.776,324	2.712,026
6	B. Krallık	2.180,654	2.263,099	2.417,570	2.452,689
7	İtalya	2.116,627	2.060,887	2.198,730	2.066,934
8	Brezilya	1.622,311	2.142,926	2.492,908	2.449,760
9	İspanya	1.459,416	1.395,019	1.493,513	1.397,776
10	Kanada	1.337,577	1.577,040	1.736,869	1.804,575
11	Hindistan	1.253,979	1.597,945	1.676,143	1.779,279
12	Rusya	1.222,693	1.487,293	1.850,401	2.021,896
13	Avustralya	991,852	1.245,305	1.488,221	1.585,964
14	Meksika	881,838	1.035,400	1.154,784	1.207,820
15	GüneyKore	834,060	1.014,890	1.116,247	1.163,532
16	Hollanda	795,937	780,719	840,433	802,070
17	Türkiye	614,417	734,587	778,089	817,298
18	Endonezya	538,701	708,352	845,680	928,274
19	İsviçre	492,261	527,920	636,059	620,903
20	Belçika	474,105	470,222	513,396	496,767

Gayri Safi Milli Hasıla, cari fiyatlarla, milyon Dolar Kaynak: IMF, World Economic Outlook Veritabanı, Nisan 2012. (2010 sonrası veriler tahmin içermektedir.)

Tablo 1, IMF *World Economic Outlook* veritabanındaki son verilere göre 2009-2012 için en büyük 20 ekonomiyi listeliyor. Türkiye, 2009 ve 2010'da 17., 2011'de ise 18. büyük ekonomi. IMF tahminlerine göre Türkiye'nin 2012'de 17. sırada olması bekleniyor.

Hükümetin 2012-2014 orta vadeli programına (OVP'ye) göre 2012 yılında 821 milyar dolar gelire ulaşmayı hedefliyoruz.³⁶ Bu hedef IMF tahmininden biraz daha iyimser ama gelin OVP hedeflerine ulaşacağımızı varsayalım. Eğer OVP hedeflerini tutturursak, 2014 yılında 952 milyar dolarlık bir gelire ulaşacağız.

³⁶[http://www.ekonomi.gov.tr/DocObjects/View/13482/Temel Makroekonomik ve Mali Hedefler 2012-2014.pdf](http://www.ekonomi.gov.tr/DocObjects/View/13482/Temel%20Makroekonomik%20ve%20Mali%20Hedefler%202012-2014.pdf)

%4 BÜYÜME İLE 2023'TE 2.126 MİLYAR DOLAR GELİR!

2023'te ilk 10 ekonomi arasına nasıl girebileceğimizi değerlendirebilmek için dört farklı senaryoyu ele alalım. Bu senaryolar için bazı varsayımlar yapmamız gerekiyor. Varsayımlarımız şöyle:

(1) 2012-14 OVP hedeflerini tutturuyoruz.

(2) 2014-2023 arasında dolar kurunun (OVP'de de varsayıldığı gibi) 1,8 civarında olacağını düşünelim.

(3) 2014-2023 arasında GSYH deflatörünün (OVP'de de varsayıldığı gibi) %5 civarında seyredeceğini kabul edelim.

Tabii bunlar iyimser varsayımlar, Avrupa'da ciddi bir kriz bu varsayımların tutmamasına neden olabilir. Burada 2023 hedefine bu koşullar altında ne zaman ve nasıl ulaşabileceğimizi değerlendireceğiz. Koşullar güçleşirse hedeflere ulaşmamız da güçleşecektir. Şimdi dört farklı senaryoya bakalım. İlgili tabloları ekte bulabilirsiniz.

- Birinci senaryo: Türkiye kesintisiz bir biçimde %2 büyüyor (sabit fiyatlarla GSYH'sini her sene %2 artırıyor). Eğer %2'lik bir büyüme performansı ile devam edersek 2023 yılında 1.785 milyar dolar gelire ulaşabiliriz. Bu, diğer ülkelerin hiç büyümediği varsayımı altında, 2023'te Hindistan'ı geçip 11. büyük ekonomi olarak sıralamadaki yerimizi alacağımız anlamına geliyor.

- İkinci senaryo: Türkiye 2023'e kadar kesintisiz bir biçimde %3 büyümeyi başarabilirse, 2023 yılında 1.949 milyar dolar gelire ulaşacaktır. Yani, eğer diğer ülkeler hiç ama hiç büyümemezse 2023 yılında Kanada'yı geçip dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmamızın önünde hiçbir engel yoktur (Tablo 10).

- Üçüncü senaryo: Eğer Türkiye, %3,5'lik bir büyüme performansı yakalarsa, 2023 yılında 2.035 milyar dolar gelire ulaşacaktır. Eğer diğer ekonomiler büyümemezse, sıralamada İtalya'nın yerini alıp 2023'te 8. büyük ekonomi olabiliriz.

- Dördüncü senaryo: Eğer aynı varsayımlar altında kesintisiz bir biçimde %4 büyümeyi başarabilirsek, 2023 yılında 2.126 milyar dolar gelire ulaşabiliriz. Eğer bunu

başarabilirsek, yine İtalya'yı da geçip, dünyanın en büyük 8. ekonomisi olabiliriz. Tabii diğer ekonomilerin hiç ama hiç büyümediği varsayımıyla

- Maalesef, en büyük ekonomiler sıralamasında üzerimizde yer alan ekonomilerin hiç büyümeyeceği varsayımı gerçekçi bir varsayım değil.³⁷ Daha gerçekçi bir senaryo için diğer ülkelerin de büyüyeceğini varsayan IMF projeksiyonlarına bakabiliriz.

Tablo 6:En Büyük Ekonomiler, 2017 (GSYH, milyar \$)

	Ülke	2017
1	ABD	19.704,590
2	Çin	12.713,864
3	Japonya	6.695,692
4	Almanya	3.893,038
5	Brezilya	3.267,904
6	Fransa	3.197,995
7	B.Krallık	3.167,533
8	Rusya	3.105,810
9	Hindistan	2.906,487
10	İtalya	2.248,397
11	Kanada	2.140,621
12	Avustralya	1.932,001
13	Endonezya	1.811,606
14	Güney Kore	1.644,682
15	İspanya	1.590,617
16	Meksika	1.567,710
17	Türkiye	1.258,651

Görüldüğü gibi, diğer ekonomilerin de büyümesi durumunda Türkiye'nin en büyük ekonomiler sıralamasındaki yeri pek değişmiyor. Ülkemizi *toplam gelir* sıralamasında yukarı taşımanın temel yolu toplam gelirimizi, dolayısıyla da üretimimizi arttırmaktır. Ancak, sadece bu yeterli olmayacaktır çünkü sıralamadaki diğer ülkeler de gelirlerini arttıracaktır. Dolayısıyla, gelirimizi sıralamada üzerimizde yer alan Endonezya, Kanada, Güney Kore, Meksika, İtalya ve Fransa gibi ülkelere daha fazla arttırmamız gerekecektir.

Kaynak: IMF, World Economic Outlook Veritabanı, Nisan 2012.

Bu demek oluyor ki, 2023 yılında ilk 10 hedefine ulaşmak istiyorsak, diğer ekonomilerden daha hızlı büyümeliyiz. Yukarıda yaptığımız hesaplardan da anlaşılacağı üzere, 2023'e kadar ortalama %4'ün *üzerinde* bir büyüme performansı yakalamalıyız. Başka bir biçimde ifade edersek, %4'lük bir büyüme performansı ile bile 2023'te ilk 10 ekonomiden biri olmamız zor. Eğer gerçekten ilk 10 ekonomiden biri olmak istiyorsak %4'ün *üzerinde* -rakiplerimizin performansına bağlı olarak %5-7 büyümek zorundayız.

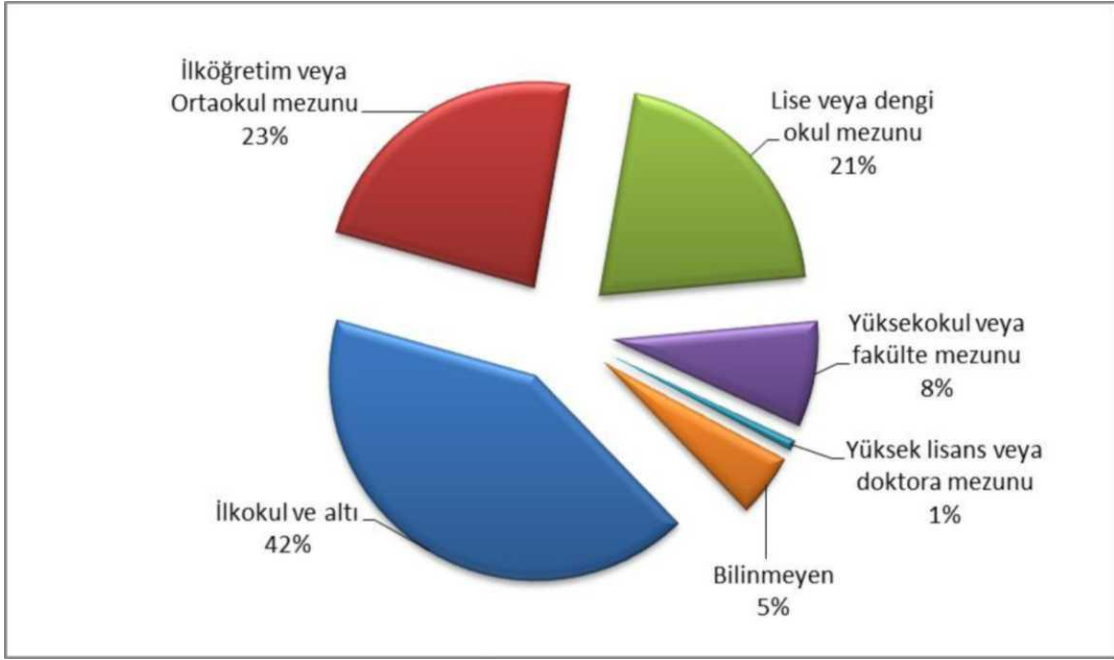
RAKİPLERİMİZE GÖRE EĞİTİM SEVİYEMİZ VE VERİMLİLİĞİMİZ DÜŞÜK

Tablo 7: Nüfusun ekonomiye katkısı

	Ülkeler	Nominal GSYH (Milyon \$)	Yaş Ortalaması	Çalışan Başına üretim (Bin \$)	Ortalama eğitim yılı	Kadınların işgücüne katılım oranı (%)
1	ABD	14,582,400	36.9	104.9	12.4	58
2	Çin	5,878,629	35.5	7.9	7.5	67
3	Japonya	5,497,813	44.8	87.9	11.5	48
4	Almanya	3,309,669	44.9	85.4	12.2	53
5	Fransa	2,560,002	39.9	99.5	10.4	51
6	İngiltere	2,246,079	40.0	77.6	9.5	55
7	Brezilya	2,087,890	29.3	94.8	7.2	60
8	İtalya	2,051,412	43.5	89.7	9.7	38
9	Hindistan	1,729,010	26.2	4.1	4.4	33
10	Kanada	1,574,052	41.0	92.4	11.5	63
11	Rusya	1,479,819	38.7	21.2	8.8	58
12	İspanya	1,407,405	40.5	76.3	10.4	49
13	Meksika	1,039,662	27.1	23.7	8.7	43
14	GüneyKore	1,014,483	38.4	42.6	11.6	50
15	Avustralya	924,843	37.7	82.2	9.8	58
16	Hollanda	783,413	41.1	91.1	11.2	60
17	Türkiye	735,264	28.5	32.5	6.5	24
18	Endonezya	706,558	28.2	6.5	5.7	52
19	İsviçre	523,772	41.7	113.4	10.3	61
20	Polonya	468,585	38.5	31.3	10.0	46

Tablo 8'ün ikinci sütunu Türkiye'nin genç nüfus avantajını gösteriyor. Eğer genç nüfus avantajımızı iyi kullanabilirsek, 2023'te ilk 10 ekonomiden biri olabiliriz. Ne var ki, rakiplerimizin çoğundan daha genç bir nüfusa sahip olmamıza rağmen, nüfusumuzun eğitim düzeyi çok düşük. Türkiye'de ortalama eğitim süresi maalesef 6,5 yıl. Eğer Endonezya'yı dışarıda bırakırsak ilk 20 içindeki en düşük eğitim düzeyine sahibiz. Türkiye'de 15 üstü yaş grubunun eğitim düzeyine baktığımızda çok da iç açıcı bir tablo ile karşılaşmıyoruz. Aşağıdaki grafik durumu özetliyor. 15 yaşından büyük kişilerin %42'si ilköğretim ve altında eğitim düzeyine sahip.

Grafik 6: Nüfusun Eğitim Durumu



Kaynak: TÜİK www.tuik.gov.tr/ veri tabanı

Eğitim düzeyleri arasındaki fark başka verilere bakınca da kendini gösteriyor. Örneğin, çalışan başına üretim verilerine baktığımızda, Türkiye'nin 10'daki ülkelerin ancak üçte biri kadar verimli olduğunu görüyoruz. Esen Çağlar'ın belirttiği gibi, Türkiye'de bir çalışan yılda 30 bin dolarlık katma değer üretirken, ilk 10'da yer alan ekonomilerde çalışan başına üretim 80-100 bin dolar düzeyinde. Sonuç olarak, ilk 10 ekonomiden biri olmak istiyorsak, çalışan başına üretim düzeyimizi arttırmak için çalışmamız gerekiyor. Bunu yapmadan rakiplerimizden hızlı büyümemizin mümkün olmadığı çok açıktır.

Tablo 7'ün son sütunu ilk 10'a girebilmek için yapmamız gereken bir başka şeye dikkat çekiyor. Kadınların işgücüne katılımı açısından baktığımızda Türkiye ilk 20 ekonomi arasında sonuncu sırada. İlk 10 hedefine ulaşmak için kadınların işgücüne katılmasını sağlamamız gerektiği de çok açıktır.

Tabii ki yapabileceğimiz karşılaştırmalar bunlarla sınırlı değil. Başka verileri karşılaştırdığımızda da karşımıza benzer bir tablo çıkıyor. Örneğin, yüksek teknoloji ürünlerin üretim ve ihracat içindeki payına baktığımızda Türkiye'nin rakiplerine göre

gerilerde kaldığını görüyoruz.³⁸ İlk 10 ekonomi arasına girebilmek için rakiplerimize büyüme avantajı sağlayan alanlarda onlarla yarışabiliyor olmamız gerekiyor. Evet, her şeye rağmen dünyanın 10 büyük ekonomisinden biri olmamız mümkün. Ancak, görülen o ki dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmayı başarabilmemiz için eğitim, istihdam (özellikle de kadın istihdamı) ve verimlilik gibi pek çok alanda reformlar yapmamız gerekiyor. Tabii eğer ilk 10'a girebilmek için tek ve yegâne planımız nüfusumuzu arttırmak değilse!

KİŞİ BAŞINA 25 BİN DOLAR GELİR HEDEFİNE ODAKLANMALIYIZ

İktisatçılar kişi başına gelir artışıyla ilgilenirler çünkü refah artışı sağlamanın birinci adımının kişi başına geliri arttırmak olduğunu düşünürler. Bu varsayım genellikle (ama *her zaman değil*) doğrudur. Eğer bireylerin gelirleri artarsa genellikle (ama *her zaman değil*) refahları da artar. İşte iktisatçılar bu sebeple kişi başına gelirdeki artışı, refah artışının ve kalkınmanın önemli bir ölçütü olarak görürler.

Tablo 8:Kişi Başına Düşen Gelire Göre Sıralama (SGP, \$)

	Ülke	2009	2010	2011	2012
1	Katar	77.567,6	88.221,5	102.943,3	106.284,0
2	Lüksemburg	77.363,5	78.906,3	80.119,1	79.649,5
3	Sigapur	49.880,4	56.708,2	59.711,2	61.047,0
4	Norveç	51.928,6	52.164,8	53.470,7	54.479,1
5	Brunei Darussalam	47.796,5	48.621,4	49.384,4	50.440,0
6	Hong Kong	42.878,2	46.128,0	49.137,5	50.716,1
7	ABD	45.348,5	46.900,4	48.386,7	49.601,4
8	Birleşik Arap Emirliği	46.733,8	46.298,9	48.157,8	48.434,6
9	İsviçre	40.611,2	41.942,0	43.369,7	44.016,0
59	Malezya	13.771,4	14.744,3	15.567,9	16.186,0
60	Lübnan	14.197,0	15.168,4	15.522,8	15.985,5
61	Uruguay	12.798,9	14.048,9	15.112,6	15.785,9
62	Belarus	12.726,9	13.897,7	15.028,3	15.755,8
63	Mauritius	13.495,0	14.149,0	14.954,0	15.595,3
64	Meksika	13.247,9	13.932,3	14.609,8	15.177,5
65	Türkiye	12.199,3	13.275,4	14.517,4	14.853,0

³⁸http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/sanayi_stratejisi_belgesi_2011_2014.pdf

66	Panama	11.885,4	12.706,4	14.096,7	15.082,0
67	Grenada	13.520,1	13.502,3	13.895,5	14.238,2
68	Dominika	13.237,5	13.444,1	13.815,7	14.202,6
69	Bulgaristan	12.668,1	12.965,1	13.597,4	14.020,6
70	İran	12.050,8	12.721,6	13.053,4	13.071,6

179	Zimbabve	399,1	436,4	487,2	516,5
180	Liberya	423,0	431,0	456,4	490,4
181	Kongo	312,5	328,3	348,1	364,5
182	Suriye	4.886,1	5.040,5	veri yok	veri yok
183	Tuvalu	3.269,1	3.240,1	veri yok	veri yok

Kaynak: IMF, World Economic Outlook Veritabanı, Nisan 2012. (Veriler tahmin içermektedir. Türkiye için 2010 yılı sonrası tahmin içermektedir.)

Kişi başına geliri arttırma hedefi aynı zamanda Türkiye'nin kalkınmasını sağlama hedefi olarak da kabul edilebilir. Bu sebeple, kişi başına 25 bin dolar gelir hedefi, ilk 10 ekonomi arasında girme hedefinden daha anlamlı bir hedeftir.

25 BİN DOLAR HEDEFİNE 11 SENEDE ULAŞABİLİR MİYİZ?

25 bin dolar hedefini tartışırken, Türkiye gibi orta gelirli bir ülkelerin ne kadar süre içinde gelirlerini 25 bin dolar seviyesine çıkardığına bakmamızda fayda var. Esen Çağlar, TEPAV'da yayınladığı köşe yazısında bu konuyu değerlendirdi.³⁹ Bu değerlendirmenin sonuçlarını kısaca özetleyelim. Çağlar, değerlendirmesinde orta gelirli ülkelerin bir sıçrama yaparak yüksek gelirli bir ülkeye dönüşmelerinin o kadar da kolay olmadığını gösteriyor. Özellikle de bu işin 10-11 yıl gibi kısa zaman dilimlerinde gerçekleşmesinin zor olduğunu söylüyor. Özetle, Türkiye'nin 25 bin dolar hedefine ulaşabilmek için önündeki orta gelir tuzağını aşması gerekiyor.⁴⁰

%4 BÜYÜME İLE 2023'TE 25 BİN DOLAR GELİR MÜMKÜN

2023 yılında kişi başına 25 bin dolar gelire ulaşmamız mümkün mü? Aslına bakarsanız mümkün olacaktır. TÜİK'in verilerine göre 2011 yılında Türkiye'nin kişi başına geliri 10.444 dolar (cari fiyatlarla). Hedefimiz bu geliri 25 bin dolar seviyesine

³⁹ Esen Çağlar, "2023'de 25 bin dolar kişi başı gelir, yoksa hayal mi?" <http://www.tepav.org.tr/tr/kose-yazisi-tepavA/3277>

⁴⁰ TEPAV'ın orta gelir tuzağı ile ilgili değerlendirmesine de bir göz atmanızda fayda var. "Güney Kore inovasyondaki başarısını nelere borçlu? Türkiye için çıkarımlar" <http://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/1719>

çıkarmak. OVP hedeflerini tutturabilirsek, yani 2012'de %4, 2013 ve 2014'te %5 büyüyebilirsek, kişi başına düşen gelirimiz 2014'te 12.412 dolara çıkacak. Bu hedefleri tutturduğumuz varsayımı ile 2014'ten sonra neler olabileceğine bakalım.

OVP'de yapılan varsayımlarla uyumlu bir biçimde dolar kurunun 2023'e kadar 1,8 düzeyinde kalacağını ve GSYH deflatörünün %5 civarında seyredeceği varsayalım. Kişi başı gelire bakmak istediğimiz için nüfusun artışını da dikkate almamız gerekiyor. Bunun için TÜİK'in nüfus tahminlerini kullanacağız.

- Birinci senaryo: 2014'ten sonra kesintisiz olarak %2 büyümeyi başarabilirsek, 2023'te kişi başına 21 bin dolar gelire ulaşmamız mümkün görünüyor.
- İkinci senaryo: Kesintisiz %3 büyüme ile 2023'te kişi başına 23bin dolar gelire ulaşabiliriz.
- Üçüncü senaryo: Kesintisiz %3,5 büyüme ile 2023'te kişi başına 24bin dolar gelire ulaşabiliriz.
- Dördüncü senaryo: Kesintisiz %4 büyüme ile 2023'te kişi başına 25 bin dolar gelire ulaşabiliriz

Özetle, eğer 2023'e kadar *kesintisiz* bir biçimde %4 büyüyebilirsek, 2023 yılı geldiğinde kişi başına 25 bin dolar gelire ulaşabiliyoruz. Bu güzel haber, çünkü kişi başına 25 bin dolar hedefini tutturmamız, ilk 10 ekonomiden biri olmamızdan daha kolay. %5-7 gibi yüksek büyüme hızlarına ulaşmadan da bu hedefimizi gerçekleştirebiliriz. Öte taraftan, kesintisiz bir biçimde %4 büyümek çok kolay bir iş değil. Bir taraftan, bunu başarabilmemiz için Avrupa'da ve dünyada da işlerin yolunda gitmesi gerekiyor. Avrupa'daki ciddi bir krizin hedefimize ulaşmamızı engellemesi olasılığı var.⁴¹ Diğer taraftan, hızlı büyümeyi sağlayabilmek için yukarıda bahsettiğimiz eğitim, verimlilik, kadın istihdamı gibi konularla ilgili reformların yapılması gerekiyor. Her şeye rağmen, 25 bin dolar hedefi hem ilk 10 hedefinden daha anlamlı bir hedef, hem de gerekli reformları yaptığımız takdirde bu hedefe ulaşmamız mümkün.

⁴¹ TEPAV, Ekonomide Durum 2012-1 <http://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/3031>

25 BİN DOLAR GELİRLE DÜNYADAKİ YERİMİZ

Diyeelim ki, %4 büyüdük ve kişi başına 25 bin dolar gelire ulaştık. 2023'te kişi başına gelir sıralamasında yerimiz ne olur? Ortalama bir ülke olmaktan kurtulabilir miyiz? IMF verilerine göre Malta'nın 2011 yılı için tahmini kişi başına geliri 25 bin dolardan biraz fazla ve Malta 42. sırada yer alıyor. Dolayısıyla, Türkiye 25 bin dolar hedefini tutturmayı yarın başarsa bile, kişi başına gelir sıralamasında ancak 43. sıraya yükselebilecektir. Yani, diğer ülkeler 2023'e kadar *hiç büyümese bile*, kişi başına 25 bin dolar gelirle ilk 40 ekonomiden biri olmamız mümkün görünmemektedir. Tabii, diğer ülkelerin de büyüyeceğini varsayarsak, Türkiye'nin kişi başına gelir sıralamasındaki yerinin çok fazla değişmeyeceğini söyleyebiliriz.⁴²

Özetle, kişi başına 25 bin dolar gelire ulaşmamız hayal değil. Ancak yukarıda gördüğümüz gibi, 25 bin dolar gelire ulaştığımızda, kişi başına gelir sıralamasındaki yerimiz çok fazla değişmeyecek. Eğer iktisatçılar haklıysa, kalkınma sıralamalarındaki yerimizin de çok fazla değişmeyeceği söylenebilir. Tabii, Türkiye kalkınmak için özel bir çaba sarf ederse ve artan gelirini vatandaşlarının yaşam standartlarını arttırmak için kullanırsa durum değişebilir. Bu sebeple, eğer amacımız sadece gelirimizi arttırmak değil, Türkiye'yi gelişmiş ülkeler ligine sokmaksa, o zaman kalkınmak için özel bir çaba göstermemiz gerekiyor.

GELİR HEDEFLERİNE ODAKLANIRKEN GÖZDEN KAÇIRILMAMASI GEREKENLER

Gerek ilk 10 hedefine, gerekse 25 bin dolar hedefine ulaşmak için çalışırken asıl hedefin, yani kalkınmanın gözden kaçırılmaması gerekiyor. İktisatçıların gelir-kalkınma ilişkisi ile ilgili yaptığı varsayım genellikle doğru olsa da kişi başına geliri arttırmak her zaman kalkınmaya yol açmayabilir. İktisatçılar bunun farkındadır ve çalışmalarını yaparken bunu dikkate almaya çalışırlar. Ne var ki, hükümetler bazen büyümenin her zaman kalkınma anlamına gelmeyeceğini unutabiliyorlar. Bu sebeple, büyüme göstergesi olan kişi başına reel gelirin artması ile kalkınma göstergeleri

⁴² Kişi başına gelir sıralamasına bakarken nüfus büyüklüğünü de göz önüne almak fayda olabilir. Nüfusu 10 milyondan büyük olup da kişi başına 25 bin dolar gelire sahip çok fazla ülke yok. Türkiye, 25 bin dolar hedeflerken bu ülkelerden biri olmayı hedefliyor. Bu sebeple, az nüfuslu ülkelerin sıralamada üzerimizde yer almasını önemsemeyebiliriz. Diğer taraftan, kalabalık bir nüfusla 25 bin dolar hedefine ulaşmanın daha zor olacağını da unutmamalıyız. Son olarak, en büyük ekonomilerden biri olmak için nüfusu artırma (3 çocuk) stratejisinin, kişi başına gelir söz konusu olduğunda geri tepeceğini de not edelim.

arasındaki ilişkiye biraz daha yakından bakmakta fayda var. Birincisi, her ne kadar kişi başına gelir kalkınma için bir ölçüt olarak kullanılsa da kalkınmayı ölçmez. İkincisi, iktisadi büyüme, yani kişi başına düşen gelirin artması, her zaman kalkınmaya yol açmaz. Üçüncüsü, iktisadi büyüme çoğu zaman yapısal bir değişim gerektirir. Ancak, yapısal değişim maliyetlidir ve doğası gereği bazı iktisadi aktörlerin durumunu iyileştirirken, diğerlerinin durumunu kötüleştirir.

Dolayısıyla, milli gelir artarken gelir dağılımının bozulması ve kalkınmanın gerçekleşmemesi de mümkündür. Şimdi gelin sırasıyla bu konuları ele alalım.

Son zamanlarda kişi başına GSYH'nin yeterli bir refah ölçütü olup olmadığı tartışılmaya başlamış ve bu tartışmalar sonucu iktisadi büyüme hedeflenirken alternatif refah ölçütlerinin de dikkate alınmasının faydalı olacağı ileri sürülmeye başlamıştır.⁴³ Özetle, GSYH ekonomide üretilen ve parasal değer biçilen öğeleri ölçer ancak parasal değerle ifade edilmesi güç olan, boş zaman, refah, piyasa dışı aktiviteler, güven, çevre, sağlık, eşitsizlik, eğitim, aile, işteki mutluluk vb. gibi şeyleri ölçmez. İktisadi büyümeyi arttırmayı amaçlarken esas amacın bireylerin refahlarını arttırmak olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Dengeli büyümenin zor olduğunu ve iktisadi büyümenin yapısal bir dönüşüm gerektirdiğini dikkate aldığımızda, kişi başına geliri 25 bin dolara arttırmaya çalışırken karşılaştığımız maliyetlere de dikkat etmemiz gerektiği gerçeği ortaya çıkacaktır. Bazı sektörler büyüyeceğinden, bazıları ise küçüleceğinden, küçülen sektörlerde iş kayıpları yaşanırken, büyüyen sektörlerde işgücü ihtiyacı doğacaktır. İktisadi büyüme hedeflenirken hem işini kaybedenlerin yeni gelişen sektörlerle daha kolay geçmelerini sağlayacak önlemler alınmalı, hem de işgücü ihtiyacı artan sektörlerin işgücü ihtiyacını karşılamasını kolaylaştıracak düzenlemeler yapılmalıdır. Örneğin, mesleki eğitimin kolaylaştırılması ve yaygınlaştırılması yapısal dönüşümün maliyetlerini düşürecek, aynı zamanda da iktisadi büyüme sürecini hızlandıracaktır. 2023 hedeflerine ulaşmak için çalışırken büyümenin yarattığı yapısal dönüşüm maliyetleri dikkate alınmazsa kesintisiz bir biçimde %4 büyümek mümkün olmayabilir.

⁴³ "GSYH neden yeterli bir ölçüt değildir?" <http://www.neaydinonat.com/gunluk/?p=2354>

KALKINMAYI UNUTURSAK GELİR HEDEFLERİNE ULAŞMAMIZ DA GÜÇLEŞİR

İktisadi büyümeyi hedeflerken kalkınmayı unutmak, iktisadi büyüme hedefine ulaşmayı güçleştirir.

- 2023 hedeflerine odaklanırken, hem gelir artışının her zaman kalkınmaya yol açmadığı, hem de iktisadi büyümenin yapısal dönüşüm nedeniyle maliyetli ve iyi idare edilmesi gereken bir iş olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

- Orta gelir tuzağının nedenlerinden biri yapısal dönüşümün iyi idare edilememesidir.

- Yapısal dönüşümü kolaylaştıracak politikalar izlenirken, büyümenin gelir dağılımı, refah ve kalkınma üzerindeki etkileri göz önüne alınmalıdır.

- Gelir artışı ve kalkınma arasında iki yönlü bir ilişki olduğu da göz ardı edilmemelidir. Gelir artışı kalkınmayı mümkün kılarken, kalkınma da gelirin daha fazla atmasını mümkün kılmaktadır.

- Dani Rodrik'in (2012) ifade ettiği gibi geçmişte imalat sanayi, büyüme mucizelerinin marş motoruydu. Bunun nedenlerinden biri, geçmişte gelişmiş ülkelerin imalat sanayi teknolojilerini kopyalamanın ve tarımdan imalata kayan istihdamın bu teknolojilere uyum sağlamasının kolay olmasıydı. Gelişmekte olan ülkeler sahip oldukları kurumlardan ve insan sermayesi yatırımlarından bağımsız olarak istihdamı tarımdan imalata kaydırarak hızlı bir büyüme sağlayabiliyorlardı (Rodrik 2012). Ancak, dünya ekonomisindeki gelişmeler bunun artık mümkün olmadığını gösteriyor. Gelişmiş ülkelerdeki imalat sanayi artık daha ileri bir teknolojiye sahip. Gelişmekte olan ülkelerin bu teknolojileri adapte edip uygulaması artık eğitilmiş bir işgücü ve gelişmiş bir kurumsal altyapı gerektiriyor. Bu sebeple insan sermayesine ve kurumsal yapının geliştirilmesine yatırım yapmayan ülkelerin büyüme mucizeleri yaratmaları çok zor.⁴⁴

⁴⁴<http://www.project-syndicate.org/commentary/no-more-growth-miracles-by-dani-rodrik>

- Kapsayıcı kurumların oluşturulması ülkedeki herkesin eşit hak ve özgürlüklere sahip olmasını, benzer şartlarda eğitim ve sağlık hizmetlerinden faydalanmasını mümkün kılıyor. İktisadi büyümenin sadece bir zümrenin faydalandığı bir şey olmasının önüne geçiyor. Ülkedeki herkesin iktisadi büyümeden faydalanmasını olanaklı kılıyor. Kapsayıcı kurumlar sayesinde fırsat eşitliğinin sağlanması bir taraftan gelir dağılımının bozulmasını engellerken, diğer taraftan da iktisadi büyümenin sürekli olabilmesi için gerekli olan müşevvikleri sağlıyor. Acemoğlu ve Robinson'un (2012) örneklerle açıkladığı gibi, kapsayıcı kurumlara sahip olmayan ülkelerin büyüme maceraları sürekli olmuyor, bir noktada tıkanıp kalıyor. Bu sebeple, 2023 hedeflerine ulaşabilmemiz için gerekli olan kesintisiz büyümeyi sağlamanın yolu kapsayıcı kurumları oluşturacak sosyal ve siyasal reformları yapmamızdan geçiyor.

Evet, kâğıt üzerinde 25 bin dolar hedefine ulaşmamız mümkün. Ancak, bu hedefe ulaşmak için orta gelir tuzağından kaçmamızı sağlayacak bir kalkınma politikasına, dolayısıyla da sosyal ve siyasal reformlara, ihtiyaç duyduğumuzu unutmamalıyız.

Kişi başına 25 bin dolar gelir hedefi, eğer asıl hedefin kalkınmayı sağlamak olduğu unutulmazsa, çok anlamlı bir hedeftir. Peki, kişi başına 25 bin dolar hedefine ulaşabilmek için neler yapılması gerekiyor? Okumaya alışık olduğunuz ekonomi raporlarında listelenen öğelerle başlayalım: Fiyat istikrarının sağlanması ve finansal istikrarın sağlanması, mali disiplin, kamu harcamalarında etkililik, vergi tabanının genişletilmesi, vergide adaletin sağlanması, kayıt dışı ekonominin küçültülmesi, üretimin ve teknolojik gelişmenin özendirilmesi, Ar-Ge destekleri, ihracatın desteklenmesi, işgücüne katılımın yükseltilmesi, kadın istihdamının artırılması, işgücü piyasası esnekliğinin sağlanması, yatırım ortamının iyileştirilmesi, finansmana erişimin kolaylaştırılması, tasarrufların artırılması, cari açığın azaltılması. Kalkınmayı da sağlamak istiyorsak maliyetli yapısal dönüşümün iyi bir şekilde yönetilmesi, sektörel politikalarla hem büyümenin teşvik edilmesi hem de sektörler arası geçişlerin kolaylaştırılması gerekiyor. Tüm bunlara ek olarak, siyasal reformların gerçekleştirilmesi de lazım. Hukuk sistemini iyileştirmemiz, tutukluluk sürelerini kısaltmamız, masumiyet karinesini hatırlamamız, özgürlükçü yeni bir anayasa

yapmamız gerekiyor. Tabii eğitimin kalitesini arttırmamız, Reform listemiz çok kabarık. Bunların hepsini bir günde yapamayacağımız açık. Bu sebeple, kısa vadede de hem yavaşlayan büyümeyi hızlandıracak hem de bu reformları yapmamızı kolaylaştıracak bazı önlemler almamızda da fayda var.

BÖLÜM VIII. İHRACAT STRATEJİK PLANI⁴⁵

1) AÇIKLAMALAR

Hükümetin uygulamakta olduğu Acil Eylem Planı ile Dış Ticaret Müsteşarlığına verilen ihracat için stratejik plan hazırlanması görevi çerçevesinde, ihracatla ilgili tüm kesimlerin katılımı ile oluşturulan İhracat Stratejik Planı 2004-2006 çalışmasının ilk uygulama yılı tamamlanmıştır. Bu çalışma, küreselleşmenin olumsuz etkilerinden korunmak, sektörel ve bölgesel bağımlılıktan kurtulmak ve ülkemizin dış pazarlarda rekabet edebileceği alanları belirlemek amaçlarıyla başlatılmıştır.

2004 yılında ihracatçılarımız tarafından ülkemizin "sürdürülebilir ihracat artışı" nı sağlayacak ihracat yapısına ulaşması" için tespit edilen amaç ve hedefler doğrultusunda kapsamlı çalışmalar yürütülmüştür. Bu bir yıllık uygulama sürecinde, Plan'ın, ihracatla ilgili kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin bir araya geldiği bir koordinasyon ve mutabakat zemini haline geldiğini görüyoruz. Ayrıca bu Plan ile, ihracatla ilgili yürütülen çalışmaların ortak bir zeminde toplanması ve böylece etkinliğinin ve verimliliğinin artması da sağlanmıştır.

Önümüzdeki dönemde, stratejik plan kapsamında yeni projeler oluşturulacak ve halen uygulanan projelerin somut sonuçları alınmaya başlanacaktır. İhracatımızın yapısal sorunlarına kalıcı çözümler üretmeyi hedefleyen Stratejik Plan'ın ihracatımızı 21. yüzyıla taşıyacağına ve ona yeni bir ivme ve vizyon kazandıracağına inancım tamdır.⁴⁶

Dünya ticaretindeki eğilimlerle uyumlu olan bu gelişmelerin, ihracatımızı daha sağlıklı bir yapıya kavuşturduğu muhakkaktır, ancak, ihracatımızın dünya ticareti içinde hak ettiği yeri alması ve sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması için belirli bir vizyon çerçevesinde kalıcı çözümler üretilmesi ihtiyacı bulunmaktadır.

⁴⁵ İhracat Stratejik Planı 2. Baskı. www.dtm.gov.tr/2008ihracat_stratejik_planı_2_baskısı

⁴⁶ DEVLET BAKANI: Kürşat Tüzmen 2004

Bu düşünce ile oluşturulan İhracat Stratejik Planı kapsamında ortaya konulan hedefler, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla oluşturulan çalışma gruplarında detaylı olarak incelenmekte ve bu hedeflere yönelik faaliyet ve projeler oluşturulmaktadır. Çalışma gruplarımız faaliyetlerine önce durum tespiti ve envanter çalışmaları ile başlamışlar, bulunulan noktanın net olarak ortaya konmasından sonra ise bundan sonra yapılması gerekenler konusuna eğilmişlerdir. Bu çalışmalar sonucunda, geçtiğimiz bir yıllık süreçte plan kapsamında yer alan birçok konuda önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve üretilen projelerin uygulama sürecine geçilmiştir.⁴⁷

2003 yılında hazırlanan ve 2004 yılı Ocak ayında uygulamaya geçirilen "İhracat Stratejik Planı (2004-2006)" kapsamında oluşturulan ve ilgili tüm kamu/özel sektör temsilcilerinin etkin katılımının sağlandığı 4 aşamalı "uygulama, izleme ve değerlendirme yapısı" tüm birimleriyle hayata geçirilmiş olup, Plan'da belirtilen hedefler doğrultusunda çalışmalarını sürdürmektedir.

Gerek dünya gerek ülkemiz ekonomisi ve ticaretinde yaşanan gelişmelere paralel olarak Plan'da revizyona gidilmiştir. Bu kapsamda Plan'da yapılan bazı revizyonlar şöyledir;

İhracatın finansmanı tüm bankacılık sisteminin görevi olup, finansal destek mekanizmalarının oluşturulmasında ticari bankaların da önemli rolü bulunmaktadır. Eximbanklar vasıtasıyla ihracat finansman kavramı uluslararası uygulamada esas itibariyle ihracatçıları, alacaklarının ödenmemesi riskine karşı korumaya yönelik olanaklar olarak tanımlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ihracatçıların kısa vadeli kredi talepleri uygun koşullarla tamamen ticari bankalar tarafından karşılanmakta ve ihracat finansman kuruluşları ticari bankalara ve ihracatçılara garanti ve sigorta desteği sağlamaktadır. Ancak, Türkiye'de durum farklı bir yapıda gelişmiştir. Bu gerçekten hareketle, "Eximbank kredi, sigorta ve teminat programlarının kullanım koşullarının iyileştirilmesi, yeni programların geliştirilmesi ve Eximbank'ın orta ve uzun vadeli programlara ağırlık verecek bir yapıya kavuşturulması." şeklinde tanımlanan ve ulaşılması öngörülen hedef "İhracatın Finansmanına Yönelik Destek

⁴⁷ Dış Ticaret Müsteşarı: Tuncer Kayalar: İhracat stratejik planı 2009- 2013
<http://www.ekonomi.gov.tr/upload/strateji/belge.pdf>

Mekanizmalarının Geliştirilmesi, Eximbank Kredi, Sigorta ve Garanti Programlarının KullanımKoşullarının İyileştirilmesi, Yeni Programların Geliştirilmesi ve Eximbank'ın Orta ve UzunVadeli Programlara Ağırlık Verecek bir Yapıya Kavuşturulması" olarak yeniden tanımlanmıştır.

"Gümrük Birliği'nin işleyişinden kaynaklanan sorunların ortadan kaldırılması" şeklinde tanımlanan hedef, 17 Aralık 2004 zirvesinden sonra Türkiye- AB ilişkilerinin tam üyelik hedefi doğrultusunda tamamen yeni bir perspektif kazanması nedeniyle "Gümrük Birliği'nin işleyişinde karşılaşılan sorunların ortadan kaldırılması ve AB ile yürütülecek katılım müzakerelerine hazırlık ile müzakerelerin yürütülmesine destek sağlanması" olarak değiştirilmiş ve söz konusu hedef doğrultusunda çalışma grubu yeniden yapılandırılmıştır.

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından sırasıyla 2000, 2003 ve 2005 yıllarında uygulamaya konulan "Komşu ve Çevre Ülkeler", "Afrika Ülkeleri" ve "Asya-Pasifik Bölgesini kapsayan stratejiler doğrultusunda Türkiye'nin bölgesel açılım stratejileri belirlenmiştir. Bu çerçevede, 2000 yılından bu yana başta tanıtım faaliyetleri olmak üzere DTM tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerde bölge ülkelere ağırlık verilmiş ve bu sayede anılan bölgelere ihracatımızda önemli başarılar elde edilmiştir. Söz konusu stratejiler kapsamında belirlenecek hedef ülkelere yönelik olarak pazara giriş projelerinin oluşturulmasına başlanmıştır. Tüm bu gelişmeler çerçevesinde, "Başta komşu ve çevre ülkeler olmak üzere belirlenecek hedef pazarlara yönelik ihracatımızın artırılması" olarak belirlenen hedef "Hedef pazarlara yönelik ihracatımızın artırılması" şeklinde değiştirilmiştir.

58. Hükümet tarafından hazırlanan "Acil Eylem Planı"nda "İhracat için Stratejik Planlama" hazırlanması görevi Dış Ticaret Müsteşarlığı'na verilmiştir. Bu çerçevede hazırlanan stratejik plan ile önümüzdeki dönemde, ihracatla ilgili tüm kesimlere rehberlik etmek üzere, izlenmesi gereken yol haritasının oluşturulması ve geleceğe dönük bir vizyon ortaya konulması hedeflenmiştir. Söz konusu planda, ihracatımızın içinde bulunduğu güncel sorunlar ve bunlara ilişkin kısa vadeli çözümler yerine, yapısal sorunlar ve bunlara ilişkin alınması gereken tedbirler belirlenmiştir.

Söz konusu çalışma süresince, ilk olarak, hazırlanması amaçlanan İhracat Stratejik Planı'nın genel amacının ne olması gerektiği üzerinde durulmuş, bu amaçla yapılan grup çalışması neticesinde genel amaç, ihracatımızdaki istikrarsız artış trendi dikkate alınarak, "sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak ihracat yapısını oluşturmak" şeklinde tanımlanmıştır.

Proje planlama grubu çalışmasının ikinci aşamasında ise, belirlenen genel amaç da göz önünde tutularak, ihracatımızın mevcut durumu hakkında "Durum Analizi" gerçekleştirilmiştir.

Planın beş "Öncelikli Alanı"; "pazarlama", "bilgi teknolojileri", "finansman ve destek mekanizmaları", "ikili ve çok taraflı ticari ilişkiler" ile "kurumsal yapı, işbirliği ve koordinasyon" olarak tespit edilmiştir. Proje Planlama Grubu çalışmasının son aşamasında ise, belirlenen öncelikli alanlar da dikkate alınarak, planın beş "Stratejik Amacı" ve her bir Amacın "Ulaşılması Öngörülen Hedefleri", "Performans Göstergeleri" ile "Varsayım/Riskleri" tespit edilmiştir.

2) İHRACAT STRATEJİK PLANI VE BAZI YAPISAL SORUNLAR

İhracatımızın sektörel yapısı incelendiğinde, 1980 öncesindeki tarım ürünleri ağırlıklı ihracatın yerini %82'sini sanayi ürünlerinin oluşturduğu bir yapıya bıraktığı görülmektedir. İhracatımızda ağırlığı en fazla olan sektörler ise toplam %32'yi aşan paylarıyla tekstil ve hazır giyim sektörleridir. Bunun yanında, son yıllarda gösterdiği hızlı gelişme ile taşıt araçları ve yan sanayi sektörü de ihracatımız içindeki payını süratle arttırmış ve lokomotif sektörlerimizden biri haline gelmiştir. İhracatımızda yaşanan sektörel gelişmeler dünya ihracatının sektörel gelişimi ile kıyaslandığında ise üç ana eğilim ortaya çıkmaktadır. Bunların ilki, ihracatımızda yüksek paya sahip tekstil, hazır giyim, demir-çelik gibi sektörlerin dünya ihracatından aldıkları payın düşmesidir. Bir diğer önemli husus ise, dünya ihracatından aldığı payı en hızlı arttıran sektör olan ofis ve büro malzemeleri sektöründe ülkemizin dünya gelişmelerinin dışında kalmasıdır. Buna karşın, otomotiv, diğer taşıt araçları, yarı mamuller ve kimyasallar gibi sektörlerde son yıllarda gözlenen hızlı ihracat artışları dünya ihracatının gelişimi ile paralellik göstermektedir. Hedef pazar ve sektörlerin

belirlenmesinin sürdürülebilir ihracat artışına ulaşmamızda önemli bir işlevi yerine getireceği anlaşılmaktadır.

Sürdürülebilir ihracat artışının sağlanabilmesinin temelinde sağlıklı bir yatırım-üretim-ihracat zincirinin kurulması olduğu göz önünde bulundurulduğunda, uygulanan ekonomik program sonucunda ülkemizde makroekonomik istikrarın sağlanmasının, ihracatımızın sağlıklı bir yapıya kavuşmasına katkıda bulunacak temel faktörlerden biri olduğu açıkça görülmektedir.

3) İHRACAT STRATEJİK PLANININ GENEL AMACI

İhracatımız son 24 yılda çok önemli ilerlemeler kaydetmiş, hem nitelik hem de nicelik olarak büyük bir değişim sürecinden geçmiştir. Ancak, tüm bu olumlu gelişmelere rağmen, ihracatımız günümüzde bazı yapısal sorunlarla karşı karşıya bulunmaktadır.

^ Bölgesel ve sektörel bağımlılık,

^ Dünya trendlerine uymayan ihracat yapısı,

^ İstikrarsız ihracat artışı

olarak özetlenebilecek bu yapısal sorunların kalıcı bir biçimde çözülebilmesi, ancak, dünya trendlerine uygun bir ürün ve pazar yapısına ulaşılması ve istikrarlı ihracat artışını sağlayacak bir stratejik planın, belirli bir vizyon doğrultusunda oluşturulması ile mümkündür.

Bu düşünceden hareketle "İhracat Stratejik Planı"nın vizyonu, bir başka deyişle, genel amacı, bu yapısal sorunlar da dikkate alınarak "sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak ihracat yapısını oluşturmak" şeklinde belirlenmiştir. Bu vizyon, dış pazarlarda kaliteli ürünlerle kalıcı ve rekabetçi olmak, dünya trendlerine uygun ürün ve pazar yapısına sahip bir ihracat yapısı oluşturmak ve istikrarlı ve sürekli bir ihracat artışına ulaşmak hedeflerini aynı anda bünyesinde barındırmaktadır.

Stratejik planın genel amacı belirlendikten sonra, bu amaca ulaşıp ulaşılmadığını görmek ve planın başarısını ölçmek için bu amacın "Performans Göstergeleri" belirlenmiştir.

Stratejik planın genel amacına ilişkin olarak tespit edilen varsayım/Riskler ise;

^ Ekonomik ve siyasi istikrarın bozulması,

^ Planın ilgili taraflarca benimsenmemesi, olarak tespit edilmiştir.

4. STRATEJİK AMAÇLAR

Stratejik planın genel amacına ulaşmak için belirlenen stratejik amaçlara ilişkin ayrıntılı bilgi aşağıda sunulmaktadır.

Stratejik Amaç 1. "Kaliteli Türk ürünlerinin, başta hedef ü ke er olmak üzere, yurtdışı pazarlarda müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlamasını sağlamak"

Ulaşılması öngörülen hedefler

1.1. Olumlu Türk Malı İmajı Oluşturulması

Başta tüketici bilincinin yüksek olduğu gelişmiş ülkeler olmak üzere, uluslararası pazarlarda, kaliteli ürünlerle kalıcı olunabilmesi ve global düzeyde güçlü markalar yaratılabilmesi için bir altyapı oluşturacak "Olumlu Türk Malı İmajı"nın oluşturulması zorunludur.

1.2.Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerinin, Hedef Pazar ve Sektör Anlayışı İçerisinde, Etkin ve Verimli Hale Getirilmesi.

1.3.Başta Off-Set Olmak Üzere, Karşılıklı Ticaret Mekanizmalarının Geliştirilmesi

Türk ürünlerinin yurt dışında pazarlanması faaliyetine yönlendirmeyi ve yüksek teknoloji ihtiva eden sektörlere yabancı sermaye yatırımlarının özendirilmesini hedefleyen offset sistemi, sanayici ve ihracatçılarımıza mevcut bağlantılarının ötesinde ilave imkanlar yaratacaktır.

1.4. Lojistik Hizmetlerinin İhracatçının İhtiyaçları Doğrultusunda Geliştirilmesi

Lojistik hizmetlerinin, serbest bölgelerimizin sunabileceği imkanlar da dikkate alınarak yaygınlaştırılması, bu konuda kendi şirketini kurma imkanı olmayan ve bünyelerinde uzmanlaşmış eleman istihdam edemeyen KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmelerine katkı sağladığı ölçüde stratejik planın genel amacına ulaşmamıza yardımcı olacaktır.

Stratejik Amaç 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"

Ulaşılması Öngörülen Hedefler

2.1. Pazara Giriş Veri Tabanı'nın Faaliyete Geçirilmesi

İhracatçı firmaların dış pazarlar hakkında bilgilendirilmelerinin yanı sıra, elektronik haberleşme ortamının dünya ticaretine sağladığı katkı da göz önünde bulundularak, dış pazarlardaki alıcı firmalara da Türk ihraç ürünleri ve firmaları hakkında kapsamlı bilgi aktarımını sağlayacak etkin bir sistemin geliştirilmesi dünya ticaretindeki payımızın artırılması açısından önem taşımaktadır.

2.2. İhracatta e-Ticaret Yöntemlerinin Kullanımında Artış Sağlanması

Çok geniş bir yelpazede yer alan konuları içeren bu uygulama için gerekli hukuki, idari ve teknik altyapının, güvenlik kriteri esas olmak üzere, hazırlanması ve etkin hale getirilmesi, ve bu sayede 21. yüzyılda önemli bir ticaret türü haline gelecek olan e-ticaretin genel ihracatımız içindeki payının artırılması önem kazanmıştır.

2.3. İhracatçılara Yönelik "Bilgi Merkezleri" Oluşturulması

İhracat bilincinin tüm firmalarımız nezdinde yaygınlaştırılabilmesini teminen, nasıl ihracatçı olunabileceğinden başlamak üzere, firmalarımızı yönlendirici ihracat mevzuatı, pazarlama, dağıtım kanalları, dış pazar koşulları, tüketici tercihleri, standartlar, gümrük işlemleri gibi uygulamaya yönelik konularda ülke ve/veya pazar perspektifi verebilecek etkin bir bilgi akışı sağlanması ihtiyacı vardır.

2.4. Bilişim ve Yazılım Alanındaki Teknoloji Üretimlerinin Gelişmesi ve Dış Pazarlara Açılması

Tüm dünyada yıllardır bu alana yapılan yatırımlar o ülkelere çok ciddi katkılar ve geri dönüşler sağlamaktadır. Bu noktada, ulaşılan bilgi birikimi ve nitelikli işgücü ile gelişim gösteren ülkemiz yazılım ürün ve hizmetlerinin, ülkemizde sahiplenilerek tercih edilmesi, başta KOBİ'ler olmak üzere kullanımının yaygınlaştırılması, aynı zamanda bu alandaki yatırımların artırılarak standartlarının yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır.

Stratejik Amaç 3." Sektörel öncelikler de dikkate alınarak, ihracatçılara uluslararası rekabetçi fiyatlardan girdi temin etmek, üretim ve ihracat aşamasında yeterli ve etkin destek sağlayacak mekanizmaları geliştirmek."

3.1 KOBİ'lerin İhracata Yönlendirilmesi

İmalat sanayii üretimindeki ağırlıklarına karşın, KOBİ'lerin ihracattaki payları oldukça düşük bir seyir izlemektedir. Bu nedenle, KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmeleri sürdürülebilir ihracat artışına ulaşmada önemli bir rol oynayacaktır. Bu çerçevede, KOBİ'lerin ve bu nitelikteki diğer firmaların biraraya gelerek ihracata yönelik olarak örgütlenmeleri ve ihracat destek mekanizmalarından yararlanma koşullarının geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

3.2. Eximbank Kredi, Sigorta ve Teminat Programlarının Kullanım Koşullarının İyileştirilmesi, Yeni Programların Geliştirilmesi ve Eximbank'ın Orta ve Uzun Vadeli Programlara Ağırlık Verecek bir Yapıya Kavuşturulması

Sürdürülebilir ihracat artışının sağlanmasında ihracatın finansmanı konusu büyük önem arz etmektedir. Doğrudan, nakdi ve performans kriterlerine dayalı ihracat teşviklerinin büyük oranda kaldırılmasıyla birlikte ihracatımızın desteklenmesinde çok önemli bir rol oynamaya başlayan Eximbank'ın mevcut programlarının, ihracatçılarımızın ihtiyaçları ve uluslararası kurallar da dikkate alınarak iyileştirilmesi ve gerekli olduğu durumlarda yeni programlar uygulamaya konulması gerekmektedir.

Öte yandan, ihracatın finansmanı tüm bankacılık sisteminin görevi olup, finansal destek mekanizmalarının oluşturulmasında ticari bankaların da önemli rolü bulunmaktadır. Eximbanklar vasıtasıyla ihracat finansman kavramı uluslararası uygulamada esas itibarıyla ihracatçıları, alacaklarının ödenmemesi riskine karşı korumaya yönelik olanaklar olarak tanımlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ihracatçıların kısa vadeli kredi talepleri uygun koşullarla tamamen ticari bankalar tarafından karşılanmakta ve ihracat finansman kuruluşları ticari bankalara ve ihracatçılara garanti ve sigorta desteği sağlamaktadır. Bir başka deyişle, ihracat kredi kuruluşlarının görevi fon sağlamak değil, sadece ihracatçılara ve bankalara riskten arındırılmış bir ortam sağlamaktır. Ancak, Türkiye'de durum farklı bir yapıda gelişmiştir. uluslararası fiyatlardan kredi teminini zorlaştırmaktadır.

3.3. Girdi Maliyetlerinin Rekabetçi Düzeylere Çekilmesi ve İhracatta Maliyet Arttırıcı Unsurların Ortadan Kaldırılması

Uluslararası piyasalarda ihracatçımızın rekabet gücünü etkileyen en önemli unsurlarından biri olan enerji, hammadde, istihdam giderleri gibi girdi maliyetlerinin rakip ülkelerdeki seviyelere çekilmesi önem arz etmektedir. Benzer şekilde, ihracatta KDV iadelerinin geç ödenmesi gibi çoğunlukla kamu kaynaklı sorunların giderilmesi, ihracatçıların finansman maliyetlerini arttıran unsurların asgari düzeye indirilmesi, halihazırda finansman kaynakları kısıtlı olan ihracatçılarımıza önemli bir destek unsuru olacaktır.

3.4. Ar-Ge Faaliyetlerinin Yaygınlaştırılması ve Ar-Ge'ye Verilen Desteklerin Etkin Hale Getirilmesi

Ülkemizde ise, son yıllarda verilmeye başlanan desteklere rağmen, Ar-Ge harcamalarının hem GSMH hem de toplam ürün maliyeti içindeki payı olması gereken düzeylere gelememiştir. 21. yüzyılda uluslararası pazarlardaki payını arttırmayı hedefleyen ülkemizin, Ar-Ge faaliyetleri sonucu üretilecek özgün, teknolojik açıdan gelişmiş, rekabet gücü fazla ve yüksek katma değere sahip ürünlere yönelmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu nedenle, Ar-Ge faaliyetlerinin yaygınlaştırılması ve bu faaliyetlere verilen desteklerin etkin hale getirilmesi stratejik bir öneme sahiptir.

Statejik amaç 4. "İkili ve çok taraflı ticari ilişkiler kapsamında; ihracatçıların Pazara giriş olanaklarını geliştirmek ve mevcut pazar paylarını arttırmak."

Ulaşılması Öngörülen Hedefler

4.1. Gümrük Birliği'nin işleyişinde karşılaşılan sorunların ortadan kaldırılması ve AB ile yürütülecek katılım müzakerelerine hazırlık ile müzakerelerin yürütülmesine destek sağlanması

Türkiye ile AB arasında oluşturulan Gümrük Birliği'nin ülkemiz üretim yapısı ve ihracatında önemli yapısal dönüşümleri beraberinde getirdiği ve bu dönemdeki genel ihracat artışımıza önemli katkı sağladığı bilinmektedir. Gümrük Birliği'nin işleyişinde karşılaşılan ve ihracatımızı olumsuz sorunların ortadan kaldırılması, gerek AB'ne gerekse AB ile tercihli rejim tesis etmiş ülkelere yönelik ihracatımızın artmasına ve bu ülkelerle ticari ilişkilerimizin daha sağlıklı ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmasına katkı sağlayacaktır.

4.2. İkili ve Çok Taraflı Ticaret Anlaşmalarının Hazırlanmasında İhracatçılarla Etkin Koordinasyon Sağlanması

Ülkemizin ikili ve çok taraflı ticaret anlaşmalarından azami faydayı sağlayabilmesi, müzakere sürecinin başarısına bağlıdır.

4.3. Hedef Pazarlara Yönelik İhracatın Artması

İhracatımızın bölgesel dağılımında yeni açılımların gerçekleştirilmesi, mevcut pazarların daha etkin şekilde değerlendirilmesi ihracatımızın gelişimine önemli katkılar sağlayacaktır. Ancak, bu yöndeki faaliyetlerin etkinliğinin sağlanması için dış pazarlar arasında bir önceliklendirme yapılarak bölgesel açılım stratejileri çerçevesinde potansiyel arz eden hedef pazarlarımızın belirlenmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

Stratejik Amaç 5. "İhracatın geliştirilmesi ve önündeki engellerin kaldırılması amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu sağlayacak yapıları ve işleyişleri geliştirmek."

Ulaşılması Öngörülen Hedefler

5.1.Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Yurtiçi ve Yurtdışı Teşkilatının Güçlendirilmesi ve Daha Etkin Hale Getirilmesi

Hızla değişen ve küreselleşen dünya ekonomisi ve buna bağlı olarak serbestleşen uluslararası ticaret neticesinde artan rekabet ortamında, ekonomik ve ticari gelişmeleri yakından takip etmek, uluslararası örgütlerin karar alma mekanizmalarında daha etkin bir rol oynamak, yeni fırsatları değerlendirmek ve oluşan tehditleri ortadan kaldırmak için, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yurtiçi ve yurtdışı teşkilatının yeniden yapılandırılması ve bununla eş zamanlı olarak çalışma koşullarının, uluslararası uygulamalar doğrultusunda iyileştirilmesi gerekmektedir.

5.2. İhracatı engelleyici-geciktirici mevzuatın yeniden düzenlenmesi, bürokratik engellerin kaldırılması ve kamu kurumlarında ihracata öncelik verecek anlayışın yerleştirilmesi

Kamu kurumlarında ihracata öncelik verecek anlayışın yerleştirilmesi, ihracatçıların ve dolayısıyla ihracatımızın karşı karşıya bulunduğu başta bürokratik engeller olmak üzere kamu kaynaklı birçok sorunun çözüme kavuşturulması bakımından önem kazanmaktadır. Tüm bu düzenlemeler sadece rekabet gücümüzü arttırmamıza yardımcı olmayacak, aynı zamanda ihracatçılarımızla kamu sektörü arasındaki güvenin artırılmasına da önemli katkılar sağlayacaktır.

5.3.Kamu, Özel Sektör ve Sivil Toplum Örgütleri Arasındaki İşbirliği ve Koordinasyonu Arttırıcı Mekanizmaların Oluşturulması

Bu işbirliği ve koordinasyonun, kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları arasında gerçekleştirilmesi ve gerekli görüldüğü takdirde, bu koordinasyon ve işbirliğini sağlayacak mekanizmaların ve modellerin oluşturulması, planın başarıya ulaşması açısından önemli bir işlevi yerine getirecektir.

5.4.Kamuoyunda İhracat Bilincinin Oluşturulması ve İhracatla İlgili Tarafların Eğitimi

İhracat ile ilgili alınan kararlar, toplumun birçok kesimini etkileyeceğinden, yaratılacak ihracat bilinci ve kamuoyu desteği, bu kararların daha etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayacaktır. Bu çerçevede, ihracatla doğrudan ilgili kesimlerin yanı sıra toplumun tüm kesimlerinde ihracat bilincinin oluşturulması gerekmektedir.

5) STRATEJİK PLANIN UYGULANMASI, İZLENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Amaçlar arasında bütünlük, koordinasyon ve işbirliği sağlanması, Stratejik Plan'ın bir bütün olarak başarısı için büyük önem arz etmektedir. Her bir stratejik amaca, performans göstergelerine uygun olarak, ulaşılması, diğer stratejik amaçlara da ulaşılmasına katkı sağlayacaktır.

İhracat Stratejik Planı'nın başarısının uygulamanın etkinliğine bağlı olması gerçeğinden hareketle, planın hayata geçirilmesi sürecinde planda yer alan stratejik amaçlar arasında bütünlük, koordinasyon ve işbirliği sağlanması, uygulamanın takibi ve performans kriterleri çerçevesinde değerlendirilmesi ile gerekli durumlarda uygulamanın başarısı amacıyla yeni politikalar ve yöntemler geliştirilmesine zemin hazırlayacak dört (4) ayaklı bir "Uygulama, İzleme ve Değerlendirme Yapısı" oluşturulmuştur.

Hazırlanış aşamasında olduğu gibi katılımcı yaklaşımın esas alındığı uygulama, izleme ve değerlendirme yapısının ilk ayağında, Plan'da belirlenen herbir ulaşılması öngörülen hedef için oluşturulan "Çalışma Grupları" yer almaktadır. İhracatla ilgili kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarının birlikte yer aldıkları bu gruplar, Mantıksal Çerçeve Yaklaşımını kullanarak kendileriyle ilgili hedefe ulaşabilmek için gerçekleştirilmesi gereken faaliyetler/projeleri belirlemek ve bunları hayata geçirmek üzere oluşturulmuştur. Çalışma Grupları'nca belirlenip, hayata geçirilecek olan faaliyet ve projeler, planın uygulama araçlarını oluşturmaktadır. Çalışma Grupları ayrıca, hazırlayacakları projelere ilişkin performans göstergelerini de geliştirecekler ve faaliyet ve projeleri, plan dönemi, yıllık uygulama programları ve yıllık finansman planlarıyla uygulamaya koyacaklardır. Halihazırda 20 Çalışma Grubu'nda ihracatla ilgili çeşitli kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarından 600'ün üzerinde temsilci bu çerçevede görev yapmaktadır.

Uygulama, izleme ve değerlendirme yapısının bir diğer ayağında ise herbir Stratejik Amaç için oluşturulan, başkanlıkları Dış Ticaret Müsteşarlığı Genel Müdür Yardımcıları tarafından yürütülen ve ana görevi, kendileriyle ilgili amacın altında yer alan Çalışma Gruplarının belirleyeceği faaliyet ve projelerin zamanında ve etkin

uygulanmasını sağlamak ve uygulamayı izleyip değerlendirmek olarak belirlenen "Stratejik Amaç Koordinasyon Birimleri" yer almaktadır.

Uygulama, izleme ve değerlendirme yapısının üçüncü ayağını ise, başkanlığı Dış Ticaret Müsteşarı tarafından yürütülmekte olan "Stratejik Plan Kurulu" oluşturmaktadır. Planın uygulama süresi boyunca her üç ayda bir olağan toplantılarını gerçekleştirecek olan söz konusu Kurul'un görevleri planın uygulanmasını ve faaliyetler/projeler arasında ve birimler arasında işbirliği ve koordinasyonu temin etmek, ve uygulamanın başarısı amacıyla geliştirilecek yeni politika ve yöntemlerin ilgili birimlerce uygulamaya konulmasını sağlamak olarak belirlenmiştir. Bunlara ek olarak, gerekli görüldüğü zamanlarda Plan'da revizyon yapma yetkisi de Kurul tarafından kullanılmaktadır.

İhracat Stratejik Planı'nın uygulama yapısının son ayağını ise "Stratejik Plan Genel Sekreterliği" oluşturmaktadır. Başkanlığı İhracat Genel Müdürü tarafından yürütülmekte olan Sekreterliğin ana görevleri ise, Plan'ın uygulama süresince yukarıda belirtilen birimler arasında uyum ve işbirliği sağlamak ve Koordinasyon Birimleri tarafından periyodik olarak kendisine ulaştırılan raporları değerlendirmek ve Stratejik Plan Kurulu'na sunmak olarak tespit edilmiştir.

İzleme ve değerlendirme faaliyetleri, stratejik planla belirlenen amaçlara ne ölçüde ulaşıldığının sistematik olarak izlenmesi, değerlendirilmesi ile performans kriterleri kapsamında sonuçların ölçülmesi ve elde edilen bulguların düzenli bir şekilde raporlanması faaliyetlerini içermektedir. Ayrıca, bu faaliyetler, geri bildirim yoluyla uygulamada sürekli olarak iyileştirmeyi olanaklı kılmakta ve hesap verebilirlik de sağlanmış olmaktadır.

Stratejik Plan düzeyinde izleme ve değerlendirme faaliyetleri ilgili birimler tarafından performans göstergelerine dayalı olarak yürütülmekte olup, performans göstergelerinin ölçümü ve değerlendirilmesiyle hem faaliyetlerin hazırlanan uygulama planları ile uyumu hem de elde edilen sonuçların Stratejik Planda önceden belirlenen hedef ve amaçlarla ne derece örtüştüğü belirlenmektedir.

BÖLÜM IX. TÜSİAD VİZYON 2050 TÜRKİYE⁴⁸

TÜSİAD,2050 yılında sürdürülebilirlik hedefine yönelik bir dünya vizyonu oluşturmak amacıyla "Vizyon 2050" başlıklı bir rapor hazırlanmıştır.2050 yılında sürdürülebilir bir Türkiye'ye ulaşmak amacıyla atılması gereken adımları irdelemek ve bu ana gaye çerçevesinde toplum kesimlerinde farkındalık yaratmak hedeflenmiştir.

2050 yılına geldiğimizde nüfusu 100 milyona ulaşmış Türkiye'nin sürdürülebilir refah ve ekonomiye sahip olması için küresel etkileşim içinde değişimi takip etmesi gerekmektedir.Vizyon 2050 Türkiye Raporu, Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi tarafından 2010 yılında Dünya CEO Forumu'nda tanıtılan "Vizyon 2050" raporundan hareketle hazırlanmıştır.

Rapor sürdürülebilir bir dünya hedefine ulaşmada iş dünyasının karşılaşacağı zorlukları, izlemesi gereken yol haritasını ve bölgesel ve küresel ölçekte ortaya çıkabilecek fırsatları tahlil etmeye çalışmaktadır.

İş dünyası sürdürülebilir kalkınma vizyonu çerçevesinde 'inovasyon, adaptasyon, ve iyi örnek uygulamaları' ile üzerine düşen rolü yerine getirirse dahi, bu sürecin kesintisiz sürdürülebilmesi ancak paydaşlar arasında oluşturulacak işbirlikleri sayesinde mümkün olabilmektedir.

Bu pencereden baktığımızda, Türkiye'nin gerekli adımları atma esnekliğine ve kendisinden ileride olan ülkelerin tecrübelerinden faydalanmanın avantajına sahip olduğunu görüyoruz. Bir başka deyişle, Türkiye tüm paydaşların katılımı ile gerekli politikaları oluşturduğu ve uyguladığı takdirde 2050 yılında doğal kaynakları dengeli kullanarak ekonomik ve sosyal alanda sürekli ve dengeli gelişmeye sahip olmak için geç kalmış değildir.

A) EĞİTİM

Şüphesiz ki ülkemiz ekonomisinin dünya ile entegre olması ve sürdürülebilir bir büyüme ile yoluna devam edebilmesi için, hem mevcut nüfusun eğitimi, hem de gelecek nesillerin gelişimi adına yatırım yapılması gereken öncelikli alan eğitim

⁴⁸Bu bölümün alındığı kaynak: Vizyon 2050 Türkiye Eylül 2011 Yayın No: TÜSİAD –T 2011/09/ 518

sektörüdür. MEB tarafından açıklanan, 2011 - 2012 öğretim yılı için örgün eğitim ve yaygın eğitimde genel öğrenci sayısının 24.631.831 olması, eğitim sisteminin taşıdığı önemi gösteren verilerden sadece biridir.

İş dünyası açısından eğitim sektörünün önemi

Türkiye, giderek genç nüfus yapısından yaşlanan nüfus yapısına doğru bir demografik dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümün ortaya çıkardığı fırsatlardan yararlanarak yüksek bir refah düzeyine ulaşabilmek, bunu sürdürülebilir kılmak ve küresel rekabette başarılı olmak açısından eğitim sistemimizde nitelikli insan gücünün yetiştirilmesi büyük önem taşımaktadır. AR-GE, yenilikçilik, insana yatırım ve bilgiye dayalı bir ekonomik - toplumsal yapıya geçiş, gelişmiş ülke olma yolunda öncelik verilmesi gereken konular olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'de eğitim alanında bazı önemli adımlar atılsa da halen eğitim göstergelerinde uluslararası karşılaştırmalarda yeterli düzeyde bulunmadığımız bilinmektedir. İşletmeler açısından mesleki ve teknik eğitim; işletmelerin verimliliğini, performansını, rekabet yeteneğini, araştırma ve inovasyon kapasitesini güçlendirir. Toplum açısından mesleki ve teknik eğitim; ekonomik gelişme, refah, fakirliği önleme ve sosyal uyum açısından önemlidir. Türkiye'nin demografik fırsat penceresinden yararlanabilmesinin önemli koşullarından biri işgücüne katılacak gençlerin işgücü piyasalarında istihdam edilebilmesi için gerekli becerilere sahip olmasıdır. Özellikle yeni üretim teknolojileri kullanan ve bunun için nitelikli eleman ihtiyacı olan KOBİ'ler için bu durum önemli bir sorundur (ERG, 2011). Dolayısıyla mesleki ve teknik okulların kalitesinin iyileştirilmesi, işgücü piyasasının ihtiyaçlarına uygun olarak yeniden yapılandırılması ve yaygınlaştırılması öncelikle ele alınmalıdır.

Riskler:

➤ Artan çalışma çağındaki nüfusa gerekli istihdam sağlanamaz ise işsizlik oranı artış gösterecektir. Bu durum yoksulluğu artıracak, toplumsal refahı tehdit edecektir. İstihdamı teşvik edici ve kayıt dışı çalışmayı caydırıcı önlemler alınmaması halinde "Demografik Fırsat Penceresinin "Demografik Tehdit Penceresi"ne dönüşeceği açıktır.

➤ Eğitim hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve niteliğinin geliştirilmesi bağlamında gerekli adımlar atılmadığı takdirde ulusal düzeyde "sosyal ve ekonomik sorun" oluşturma riskini bünyesinde taşımaktadır.

➤ Ortaöğretim çağı nüfusunda 2010'u izleyen 5 - 6 yıllık süreçteki nüfus azalmasını, 2015 -2023 arası nüfus artışı izleyecektir. Bu süreçte, ortaöğretimi (muhtemelen 12 yıllık zorunlu eğitimi) yaygınlaştırma çabaları demografik baskı altında sürecektir.

➤ Yükseköğretim kademesi, 2015 - 2030 yılları arasında yeniden çağ nüfusu artışıyla karşı karşıya kalacaktır. Bu demografik baskı, yükseköğretimin yaygınlaşmasında kısmen de olsa güçlük yaratabilir.

Fırsatlar:

- Demografik geçiş sürecinde nüfus artış hızı yavaşlarken, çalışma çağındaki nüfusun artmaya devam ederek yüksek değerlere ulaşması "Demografik Fırsat Penceresi" olarak anılmaktadır. Çalışma çağı nüfusundaki artışa paralel olarak, istihdam fırsatlarının gelişmesi ile bu nüfusun istihdamı mümkün olacaktır. Ayrıca, çalışma çağındaki nüfusun eğitim ve sağlık hizmetleri önem kazanacaktır.

- Günümüzde çok düşük olan kadınların işgücüne katılma oranlarının ve istihdam oranlarının artması beklenen ve arzu edilen bir durumdur. Bir taraftan azalan doğurganlık kadınların işgücü piyasasına yönelmelerini kolaylaştırırken, diğer taraftan eğitim düzeylerinin yükselmesi kadınların işgücüne katılımını artıracaktır.

- İşgücü talebinin yaratılabileceği bir ortam geliştirmek için işgücü piyasasında gerekli düzenlemelerin yapılması gerekecektir. Bunların yanında makroekonomik istikrarın sağlandığı kuvvetli ekonomik büyüme, üretkenlik artışı ve yatırımlar, istihdamın artmasını sağlayacak temel unsurlardır.

Sonuç olarak 2050 yılı Türkiye'sinin sağlıklı, eğitilmiş, işgücü piyasasındaki sorunlarını çözmüş, çocuk ve yaşlı nüfusuna gerekli hizmetleri verebilen bir ülke olması mümkündür. Bunun için bugünden başlayarak planlar yapılmalı ve planlara yönelik uygulamalar, yöneticiler tarafından titizlikle hayata geçirilerek takip

edilmelidir. Türkiye, 2050 yılına kadar olan demografik gelişimini dikkate alarak bir nüfus planını gerekçeleri ile beraber ortaya koymalı ve politikalarını gönüllü toplum kuruluşları ile işbirliği içinde hazırlamalıdır.

B) ŞEHİRLEŞME

Akıllı şehir

Akıllı bir şehrin; akıllı ekonomi, akıllı hareketlilik, akıllı çevre, akıllı insan, akıllı yaşam, akıllı yönetim gibi altı temel özelliğe sahip olması gerekli görülmektedir. Bu özellikler aşağıda sıralanan alt başlıkları da içermelidir ⁴⁹

Akıllı ekonomi: Yenilikçi ruh, girişimcilik, ekonomik imaj ve ticari markalaşma, üretkenlik / verimlilik, iş piyasalarının esnekliği, uluslararası yer edinme nitelikleri ve uyum kapasitesi

Akıllı hareketlilik: Yerel, ulusal ve uluslararası erişilebilirlik ve kullanılabilir bilişim altyapısı ve sürdürülebilir - yenilikçi - güvenli ulaşım sistemleri

Akıllı çevre: Çekici doğal koşullar, çevresel koruma yaklaşımları ve doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi

Akıllı insan: Sosyal ve etnik çeşitlilik bakımından zengin bir toplum yapısı içinde bulunan, bilgi bakımından yeterlik düzeyi gelişmiş, hayat boyu öğrenmeye eğilimli, esnek, yaratıcı, kozmopolit / açık görüşlü ve kamusal yaşama katılımlı

Akıllı yaşam: Turistik ve kültürel aktiviteler bakımından zengin, sağlık ve eğitim imkanlarına erişim sağlayan, yeşil ve akıllı tasarım bakımından kaliteli konut niteliğine sahip, bireysel güvenlik ve sosyal uyum sistemleri

Akıllı yönetim: Karar verme sürecinde katılım, kamusal ve sosyal servisler, şeffaf yönetim anlayışını yansıtan politika stratejileri ve perspektifler gibi özelliklere sahip olmak

⁴⁹(EU - Smarter Cities Model; <http://www.smart-cities.eu/model.html>)

C) KENTSEL ULAŖTIRMA

Bir yandan ulaŖtırmadan kaynaklanan olumsuz çevresel etkileri azaltma isteği, diğer yandan mallara, hizmetlere ve sosyo - ekonomik etkinliklere kolay ve kaliteli erişebilirliğin sağlanması talepleri, kentsel ulaŖımda yeni planlama yaklaşımlarını ve politikaları gerekli kılmaktadır.

Enerji Arzı ve Talebi

a) Fosil yakıtlar egemen: Enerji arzındaki önemli kısıtlamalara ve ulaŖtırma araçlarındaki enerji verimliliği konusundaki gelişmelere karşı fosil yakıtlar gelecekte de egemen olmaya devam edecektir. Enerji büyük çoğunluğun erişemeyeceği kadar kıt ve pahalı olacak, bu durum özel araçlar yerine toplu taşıma sistemlerinin kullanımını arttıracaktır. Hareketlilik seçenekleri kısıtlı olacaktır.

b) Alternatif enerji kaynakları egemen: Alternatif enerji kaynakları (elektrik, güneş enerjisi, hidrojen yakıtı, biyoyakıtlar) daha ödenebilir ve yaygın olarak kullanılabilir hale gelecektir. Geleneksel petrol arzı en üst düzeye çıkacak; alternatif enerji kullanımındaki maliyet azalması ve teknolojik atılımlarla kullanılan enerji karışımı değişecektir. Örneğin, yenilenebilir enerji kaynaklarına önemli bir geçiş söz konusu olursa elektrik, güneş enerjisi ve hidrojen yakıtla çalışan araçların kullanımı artacaktır. Elektrikli ya da hibrid kişisel araçlar, raylı sistem ve elektrikli otobüs kullanımı artacaktır.

2. Teknolojik Gelişme

Önümüzdeki süreçte akıllı iletişim sistemlerine dayanan yeniliklerin gelecekteki yaşamımızın önemli bir özelliği olacağı kesindir. Akıllı iletişim sistemi ve ulaŖım ağları ile birbirlerine kesintisiz biçimde bağlanacak kentlerde insanların mallara, hizmetlere ve diğer insanlara daha az fiziksel ulaŖım ihtiyacı ile daha iyi erişimi mümkün olabilecektir. UlaŖtırma teknolojisindeki yenilikler; tıkanma, karbon salımları ve trafik güvenliği sorunlarına yanıt verecek taşıt tasarımlarını, yeni ve az kirleten çekim sistemlerini ve enerji kaynakları konusundaki daha ileri değişiklikleri içerecektir. En çok beklenen eğilim, düşük karbonlu çekim sistemlerini de içeren

elektrikli araçların geliştirilmesidir. Diğer olasılıklar ise yerel olarak üretilen hidrojen ya da sürdürülebilir biyoyakıt kullanan otomobiller ve otobüslerdir.

İstanbul'da 2023 yılında 461 km'lik raylı sistem ağının tamamlanması için 27,1 milyar dolar yatırım gerektiği hesaplanmıştır.⁵⁰

Bu doğrultuda 2050 yılına doğru Türkiye'nin kentsel ulaşırma hedeflerini gerçekleştirmesinin önünde bazı engeller olabilecektir. Öte yandan bu süreç fırsatları da beraberinde getirecektir. Aşağıda söz konusu tehdit ve fırsatlar özetlenmektedir.

Riskler:

- Teknoloji üretiminin sınırlı kalması
- Rekabette büyük oyuncular bulunması
- Trend öngörülerinde yanlısamlar olması
- AR-GE çalışmalarının yetersiz kalması
- Gelir dağılımı ve bölgesel gelişmişlik farklılıklarının büyük olması
- Katılımcı ve şeffaf yönetim konusunda isteksizlik ve direnç olması
- Kente ilişkin konularda toplumsal farkındalık ve bilinç eksikliğinin giderilmemesi

Fırsatlar:

- Turizm cazibesinin artması
- Enerji kaynaklı risklerin azalması
- Ulaşırma altyapı yatırımları ve işletmesinde özel kesimin payının artması
- Girdi maliyetlerinin azalması
- Ulaşırma altyapısının geliştirilmesi

⁵⁰(JICA& İBB, 2008, Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı'nın (JICA) ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi İBB, sismik araştırmalar projesi)

- Büyük kentlerde raylı sistem ağlarının yaygınlaştırılması
- Alım gücünün artması
- Geri kazanım vb. geri dönüşüm sektörlerinde büyük artış görülmesi
- Yenilenebilir enerji sektöründe sıçrama olması
- AR-GE ve inovasyonda gelişme ve istihdamın artması

D) ENERJİ

Sürdürülebilir kalkınma vizyonu ile kısa vadeli maliyetlere katlanılarak uzun dönemli faydalara ulaşılabilir. Başta sanayi olmak üzere sektörlerin rekabet gücünü artırabilmek için, kaliteli enerjinin uygun fiyattan temin edilebilmesi ve verimli kullanılabilmesi gerekmektedir.

Yapılan projeksiyonlara göre enerji tüketiminin, 2020 yılına kadar olan dönemde de yıllık ortalama %4 oranında artması beklenmektedir.⁵¹ Enerji tüketimimizin yaklaşık %70'i ithalat edilen fosil yakıtlar tarafından karşılanmaktadır.

Enerji kaynaklarını çeşitlendirmeye, sera gazı emisyonlarını azaltmaya ve eşzamanlı olarak ekonomik büyümeye odaklanan bir ülkede, enerji üretiminde ithalata bağımlı yakıtların %70 düzeyinde kullanılması sürdürülebilir değildir.

Türkiye'de enerjide arz güvenliği ile temiz enerji sağlanması arasında hassas bir denge bulunmaktadır. Doğalgaz görece daha temiz ancak ithalata bağımlı bir alternatif sunmaktadır. Düşük karbonlu ekonomiye geçiş ile daha az örtüşen termik santraller ise ülkemiz arz güvenliği açısından önemli bir yer teşkil etmektedir. Bunlar ayrıca görece daha ucuz enerji de sağlayarak ekonominin rekabet gücünü artırmaktadır.

Düşük karbonlu ekonomiye geçiş potansiyelimizi değerlendirirken, yeni kurulacak kömür santrallerinin yüksek verimli şekilde tasarlanması, mevcut santrallerin de teknolojilerinin yenilenecek daha verimli çalışmalarının sağlanması ülkemiz açısından bir politika tercihi olarak benimsenmelidir.

⁵¹<http://www.enerji.gov.tr/index.php?sf=webpages&b=enerji>

Yenilenebilir enerji kaynaklarının elektrik üretimi içerisindeki payının 2023 yılında en az %30 olması bir hedef olarak belirlenmiştir. Söz konusu hedef, AB'nin "yenilenebilir enerji kaynakları" tanımına girmeyen büyük hidroelektrik santralleri de içermektedir. Söz konusu hidroelektrik santrallerinin çevre dostu bir vizyonla gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Hidroelektrik enerji potansiyelimizin tamamının 2020'li yıllarda kullanılmış olacağı öngörülmektedir. Bir başka deyişle; 2020'li yıllara geldiğimizde bugünkü kurulu gücümüzün yaklaşık %32'sini oluşturan hidroelektrik santrallerinde teknik ve ekonomik potansiyel tamamen kullanıma girmiş olacaktır. Bu durumun bilincinde olarak yenilenebilir enerji kaynak yatırımlarının çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Küresel enerji talebi artarken, iklim ve enerji politikaları uzun dönemli, pazar odaklı, uygun maliyetli, yenilikçiliğe ve yeni teknolojilerin ticarileşmesine uyumlu olmalıdır.

Türkiye'de gelişen bir piyasa ekonomisi olan Türkiye'de enerji tüketimi ekonomik daralmada GSYİH'dan daha düşük bir hızla azalmakta, ekonomik genişlemede ise GSYİH'dan daha hızlı bir şekilde artmaktadır.

Bu doğrultuda, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın 2005 yılı öngörülleri, sadece elektrik sektöründe 2020 yılına kadar %150 oranında ve yaklaşık 100 milyar dolar olmak üzere ek kapasite yatırımlarına ihtiyaç duyulduğu yönündedir. Toplam yatırımların mali karşılığı ise yaklaşık 130 milyar dolar olarak öngörülmektedir.

Tablo 9: Enerji Sektörü Yatırım İhtiyaçları Projeksiyonu, 2005-2050

Sektörler	Yatırım (M\$)
	5,109
Petrol	16,000
Doğalgaz	2700
Elektrik	104,765
DSİ EÜAİ	6,093 458
Yeni Üretim Yatırımları	91,276
İletim	938
Dağıtım	6,000
TOPLAM	128,574

Kaynak: ETKB (Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, www.enerji.gov.tr)

Rekabetçi bir piyasa yapısının tesisi için sektörün liberalizasyonu ve bu süreç içerisinde de enerji sektöründe öngörülebilirliği sağlayacak düzenlemelerin hayata geçirilmesi şarttır.

Türkiye'de enerji borsasının kurulması vasıtası ile doğru işleyen bir enerji piyasasının oluşturulması, ülkemizin çevre ülkelere nazaran ölçek avantajını ve coğrafi konumunu kullanarak Güney Doğu Avrupa Enerji Piyasalarında, Almanya'nın Kıta Avrupası'ndaki rolüne benzer bir rolü de elde etmiş olacaktır.

Türkiye, yenilenebilir enerji yatırımı, alım garantisi ve tarifelerin yetersizliğinden dolayı uluslararası kredilere uyumlu olmak için gereken ayrıntılı raporlama işlemleriyle karşı karşıyadır. Finansal araçların pazar gereksinimlerini sağlayacak düzenlemeler uygulamaya alınmalıdır. Yenilenebilir Enerji Kanunu, teknolojik çeşitlendirme ve maliyet bazlı elverişlilik analizine göre güncellenmelidir. Bu tarz bir mevzuat değişikliği yenilenebilir enerji yatırımlarını destekleyecektir. Enerji sektörüne sağlanacak destekler 2012 sonrası geliştirilecek uluslararası mekanizmalar ile de paralel olmalıdır. Ayrıca söz konusu Kanun'un ikincil mevzuatı da ivedilikle çıkartılmalıdır.

Üretici tarafından yenilenebilir enerji yatırımlarını destekleyecek politikaların üretilmesinin yanı sıra, tüketici politikalarının şekillendirilmesi de yenilenebilir enerji kaynaklarının toplam enerjideki payının artırılması açısından önem taşımaktadır.

Tüketicilere yönelik olarak, kullanılan enerjinin yenilenebilir kaynaklarla üretildiğini gösteren yeşil sertifikaların Türkiye'de uygulanması, yenilenebilir enerji üretim ve tüketiminin teşvik edilmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

Enerji sektörünün sürdürülebilir büyümesini sağlayacak bu gelişmeler ile sektörün toplam sanayi içerisindeki ağırlığı artacak ve bununla birlikte diğer sektörler (imalat, ulaşım, inşaat, finans vb.) ile olan ileri - geri bağlantıları sayesinde ekonomi genelinde üretim artışına önemli katkı sağlayacaktır.

Hemen her sektör için bir girdi olarak kullanılan enerji sektörünün verimliliğinin artması ile birim maliyetler gerileyecek ve dolayısıyla karlılık artacaktır. Yerli ve yenilenebilir enerjinin üretimdeki payının artması daha dengeli bir kaynak

yapısı oluşturacağından, dışsal fiyat hareketleri nedeniyle oluşan belirsizlik azalacak ve iktisadi öngörülebilirlik artacaktır. Bütün bu gelişmeler enerjinin hem ekonomi, hem de çevre açısından önemine paralel olarak ülkemizin sürdürülebilirlik vizyonuna önemli katkı sağlayabilecektir.

2023 yılına kadar, ülke genelindeki kömürlü termik santrallerin atık ısı geri kazanımı dahil ortalama toplam çevrim verimleri %45'in üzerine çıkarılacaktır.(EİE, 2011).

Verimlilik artırıcı önlemler

Elektrik İşleri Etüt İdaresi (EİE)'nin, 2011-2023 enerji verimliliği strateji belgesinde belirlenmiş olan hedefler aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Sanayideki her bir alt sektörün indirgenmiş enerji yoğunlukları %10'dan az olmamak üzere sektör işbirlikleri ile belirlenecek oranlarda azaltılacak, bu amaçla yapılacak etütlerin finansmanı EİE tarafından sağlanacak ve sonuçlar "Sanayi Enerji Verimliliği Envanteri" halinde derlenerek elektronik ortamda yayımlanacaktır.

- Sanayi sektöründe, enerji yöneticisi görevlendirmekle veya enerji yönetim birimi kurmakla yükümlü işletmelerin ve OSB'lerin TSE veya akredite uluslararası kuruluşlar tarafından yayımlanmış enerji yönetimi standardı belgesine sahip olmaları gerekmektedir.

- Yılda 5.000 TEP üzerinde enerji tüketen işletmelerde enerji etütlerinin periyodik olarak yapılması suretiyle, alınması gerekli önlemlerin, enerji tasarruf potansiyelinin ve bunların maliyetlerinin belirlenerek uygulamaya ilişkin eylem planlarının hazırlanması sağlanacaktır.

- Elektrik enerjisinden tasarruf sağlanmasını, teknolojik iyileştirme veya araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) sonuçlarına dayanan özgün tasarımları ve yenilenebilir enerji kullanımını kapsayan projelerde destek tavanı 1.000.000 TL'ye çıkartılacaktır.

- Enerji Verimliliği Kanunu'nda ve diğer ilgili kanunlarda değişiklik yapılmasına dair kanun tasarısı hazırlıkları ve yürürlükteki kanunlar çerçevesinde yapılabilecek ikincil mevzuat düzenlemeleri ile tüzel kişilerin Enerji Verimliliği

Koordinasyon Kurulunu (EVKK) tarafından onaylanmış projeleri için ilave destek mekanizmalarının geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılacaktır.

- 2015 yılı sonuna kadar ülke genelindeki sertifikalı enerji yöneticisi sayısı en az 5.000 kişiye ve sanayi sektörlerinde uzmanlaşmış Enerji Verimliliği Danışmanı (EVD) sayısı en az 50 şirkete çıkarılacaktır. 2023 yılına kadar enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kaynakları alanlarında, yurt içinde gerçekleştirilen AR-GE sonuçlarına dayanarak üretime aktarılmış özgün tasarım ve/veya ürün sayısı en az 50 olacaktır.

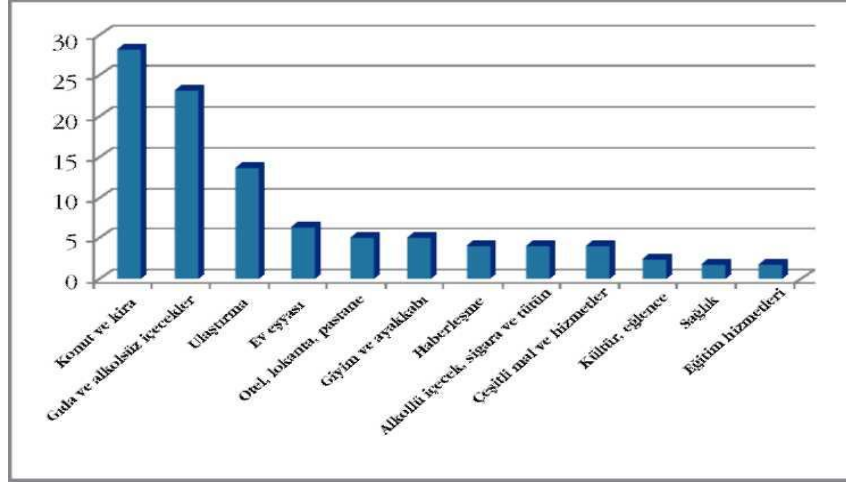
- Karbon Borsası oluşturulmasına yönelik yol haritası veya bir Strateji Belgesi hazırlanacaktır⁵² (EİE, 2011).

Tüketim alışkanlıkları

Sürdürülebilir kalkınma araçlarından biri olan eko-etiketleme, bir ürünün üretiminin tüm aşamalarındaki ekolojik gelişimi ile ilgili olarak tüketiciyi bilgilendiren gönüllü etiketleme sistemidir. Eko-etiket planı gönüllü bir uygulama olması nedeniyle ticaret için engel oluşturmamaktadır; aksine bu ürünlerin üreticilerine rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Türkiye'de eko-etiket planının uygulanması, eko-etiketli ürünlerin uluslararası pazarlara girebilmesi açısından avantaj sağlayacaktır. Eko-etiket uygulaması, ürünlerin AB ve AEA ülkelerinde rekabet edebilirlik düzeyini yükseltecektir. En geçerli ve güvenilir eko etiketler, devlet veya sivil toplum kuruluşları gibi üçüncü bir kurum tarafından onaylanan etiketlerdir. Çevre dostu ticari mal ve hizmetlerde KDV indirimi uygulanması ile kaynak kullanımı, enerji tasarrufu ve daha az atık üreten teknolojileri kullanarak üretim maliyeti düşürülmüş olan eko-etiketli ürünlerin fiyatının, diğer ürünlere göre düşük olması tüketicilerin bu ürünleri seçmesinde fayda sağlayacaktır.

⁵²EİE, 2011 Yenilebilir Enerji Genel Müdürlüğü. Enerji Verimliliği Stratejisi Belgesi 2011-2023, http://www.eie.gov.tr/duyurular/EV/EV-Strateji_Belgesi/ENVER_Strateji_Belgesi-Taslak-20110525.pdf

Grafik 7: Sektörlerin Yıllar İtibariyle Payları



Kaynak: TÜİK,2010

2050 yılında 100 milyon nüfusa ulaşmış Türkiye'nin sürdürülebilir refah ve ekonomiye sahip olması küresel etkileşim içinde değişimi takip etmesiyle sağlanabilecektir. 2050 vizyonu ülkelerin kendi başlarına benimseyebilecekleri bir yaklaşımdan ziyade, tüm ülkelerin koordinasyon içinde ortak hedefi olması durumunda başarıya ulaşacaktır.⁵³

BÖLÜM X. TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ (2023)⁵⁴

1) GENEL BİR BAKIŞ

Türkiye Turizm Stratejisi, turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmiştir. Türkiye Turizm Stratejisi - 2023 çalışmasının temelinde yer alan bu yaklaşım, çalışmanın noktasal değil bölgesel, emredici değil yönlendirici, statik değil dinamik bir çerçevede geliştirilmesini olanaklı kılmaktadır.

⁵³“Vizyon 2050 Türkiye Raporu” Özet Bulgular, 27 Eylül 2011, TS/BAS-BÜL/11-76

⁵⁴TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ (2023), KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI ANKARA, 2007. <http://mevzuat.dpt.gov.tr/ypk/2007/04.htm> resmi gazete, **Tarih:** 28/2/2007, **Karar:** 2007/4

Türkiye Turizm Stratejisi - 2023 çalışması 9. Kalkınma Planı (2007 - 2013) hedefleri ile uyum içindedir.⁵⁵

Ülkemiz kıyı turizmi yanı sıra, alternatif turizm (sağlık ve termal turizm, kış sporları dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko turizm, kongre ve fuar turizmi, kruvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi, v.b.) gibi turizm türleri açısından da eşsiz imkanlara sahip bulunmaktadır Bununla birlikte, bu potansiyel rasyonel anlamda kullanılamamaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, ülkemizin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek ülkemizin turizmden alacağı payı arttırmayı hedef almaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023'ün öngördüğü hedeflerle ülkemizin her yanına dağılmış durumda bulunan sağlık, termal, yayla, kış ve dağ sporları, kültürel açıdan önemli yer ve yerleşmelerin tek tek ele alınmasından çok bunların birbirleriyle entegrasyonu sayesinde daha cazip ve daha güçlü alternatif varış noktaları ve güzergâhlar oluşturulacaktır.

Türkiye'de turizmde kitle turizmine yönelik gelişmeler ve turizm planlamasına parçacı yaklaşımlar sonucunda;

- Akdeniz ve Ege kıyı kesiminde aşırı yığılma,
- Kıyı gerisi ve çevresi alanlarda çarpık kentleşme/yapılaşma,
- Altyapı yetersizliği ve çevre sorunları ortaya çıkmıştır.

Planlama kısmında, turizm sektöründeki planlamanın esnek, şeffaf, ve hesap verebilir, yönetim ve uygulama etaplarında katılımcı ve sürdürülebilir gelişim niteliklerine sahip stratejik planlama anlayışına dayanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Yatırım kısmında ise, genel olarak, sektörde Katma Değer Vergisi (KDV) indiriminin yatırımları hızlandıracağı, turizm sektöründe yatırım ve danışmanlık hizmeti veren firmaların belirli standartlara getirilmesi belge verilmesi,

⁵⁵<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906.ttstratejisi2023pdf.pdf?0>

bölgeye ve turizm türüne özgü yıllık teşvik sistemlerinin gerekliliği gibi konular ele alınmaktadır.

Tanıtım ve Pazarlama kısmında reklam kampanyaları, markalaşma ve imajın öneminin altı çizilirken, Eğitim kısmında, turizm sektöründeki eğitimin ölçülebilir sonuçlar içermesi, sektörde yer alan aktörlerin sürekli eğitimle niteliklerinin iyileştirilmesi ve turizm eğitiminin nitelik ve nicelik olarak üst ölçekli kararlar düzeyinde yönlendirilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın etkin rol oynamasına vurgu yapılmaktadır.

Yeni varış noktalarına ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, ulaşımında niteliğin yükseltilmesi için bölünmüş yol, hızlı tren hatları, havaalanları, kurvaziyer ve yat limanları gibi birçok ulaşım alternatifi önerilmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Belgesi'nde belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmalar tamamlanması, geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki altyapı ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda, 2023 yılında, 63 milyon turist, 86 milyar \$ dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 \$ harcamaya ulaşılması öngörülmektedir.

2. YENİ UFUKLARA DOĞRU TÜRKİYE TURİZMİ

2.1. VİZYON

Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanmasıdır.

2.2. VİZYONA YÖNELİK İLKELER

- Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,

- Turizmde rekabetin ucuz ürün yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak sağlanması,
- Var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulması,
- Turizm gelişiminin hükümetlerin sosyo-ekonomik hedeflerini desteklemesi,
- Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- Uluslararası işbirliğinin güçlendirilmesi,
- Sektörel gelişme politikaları ve hedeflerinin genel ulusal gelişme politikaları ve hedefleri ile uyumlu olması,
- Küresel eğilim taleplerinin izlenmesi ve buna yönelik planlama ve uygulamalar yapılması,
- Turizmin varış noktası odaklı ve çok fonksiyonlu olarak geliştirilmesi,
- Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi,
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlamanın etkin kılınması,
- Yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine entegrasyonunu sağlayarak çok çeşitli turizm imkanlarını sağlık, eğitim, v.b. farklı sektörel kullanımlarla bir arada sunulabilen alternatif turizm odaklı (sağlık ve termal, golf, kış sporları, doğa turizmi vb.) turizm kentlerinin oluşturulması,
- Turist profili odaklı turizm ürünü oluşturulması,
- Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması,
- Turizmin geri kalmış bölgeler ve özellikle dezavantajlı grupların sosyo-ekonomik konumlarının güçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılması,

- Turizmle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğinin özendirilerek kamunun yükünün hafifletilmesi,
- Turizm sektöründeki karar verme süreçlerinde merkezi-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve işbirliği içinde olmasının sağlandığı yönetim mekanizmalarının işler kılınması,
- Turizm planlamasının bütüncül planlama yaklaşımı ile merkezi-yerel yönetimlerin eşgüdümü sağlanarak, yönetsel organizasyonun ve finans olanaklarının birlikte ele alınması,
- Turizm eğitimi ile işgücü kalitesinin artırılması ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanması,
- Turizmin yoğunlaştığı yerlerde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunlarının yerel yönetimlerin ve özel sektörün de katkılarıyla çözümlenmesi,
- Yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama ünitelerinin desteklenmesi,

3)TURİZM SEKTÖRÜNÜN GÜÇLENDİRİLMESİNE YÖNELİK STRATEJİLER⁵⁶

Turizm faaliyetlerinin ulusal ve bölgesel düzeyde gelişebilmesi için gerek Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından ulusal kalkınma planlarında geliştirilen makro politikalara gerekse Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sektörle ilgili geliştirilen planlara uygun olarak öncelikli bölgeler ve alanların belirlenmesi ve bu alanlar için gerekli altyapı yatırımlarının ilgili kurum ve kuruluşların yatırım programlarına girmesi ile gerçekleştirilebilecektir.

Turizm Merkezleri ve Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerine yönelik yeni planlama yaklaşımı kesin arazi kullanım kararları yerine eylemlerden

⁵⁶2023 Türkiye Turizm stratejisi eylem planı /

http://izka.org.tr/files/planlama/1_Ust_Olcekli_Plan_Programlar/Turkiye_Turizm_Strateji.pdf

<http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>

yola çıkan *esnek ve stratejik* bir planlama anlayışını benimseyerek, bütüncül ve dinamik bir yapıyı hedeflemektedir.

3.1 2023 YILI HEDEFLERİ

- Fiziki planlama uygulanması ile ilgili eksikliği çeşitli yasal koordinasyon düzenlemelerle ortadan kaldırılacaktır.

- Yerel düzeyde turizm potansiyeli bulunan alanlarda sorun odaklı planlama anlayışı yerine, planlama çalışmaları bütüncül olarak ele alınacaktır.

- Parçacı ve parsel bazında gelişen planlama pratiği sona erdirilerek **dünya çapında yarışabilir turizm kentleri** oluşturulacaktır.

- Yerel düzeyde plan onama yetkisine sahip kurum ve kuruluşlara teknik personel desteği sağlanacak, böylece yerel bazda turizm gelişimi yönlendirilecektir.

- Yerel ölçekte nokta bazında Konseylerin işler kılınması ile Yerel Gündem 21 gibi katılımcı mekanizmaların oluşturulması sağlanacaktır. Yerel ölçekte turizm gelişim bölgelerinin seçiminde organize turizm faaliyetlerinin geliştirilebileceği geniş alanlar tercih edilecek, mülkiyet, altyapı ve çevre gibi konular için de çözüm önerileri ve sistemli bir yapılanma sağlanacaktır.

Turizm sektörü fiziksel planlama başta olmak üzere, örgütlenme modelleri, finansman alternatifleri ve yasal dayanakları ile bir arada planlanmalıdır. Bu çerçevede,

1. Turizm sektörü sağlıklı bir şekilde yapılandırılması ve verimliliğin sağlanabilmesi için gelişimini pazar gerçeğine dayandıran,

2. Gerek yatırım ortamının rehabilitasyonuna gerekse de gelişen dünya eğilimlerine ve yeni taleplere cevap veren,

3. Taşıma kapasitelerini aşmadan, turizm kaynaklarını koruma ve dengeli kalkınma anlayışı içinde kullanan,

4. Yapılan ve yapılacak yeni yasal düzenlemelerle otel odaklı turizm gelişmesinden daha çok tarih, kültür, sanat vb. değerler odaklı turizm gelişmesine yani varış noktası odaklı turizm anlayışı ile halkın talep ve beklentilerine cevap veren, bünyesinde birden fazla aktiviteleri, değerleri yaşatan, koruyan, üreten ve istihdama da olumlu katkılar sağlayan bir "alan yönetimi" modelini geliştiren,

5. Doğa, kültür, sosyal yapı üzerinde olumsuz etki yaratmayan, döviz ve istihdam boyutlarıyla ekonomik gelişime güçlü katkılar sağlayan, talebi örgütleyen, turizm sektörünün gelişimi için ortam yaratan, uygulama imkanlarını da içinde barındıran ve birbiriyle entegre projeler üreten,

6. Turizm sektöründe altyapı, çevre, ulaşım, konaklama, kültür, tarih ve sanat alanında toplam kalite kriterlerine uygun hizmet sunan, çarpık kentleşme ve yapılaşmayı önleyen, bozulmuş olan kent ve kentsel mekanları iyileştiren, bir yapı hedeflenmelidir.

3.2 VARIŞ NOKTASI ODAKLI PLANLAMA

İhtisaslaşmış turizm alanlarında, turizm tesislerinin geliştirilmesine öncelik veren çalışmalar yapılacaktır. Fiziki planlar, **yazılı rapor ve temel gelişme aksının** tespit edildiği **ana şemadan** oluşacaktır. Sadece arazi kullanımına ilişkin değil, fiziksel çevre, istihdam, sosyal hizmetler ve örgütlenme gibi tüm bileşenlere ilişkin **stratejik kararları** da üretecektir.

3.2.1 2023 YILI HEDEFLERİ

- Turizmin geliştirilmesine yönelik bir takım tedbirler alınarak sektörün genel olarak ekonomiye katkı sağlaması açısından bazı teşvikler sunulacaktır.

- Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ) tanımına giren turizm konaklama tesislerinin yanısıra seyahat acentelerinin de bu destekten yararlandırılmalarını sağlayacak vergi rejiminde düzenlemeler yapılacaktır.

- Turizm yatırımlarının kısa dönemde yenilenmesine yönelik ihtiyaçları giderilecektir.

- Turizmin çeşitlendirilmesini, tüm yıla ve yurda yayılmasına imkan veren projeler geliştirilerek tüm bölgelere de yatırım yapılması teşvik edilecektir.

- Öncelikli turizm türlerine (kültür, termal ve kış turizmi) ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirilecektir.

- Turizm sektörünün başarısı etkin bir yönetim organizasyonunun sağlanması ile mümkündür. Bu bağlamda sektörde hem alan yönetiminde hem de kurumsal yönetimde etkin bir örgütlenme oluşturulacaktır.

Ayrıca kültür ve turizm bakanlığı çerçevesinde yeni birimler oluşturulacaktır:

- Ulusal Turizm Belgeleme (Akreditasyon) Birimi'nin,
- İç Turizm Araştırma ve Yönlendirme Birimi'nin,
- Turizm Eğitimini Yönlendirme Birimi'nin
- Ulusal Turizm Veri Bankası Birimi'nin **kurulması hedeflenmektedir.**
- Ulusal Turizm Konseyi oluşturulacaktır.

3.3 İÇ TURİZM

İç turizm pazarının başarısına yönelik olarak kamu özel sektör ve turizmdeki sektör kuruluşları ve STK'lar arasında güçlü bir işbirliği ve eşgüdüm sağlanacaktır. Bu doğrultuda, ulusal ve yerel ölçekte tarih, doğa ve kültür bilincinin gelişmesi için medya, eğitim ve öğretim kurumları ile çeşitli programlar ve kampanyalar düzenlenerek yerli turistlerin tatile özendirilmesi sağlanacaktır. Bu faaliyetler, turizm gelirlerinde iç turizmin payının yükselmesine yol açmakla kalmayıp, tarihi ve kültürel değerlerin tanınıp, korunmasında da büyük rol oynayacaktır.

Türkiye'nin her bölgesinde alternatif turizm geliştirilecektir. Bu çerçevede, yeni geliştirilmesi planlanan varış noktalarında konaklama kapasitesi geliştirilecek ve ulaşımın niteliği iyileştirilerek varış noktaları arasındaki seyahat olanaklarının geliştirilmesini hedefleyen çalışmalar yapılacaktır.

Türkiye'deki iç turizm payının ve gelirinin artırılabilmesi için farklı turistik ürün, tesis ve program alternatiflerinin oluşturulması ve ülke turistik değerlerinin tanıtılması sağlanacaktır.

Türkiye'de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır.

Türkiye'de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır.

3.4 ARAŞTIRMA GELİŞTİRME

Turizm sektörü, uluslararası anlamda rekabetçi, yenilikçi ve araştırmacı bir şekilde sürdürülebilir gelişim doğrultusunda yönlendirilecektir. Bunun için, bölgesel gelişimin sağlanabilmesi amacıyla, turizm arzı anlamında bölgesel çekiciliklerin rekabet edebilirliklerini ve çeşitliliğini artırılması, orta ve küçük ölçekli işletmelere teknik ve danışmanlık yardımlarının sağlanması, yurt içi pazarda talebin artırılması yönünde çalışmaların yapılması hedeflenmektedir.

HEDEFE DOĞRU

Markalaşma: Turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınması için;

- Türkiye İmajı Oluşturulması; uluslararası ve ulusal pazarlarda net bir imajın oluşturulması,
- Bölgesel ve Yerel olarak Turizm İmajı Oluşturulması; pazarlama faaliyetlerinde bir bütün halinde hareket edilmesi ve bölgesel değerlerin ön plana çıkarılması yoluyla varış noktalarının marka haline getirilmesi sağlanacaktır.

3.5 ULAŞIM VE ALTYAPI STRATEJİSİ

Ülkemizde turizm potansiyelinin çok yüksek olduğu Akdeniz ve Ege sahillerinin altyapı sorunlarının çözülmesi için, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi'nin tamamlanması yönünde çalışmalar yapılacaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm potansiyeli yüksek ve turizm gelişiminin sağlandığı ve geliştirilmesi öngörülen alanlarda altyapının geliştirilmesinde yerel yönetimlerle işbirliği içinde çalışmalarını sürdürecektir.

Ülkemizin doğal, tarihi ve turistik değerlerini daha iyi tanıtmak amacıyla, turizmin öznesi olabilecek denizyolları ve demiryollarının kamu ve özel sektör işbirliği ile yenilenecek ve geliştirilecektir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm potansiyeli yüksek ve turizmin çeşitlendirilmesinin amaçlandığı alanlarda yerel yönetimlerle işbirliği, finansal destek vb. uygulamalar ile altyapıdaki eksikliklerin karşılanması için etkin bir çalışma sağlayacaktır.

Turizmin tüm yurda yayılması için gerek mevcut havaalanlarındaki eksikliklerin giderilmesine ve gerekse yeni havaalanlarının oluşumuna yönelik çalışmalar gerçekleştirilecektir.

Deniz turizmi sektöründe hızla gelişen bir diğer eğilim ise Mega Yat Limanlarıdır. İstanbul, Antalya, İzmir'deki yat limanlarının rehabilite edilerek Mega Yatları alacak şekilde geliştirilmeleri ile Türkiye turizminin yat turizminde aldığı payın artırılması sağlanacaktır.

3.6 TANITIM VE PAZARLAMA STRATEJİSİ

Turizm bölgesi tanıtımı ve pazar analizleri gibi ana konularda tanıtmanın baştan sona bilimsel analizler ve araştırmalara dayanacaktır.

Turizm pazarında yarışabilmek ve pazar payını kaybetmemek için imajın sürekliliği sağlanacaktır. Halkla ilişkiler araçları etkin bir şekilde kullanımı ön plana çıkartılacaktır.

Yeni tanıtım stratejilerinde halkla ilişkiler (PR) faaliyetlerine ağırlık verilecektir.

Varış noktalarında markalaşmaya gidilecek, ÷lke markalaşması yanında varış noktası markalaşması sağlanacak ve tanıtımda varış noktalarına ayrı yer verilmesi sağlanacaktır.

Türkiye turizminin uluslararası turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için her yıl turizmden elde edilen gelirin yüzde 1'nin tanıtıma ayrılması hedeflenmektedir.

Ayrıca, e-tanıtım, e-pazarlama ve e-ticaret gibi yeni gelişmekte olan ve turizmi etkileyen teknolojilere kamu ve özel sektörçe yeterli yatırım yapılacaktır.

3.7 TURİZMDE EĞİTİM STRATEJİSİ

Turizm eğitimi, turizm kaynaklarının farkına varılmasını, korunmasını ve ÷lke ekonomisine turizmin katkısının en üst seviyeye çıkarılmasını amaçlayacaktır. Eğitim kapsamında öğrencilere her turiste eşit ve dürüst hizmet verme ahlakı, konukseverlik ve uzun vadeli kazançları dikkate alma temel olarak verilecektir.

Turizm sektöründe nitelikli ve yeterli işgücünün yetiştirilmesi konusuna öncelik verilecektir.

Acenta ve rehberlerin hizmet içi eğitimlerle ve yaptırımlarla kalitelerinin yükseltilmesi sağlanacaktır. Turist rehberlerinin bir kuruluş altında birlik kurmaları temin edilerek rehberlerin eğitim yoluyla branşlaşmaları sağlanacaktır.

3.8 HİZMET KALİTESİ STRATEJİSİ

Hizmet kalitesinin ve standardının geliştirilmesi, sürekli gelişmeyi, müşteri ve çalışan memnuniyetini, katılımcılığı ön planda tutan bir yönetim anlayışını getirecektir. Böylece kalite uygulamalarının sürekliliğinin sağlanması işletmelerin hizmet standardını ve verimliliğini artıracak, rekabet gücü ve pazarlama açısından da işletmelere büyük yararlar sağlayacaktır.

Gelişmeye açık bir kalite sistemi ile hizmetler iyileştirilecektir. Böylelikle, verimlilik artacak, mevcut kaynaklar optimum kullanılacak ve işin hatasız yapılması ile hizmet maliyeti düşecek ve zamandan tasarruf edilecektir.

Artan rekabet koşulları göz önüne alınarak kalite konusunda bilinç geliştirilerek talep yaratılacak ve hizmetler zincirindeki kalite standartları arttırılarak yaygınlaştırılacaktır.

Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarlarda değişen tüketici tercihleri göz önüne alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacıyla alternatif turizm olanakları ile ilgili planlama faaliyetleri sürdürülecektir. Alternatif turizm olanakları yaratılarak talebin artırılmasını sağlamak ve iç turizmi geliştirmek amacıyla sektörün mevsimsellik özelliğini değiştirmeye yönelik yasal-yönetmelik düzenlemeler yapılacak, doğal, tarihi ve sosyal çevreyi koruyan ve sürdürülebilir kılan, karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitleri ön plana çıkarılacaktır.

Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için hizmet standardının yükseltilmesi öncelikle ele alınması gereken unsurdur. Bu amaçla, hizmet kalitesinin artırılarak müşteri memnuniyetinin maksimum düzeye çıkarılması ve süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturulması ve turizmde sürekli gelişme kavramının yerleşmesi sonucu yaratılacak talep ile turizm gelirlerinin artırılması hedeflenmektedir.

Kalite anlayışı turizmin her alanında ve her basamağına uygulanacaktır. Turizm sektöründeki kaliteyi arttırmak için mesleki eğitim desteklenecektir.

3.9 KENTSEL ÖLÇEKTE MARKALAŞMA STRATEJİSİ

Şehir turizmi metropol ölçeğindeki büyük şehirlerde gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Paris, Londra, Montreal ve Prag şehir turizminin yapıldığı en önemli kentler arasındadır. Şehir turizminde şehrin turizm potansiyeli ve çizdiği imaj çok önemlidir. Bu nedenle, şehrin tüm çekim noktalarının maksimum düzeyde kullanılması gereklidir. Ülkemizde öncü örnek olarak dünyanın en büyük turizm potansiyeline sahip metropollerinden biri olan İstanbul'da ve diğer büyük şehirlerimizden Ankara, İzmir ve Antalya'da şehir turizmi projesi başlatılması önerilmektedir.

2023 YILI HEDEFLERİ

- Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya'da şehir turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projeleri yaşama geçirilecektir.
- Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulacaktır.
- İç ve dış turizmde kültür turizmi hareketini artırmak için her yıl Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bir şehir "Kültür Turizmi Kenti" olarak ilan edilecektir.
- Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu yaptırılacaktır.
- Yöresel etkinlikler uluslararası standartlara uygun biçimde geliştirilecektir.
- Kültürel ve sanatsal gösterilerin sergileneceği tesisler ve mekanlar yapılacaktır.
- Yerel halkın soyut ve somut kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda bilinçlendirilmesi sağlanacaktır.
- Şehirlerimizin zengin kültürel mirasını vurgulayan ulusal uluslar arası düzeyde tanıtım ve pazarlama yapılması sağlanacaktır.

HEDEFLERE DOĞRU

a. Mimari düzenlemeler

- Uluslararası standartlarda şehir müzeleri kurulacak,
- Tarihi, kültürel ve mimari özelliği olan yapıların ve ören yerlerinin restorasyonu yapılacak,
- Tarihi dokuları ve eski merkezleri yenilenmesi projeleri hazırlanacak,
- Anıt, kale, su kemeri, sur, han, kervansaray v.b. tarihi yapıların ışıklandırma ve çevre düzenlemeleri yapılacak,

- Tarihi çekim noktalarının çevresinde turistik yeme-içme tesisleri yapılması,
- Ülkemizin meşhur el sanatlarından deri, halı, takı gibi ürünlerin sunulacağı Kapalıçarşı benzeri otantik alışveriş merkezleri yapılacak ve mevcut olanların iyileştirilmesi sağlanacak.

b. Ulaşım Sistemi ile ilgili Düzenlemeler

- Havaalanı otelleri yapılacak,
- Havaalanı-kent merkezi toplu taşıma sistemleri kurulacak,
- Kıyı şehirlerindeki iskele ve limanlarda düzenlemeye gidilecek,
- Deniz turizmi olanakları geliştirilecektir.

c. Kültürel Akıların düzenlenmesi

- Kongre turizmine yönelik tesis ve aktivitelerin canlandırılması çalışmaları başlatılacak,
- Fuar ve kongre merkezleri yapılacak,
- Sanat köyleri kurulacak,
- Ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyetler düzenlenecek,

d. Fiziksel -Sosyal Düzenlemeler

- Kent merkezinde turizm danışma büroları açılacak,
- Yerel idare ve ilgili kuruluşlar ile işbirliği yapılarak altyapı ve üstyapı eksiklikleri tamamlanacak,
- Yön levhaları ve bilgilendirme tabelaları konulacak,
- Şehir turları kapsamında tur güzergahını ve çekim noktalarını gösterir özel şehir haritaları ve broşürleri basılacak ve sahip olunan değerlerin gerek ülke çapında gerekse yurtdışında tanıtım ve pazarlaması yapılacaktır.

3.10. TURİZM ÇEŞİTLENDİRİLMESİ STRATEJİSİ

"Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kışturizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

a. Kış Turizmi:

- Ülkemizde kış turizmine elverişli alanların tespiti ve değerlendirmesi için kapsamlı bir analiz çalışması yapılacaktır.
- Varı ş noktası olabilecek şekilde belirlenen kış turizm bölgeleri ile termal turizm, kültür ve kongre turizmi, dağ ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türleri birlikte değerlendirilecek ve geliştirilecektir.
- Öncelikli olarak geliştirilecek alanlar kapsamında, ilgili yerel yönetimler ve Valilik ile işbirliği içerisinde yapılacak planlama çalışmaları, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sağlanacak arazi tahsis teşvikleri, altyapı çalışmaları ile geliştirilecektir.
- Kış turizminin gelişimi için, iç turizm teşvik edilerek ve gençler daha fazla bu spora yönlendirilmesi yönlendirilecektir.

b. Golf Turizmi:

- Ülkemizin golf sporuna uygun iklim yapısı, topografik özellikleri, zengin tarihi ve kültürel yapısı değerlendirilerek golf turisti çekimi arttırılacaktır.
- Ülkemizde yeni golf sahaları üretilecektir.

c. Deniz Turizmi:

- Ülkemizde önümüzdeki dönemde nitelikli ve sürdürülebilir deniz turizmi geliştirilecektir.
- Halihazırda Trabzon, Kuşadası, Samsun, İzmir, Antalya ve Mersin'de bulunan ve Kruvaziyer gemi kabul eden limanlar yenilenerek genişletilecektir.

- İstanbul'daki liman kapasitesi hızla geliştirilecektir.
- İstanbul, Antalya ve İzmir'de bulunan yat limanlarının mega yatları kabul edecek şekilde yenilenmesi sağlanacaktır.
- Özellikle Karadeniz'deki balıkçı barınaklarının yatları da kabul edecek hale getirilmesini sağlanacaktır.

d. Eko turizm:

Ülkemizde eko-turizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısı geliştirilecek ve niteliğinin arttırılacaktır.

e. Kongre ve Fuar Turizmi:

- Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin öncelikle ele alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirici çalışmalar yapılacaktır.
- Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslar arası havaalanına sahip olması sağlanacaktır.
- Her ilde bir kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse de uluslararası kongrelerin Türkiye'de yapılması için tanıtma, planlama ve uygulama projeleri yapılacaktır.
- Fuar turizminin geliştirilmesi için fuar şehirleri ve merkezleri belirlenerek fuar organizasyonlarını geliştirilecektir.
- Fuar etkinlikleri döviz kazandırıcı turizm ve hizmetler olarak ihracatın sürdürülebilmesi açısından "stratejik sektör" olarak değerlendirilecektir.

f. Sağlık Turizmi ve Termal Turizm:

Öncelikli olarak dört bölge için termal turizm master planı hazırlanacaktır. Bu bölgeler aşağıda verilmektedir.

1. **Güney Marmara:** Balıkesir, Çanakkale, Yalova
2. **Güney Ege:** Aydın, Denizli, Manisa, İzmir
3. **Frigya:** Afyonkarahisar, Ankara, Uşak, Eskişehir, Kütahya
4. **Orta Anadolu:** Aksaray, Kırşehir, Niğde, Nevşehir, Yozgat

Bu bölgelerde termal turizm merkezleri belirlenecek ve termal turizmin altyapı ve üstyapısının geliştirilmesine yönelik stratejiler hayata geçirilecektir.

Termal tesisler bir kompleks şeklinde planlanarak, otel ve kür merkezleri etrafında yeşil alanlar, koşu ve gezi parkurları,(aquapark gibi su oyunları v.b.) eğlence mekanları düzenlenerek çevre niteliği yükseltilecektir.

3.11 MEVCUT TURİZM ALANLARININ İYİLEŞTİRİLMESİ

Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıl yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması stratejisi izlenecektir.

Antalya, Muğla ve Aydın kıyı kesimlerinde deniz-kum-güneşten oluşan kitle turizmine yönelik tatil turizmi doygunluk noktasındadır. Bu nedenle, bu alanlarda; turistleri otelden çıkararak ikincil harcamaları artıracak, mevcut tesislerin 12 ay çalışmasını sağlayacak, turizm bölgesi açısından kıyı turizmi yanı sıra marka oluşumunu sağlayacak etkinlikler özendirilerek planlanacaktır.

Turizm Ürünü Çeşitlenmesi: Bu yörelerde turizm ürünü çeşitlendirilecektir.

4. TURİZM GELİŞİM BÖLGELERİ

Turizmin ülke coğrafyasında gelişmesinin temel koşullarından biri hiç şüphesiz ulaşım altyapısının niteliğinin iyileştirilerek çeşitlendirilmesidir. Bu kapsamda, geliştirilmesi öngörülen varış noktalarının ulaşım bağlantılarının havaalanı, bölünmüş yol, demiryolu ve deniz yolu bağlantıları ile güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Önümüzdeki dönemde geliştirilecek varış noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, eko-turizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile desteklenmesi eylem planının temel hedefidir.

TEMATİK BÖLGELER

Strateji kapsamında ülkemizde 9 adet tematik bölge önerilmektedir. Bu bölgelerin kapsadığı iller ve temaları aşağıda verilmektedir:

I. FRİGYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Eskişehir, Afyon, Kütahya ve Uşak illerini kapsayan bölgede kültür ve termal turizme dayalı olarak turizmin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

II. TROYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Çanakkale ve Balıkesir illerini içine alan "Troya Kuzey Ege Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" nin Sağlık ve Termal Turizm ve Kırsal Turizm çerçevesinde geliştirilmesi hedeflenmektedir.

III. APHRODİSYA Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi

Aydın ve Denizli illerini kapsayan, yirmiyi aşkın jeotermal kaynak bulunan "Aphrodisya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" sağlık ve termal turizm çerçevesinde geliştirilecektir.

IV. SÖĞÜT Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi

Bursa ve Bilecik illeri ile İznik ilçesini kapsayan bölge kültür turizmi çerçevesinde geliştirilecektir. Tarihi eski yolların tekrar canlandırılması ve mevcut kalıntıların restorasyonunun yapılması, uygun alanların açık hava müzesi şeklinde geliştirilmesi ve uluslararası düzeyde termal ve kültür turizm gelişim bölgesi olarak öne çıkarılması sağlanacaktır.

V. KAPADOKYA Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi

Kapadokya bölgesi zengin tarihi, kültürel, doğal zenginliklere sahip tarihi ve doğal yapı içerisinde gelişmiş özgün kentsel dokularını koruyabilmiş, Aksaray, Kayseri, Kırşehir, ve Nevşehir illerini kapsamaktadır.

VI.GÖLLER BÖLGESİ Eko-turizm Gelişim Bölgesi

Göller Bölgesi, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerinin ortasında yer almakta olup, Konya, Isparta, Afyon ve Burdur illerini kapsamaktadır.

VII. HİTİT Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Hitit Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi Çorum ve Yozgat illerini kapsamakta olup bölge kapsamında kültür turizmi geliştirilecektir.

VIII. URARTU Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Van ve Bitlis illerini kapsayan bölgede Kültürel ve tarihsel öğeler esas alınarak, bölgedeki şehirlerde kültür turizmin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, bölgede kıyı turizmi ve kış turizminin geliştirilmesi ile birlikte Van gölü ve çevresi ulusal ve uluslararası ölçekte kültürel bir varış noktası olarak öne çıkarılacaktır.

IX. GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi

Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak İllerini kapsayan bölgenin kültür turizminin yanı sıra golf turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, eko-turizm, yamaç paraşütü, trekking, su sporları, kanoculuk, kuş gözleme ve kongre turizmi gibi turizm türleri ile odaklı gelişimi sağlanacaktır.

5. TURİZM GELİŞİM KORİDORLARI

Turizm eylemi başlangıcından bitimine sosyal bir hareketliliktedir. Bu sosyal hareketlilik ulaşım ile sağlanmaktadır. Ülkemizde doğal, tarihi ve kültürel değerleri nedeniyle turistik anlamda öne çıkarılması gereken bazı güzergahlar bulunmaktadır. Bu güzergahların sahip oldukları turizm potansiyeli planlı bir şekilde kullanıma açılacaktır.

A.Turizm Gelişim Koridorları

Strateji kapsamında ülkemizde 7 adet tematik tematik turizm gelişim koridoru önerilmektedir.

Bu koridorların kapsadığı iller ve temaları aşağıda verilmektedir:

I. Zeytin Koridoru

Güney Marmara Zeytin Koridoru, Marmara Denizi'nin güneyinde kalan Bursa ili Gemlik ve Mudanya ilçeleri, Balıkesir ili Gönen, Bandırma ve Erdek İlçeleri, Çanakkale İli Ezine ilçesine kadar uzanan kıyı bölgesi ve çevresi, Erdek Kapıdağ Yarımadası ve kuzeyinde yer alan Avşa, Paşalimanı, Ekinli Adaları ile Marmara İlçesine bağlı Marmara adasının içinde bulunduğu bölgeyi kapsamaktadır.

II. Kış Koridoru

Kış Turizmin geliştirilmesi amacıyla çalışmaları sürdürülen "Kış Turizm Master Planı" kapsamında Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan illerini kapsayan bölgedeki mevcut ve potansiyel kış turizm merkezleri dikkate alınarak oluşturulan koridor boyunca yer alan, doğal, kültürel ve tarihi çekim kaynakları yakın çevredeki diğer değerlerle ilişkilendirilecek ve bölgenin kış turizmine hizmet verebilecek turizm çeşitliliği sağlanacaktır.

III. İnanç Turizmi Koridoru

İnanç Turizmi Koridoru olarak adlandırılan koridor, Tarsus'tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsamaktadır.

IV.İpek Yolu Turizm Koridoru

Tarihi İpek Yolu güzergâhının Anadolu'daki parçalarından biri olan ve İstanbul üzerinden Avrupa'ya ulaşan bölümü üzerinde bulunan Ayaş-Sapanca Koridoru, Adapazarı, Bolu ve Ankara illeri, Sapanca, Geyve, Taraklı, Göynük, Mudurnu, Beypazarı; Güdül ve Ayaş ilçelerini kapsamaktadır.

V.Batı Karadeniz Kıyı Koridoru

Batı Karadeniz Kıyı Koridorunun Şile -Sinop arasında uzanan takriben 500 km özellikle Ankara ve İstanbul gibi metropollere hizmet edecek bir iç turizm gelişim koridoru olarak geliştirilmesi öngörülmektedir. Bölge kültür, kıyı ve doğa turizmi çerçevesinde geliştirilecektir.

VI.Yayla Koridoru

Orta Karadeniz'de bulunan Samsun ilinden Hopa'ya kadar uzanan bu koridor ülkemizde yayla ve doğa turizminde öne çıkan merkezleri barındırmaktadır.

VII. Trakya Kültür Koridoru

Trakya Kültür Koridoru, Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerini kapsamaktadır. Marmara bölgesinin Avrupa yakasında yer alan bu koridor, kuzeyde Karadeniz, güneyde Ege Denizine kadar uzanan çanaktır.

6. TURİZM KENTLERİ

Kültür ve Turizm Bakanlığınca planlama çalışmaları devam eden beş turizm kentine ek olarak 10 yeni turizm kenti turizm sektörüne kazandırılacaktır.

Turizm Kentleri

Eylem Planı kapsamında 10 yeni turizm kentinin araştırma ve planlama çalışmaları tamamlanacaktır. Önerilen turizm kentlerinin isimleri aşağıda verilmektedir:

1. İğneada - Kıyıköy Eko-Turizm Kenti
2. Kilyos Turizm Kenti
3. Saros Körfezi Turizm Kenti
4. Kapıdağ Yarımadası - Avşa - Marmara Adaları Turizm Kenti
5. Datça Eko-Turizm Kenti
6. Kaş - Finike Turizm Kenti
7. Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti
8. Samandağ Turizm Kenti
9. Maçka Turizm Kenti
10. Kahta Turizm Kenti

7. EKO-TURİZM BÖLGELERİ 2023 YILI HEDEFLERİ

Karadeniz Bölgesinde yer alan Bolu, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayan bölge, Antalya'nın iç kesimlere doğru doğusu, Torosların eteklerinde

Antalya ve Mersin'in birleştigi alanlar ve GAP Koridoru ile Kış Koridorunu birleştiren "GAP Eko-Turizm Koridoru" biyolojik çeşitlilik açısından ve eko-turizm potansiyeli açısından Türkiye Turizm Stratejisinde öncelikle eko-turizmin geliştirileceği bölgeler olarak belirlenmiştir.

8. TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİNİN UYGULANMASI

Türkiye Turizm Stratejisinin tüm boyutlarıyla bir bütünlük içerisinde hayata geçirilerek hedeflerine ulaşılabilmesi için, kamu kurum ve kuruluşları, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere tüm toplumun stratejiyi benimseyerek ortak hedefler doğrultusunda uyumlu bir biçimde hareket etmesi önem arz etmektedir.

Bu uyumun en üst düzeyde sağlanması için ve siyasi ve idari liderlik, karar alma, programlama, kaynak tahsisi, uygulama, koordinasyon ve denetim düzeyinde etkin, yaptırım gücü yüksek, şeffaf ve hesap verebilir bir sürecin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Paydaşların, yetki ve sorumlulukları, yönetim ilkeleri çerçevesinde belirlenerek, aktif işbirliği ve etkileşim içinde çalışılacak bir ortam oluşturulacaktır.

TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ – 2023 Örgütlenme Şeması

KONSEYLER

- a) ULUSAL TURİZM KONSEYİ
- b) İL TURİZM KONSEYLERİ
- c) NOKTASAL TURİZM KONSEYLERİ

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

- a) YATIRIM VE İŞLETMELER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
- b) TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
- c) ARAŞTIRMA VE EĞİTİM GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
- d) DIŞ İLİŞKİLER VE AVRUPA BİRLİĞİ KOORDİNASYON DAİRESİ BAŞKANLIĞI

SEKTÖR KURULUŞLARI

- a) TURİZM BİRLİKLERİ
- b) MESLEK ODALARI
- c) BELEDİYELER BİRLİĞİ
- d) YATIRIMCILAR BİRLİĞİ
- e) TURSAB
- f) OTELCİLER BİRLİĞİ
- g) REHBERLER BİRLİĞİ
- h) YATIRIM DESTEKLEME VE TANITIM AJANSI
- i) KALKINMA AJANSLARI

BÖLÜM XI. 9. KALKINMA PLANINDA DIŞ TİCARET HEDEFLERİ VE AÇIKLAMALARI⁵⁷

Dış Ticaret 2007-2013 Vizyonu

Orta ve yüksek teknoloji üretebilen, ihracat içerisinde orta ve yüksek teknoloji mallarının payını artıran, marka ürünler sunabilen, dünyada lider firmalar yaratabilen, ürün ve pazar çeşitliliğini arttıran, ticaretin önündeki teknik engelleri asgari düzeye indirmiş, ticareti kolaylaştırıcı kurumsal alt yapıyı ve devlet-üniversite-özel sektör- sivil toplum kuruluşları işbirliğini sağlayarak rekabet şartlarını oluşturmuş, sürdürülebilir ve dengeli dış ticaret yardımıyla gelişmiş ekonomiler arasında yer almaktır.⁵⁸

1. DÜNYA EKONOMİSİNDE MEYDANA GELEN GELİŞMELER

Son yıllarda meydana gelen gelişmeler ışında yapılan incelemeye göre 2009 yılında AB, dünya mal ihracatının yüzde 42'sini, hizmet ihracatının ise yüzde 52'sini gerçekleştirmektedir. Ancak, ABD'nin dünya ihracatı içerisindeki payı sürekli olarak azalmakta (1990'lı yıllarda yüzde 12 iken, 2004 yılında yüzde 9), dünya ithalatı içerisindeki payı artmaktadır. ABD'nin 618 milyar dolar olan ticaret açığı GSYİH' sının yüzde 6'sına dünya ticaretinin ise yüzde 7'sine eşittir. Japonya'nın ihracatın artmasında ise Asya ülkeleri arasındaki ticaret hacminin artışı önemli faktörler olmuştur.

Bu arda dünyada petrol fiyatları artmaya başlamıştır. Petrol fiyatlarındaki artışın temel nedeni, artan küresel talep, var olan rezervlerin azalması ve atıl üretim kapasitesinin bulunmamasıdır. Yıl boyunca Çin'in güçlü ithalat talebi, jeopolitik çatışmalar ve geçici ulaştırma sorunları gibi nedenlerle aylık petrol fiyatlarında önemli bir dalgalanma görülmüştür.

Fiyatlardaki söz konusu değişim sonucunda, ihracatları petrol ağırlıklı Orta Doğu, Afrika ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri 2004 yılında ortalamanın üzerinde ihracat artışı kaydetmişlerdir. Sonuç olarak, gelişmekte olan ülkelerin dünya ihracatı içerisindeki payları 1994 yılında yüzde 27,7 iken, 2004 yılında yüzde 33,4'e çıkmıştır.

⁵⁷DOKUNCU KALKINMA PLANI DIŞ TİCARET ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU
T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayın No: DPT: 2705- ÖİK:660 Ankara 2007

⁵⁸ <http://ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/öik660.pdf>

2. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE KAYDEDİLEN GELİŞMELER

Son yıllarda uygulanan kalıcı ve tutarlı makroekonomik politikalar ve bunu destekleyen yapısal reformlar neticesinde Türkiye ekonomisi, 2009 yılı global krizi hariç yüksek ve istikrarlı bir büyüme ortamına girmiştir. İleriye yönelik olumlu beklentilerin güçlenmesi, enflasyonun ve faizlerin düşmesi ile maliyetlerin azalması sonucunda ertelenmiş olan özel yatırım ve tüketim talebinin canlanması, bu gelişmenin temel dinamiğini oluşturmuştur.

İç ve dış talepteki hızlı canlanmaya rağmen üretim ve verimlilik artışı ekonominin enflasyonist baskı oluşmadan büyümesini sağlamıştır. 1970'li yıllardan bu yana çift haneli ve yüksek seviyede seyreden enflasyon 2001 yılında yüzde 68,5 iken 2004 yılı sonunda yüzde 9,3'e gerilemiştir. 2004 yılında hedefin altında gerçekleşen enflasyon dünya piyasalarındaki yüksek petrol ve hammadde fiyatlarına rağmen sağlanmıştır. Enflasyonla mücadeledeki bu kazanımda, tutarlı ve disiplinli maliye politikalarının kararlı bir şekilde uygulanması ve yapısal reformların hayata geçirilmesi belirleyici olmuştur. Bu çerçevede; mali disiplinin sağlanması ve korunması, gelirler politikasının program hedefleri doğrultusunda sürdürülmesi ve enflasyonun düşürülmesine odaklı para politikası uygulaması, enflasyonist beklentilerin aşağı çekilmesini sağlayan temel unsurlar olmuştur.

Ülkemize gelen turist sayısı 2011'de 31 milyon 456 bin 76 olarak rekor seviyeye ulaşmıştır. Turizm gelirleri de 23 milyar dolar olmuştur. Turizm gelirlerindeki artış hizmetler dengesindeki gelişmelerin belirleyicisi olmuştur.

2.1. TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİNDEKİ GELİŞMELER⁵⁹

2.1.1. 1980 - 1990 Dönemi

1980 öncesi dönemde yaşanan ekonomik sıkıntılar sonucunda ödemeler dengesi üzerinde oluşan baskıyı gidermek amacıyla bir süre kısıtlayıcı dış ticaret politikaları ve

⁵⁹Bu bölüm aşağıda belirtilen çalışmalardan derlenmiştir.

"Dünden Bugüne Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler", H. Avni Özcan, Dış Ticaret Dergisi.

"1923-2003 Döneminde Türkiye Cumhuriyetinin Dış Ticaret Politikaları", M. Murat Taşkın, Dış Ticaret Dergisi.

"Cumhuriyetin 80. Yılında 1923-2003 Türk Dış Ticaretinin Gelişiminin Kısa Tarihçesi" G. Müge Varol, Dış Ticaret Dergisi.

ithal ikameci sanayileşme politikaları uygulanmıştır. Ancak beklenilenin aksine, ithal ikameci sanayilerin dışa bağımlılığı sebebiyle ithalat önemli oranda artmış ihracatta ise önemli bir gelişme kaydedilememiştir.

24 Ocak Kararları ile serbest piyasa koşullarında işleyen ve dışa açık bir ekonomi modeli uygulamaya konmuştur. Söz konusu Kararlar doğrultusunda oluşturulan politikalar ile ihracatın artırılması, fiyat sisteminin serbestleştirilmesi, yabancı sermaye girişinin artırılması ve faizlerin serbest bırakılması amaçlanmıştır. 24 Ocak Kararları ile amaçlanan, iç piyasaya dönük, ithal ikameci politikalarla kurulmuş bir sanayi yapısını, dışa dönük, ihracat amaçlı bir yapıya dönüştürmek olmuştur.

Bu anlamda 24 Ocak 1980 Türkiye ekonomi politikaları açısından bir dönüm noktasıdır. 24 Ocak 1980 tarihinde yürürlüğe giren İstikrar Programı ile kambiyo politikası serbestleştirilerek günlük kur ayarlamaları ile TL'nin sürekli değer kaybettiği bir sürece girilmiş, ithal kotalarının kaldırılmaya başlanması ile ithalat rejimi serbestleşmeye başlamış, ihracat destekleri ekonomi politikalarının temel araçlarından biri olmuştur. 1980 sonrası politikalarla ihracat, 1980-1984 arasındaki dönemde yüzde 314 oranında artmış, ancak ithalatta da artış olması sebebiyle dış açıklar 1980 sonrası dönemde de devam etmiştir. 1980 sonrasında ihracat; esnek kur politikası ile sürekli değer kaybeden bir Türk Lirası politikası, ihracata düşük faizli kredi, ihracatçı sanayinin kullandığı girdilerin gümrük indirimleri ve muafiyetleri ile ucuz tutulması ve döviz tahsisinde kolaylıklar yoluyla sürekli desteklenmiştir

Diğer taraftan, 1980 sonrası ekonomi politikaları çerçevesinde Dünya ile bütünleşme ve dışa dönük serbest piyasacı kalkınma amaçları doğrultusunda, 1984 yılında kambiyo rejiminin serbestleştirilmesi amacıyla "30 sayılı Karar" yayımlanmıştır. Serbest Bölge uygulaması dış ticaret politikaları araçlarından biri haline gelmiş ve 15 Haziran 1985 tarihinde yürürlüğe giren 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunuyla serbest bölgelerin tabi olduğu yasal düzenlemelerin çerçevesi çizilmiştir.

Dış ticaret rejiminin liberalleştirilmesi 1983 yılından sonra artan bir hızla sürdürülmüş, ithalatta pozitif listeden, negatif listeye geçilmiş, miktar kısıtlamaları yerine tarife uygulaması ön plana çıkarılmış, koruma oranları giderek düşürülmüş, fon

uygulamasına geçilerek önceleri izne bağı mallar listesinde yer alan birçok ürünün ithalatı Toplu Konut Fonu kesintisi ödenmesi suretiyle serbest bırakılmıştır. İhracat Rejiminde ise; zaman içinde yapılan değişiklik ve düzenlemeler ile tescil, lisans ve ruhsat uygulamaları yürürlükten kaldırılarak, ihracat serbestisi prensibi getirilmiştir.

Bu dönem zarfında ihracatın artırılmasına yönelik olarak yürürlüğe konulan hukuki düzenlemelerin yanı sıra ihracatçılara, vergi iadesi, gelir vergisi istisnası, döviz tahsisi, gümrük muafiyetli hammadde ithalatı ve ihracat kredileri gibi bazı parasal ve mali teşvikler de sağlanmıştır. Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) ve Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) de ihracatın finansmanında kullanılan diğer destekleri oluşturmuştur.

İhracatı artırmak için yapılan bu hukuki düzenlemelere ilave olarak, başta parasal ve nakdi teşvikler olmak üzere ihracat değişik destek unsurları ile teşvik edilmiştir. İhracatın kredi ve sigorta yolu ile desteklenmesi kapsamındaki mekanizmaların geliştirilebilmesi, Türk ihracatçılarının dış pazarlarda rekabet gücünün artırılması ve Türkiye'nin ihracata yönelik stratejisinin desteklenmesi amacıyla **1987 yılında Türk Eximbank kurularak faaliyete geçirilmiştir.**

2.1.2 1990'lı yıllar

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkelerin dış ticaret politikaları üzerinde, üyesi buldukları veya üyeliğini hedefledikleri uluslararası ekonomik ve ticari bütünleşmelerin etkileri sürekli olarak artarken, 1990'larda ve 2000'li yıllarda Türkiye'nin dış ticaret politikalarını şekillendiren iki temel bütünleşme DTÖ üyeliği ve Avrupa Birliği ile girilen Gümrük Birliği olmuştur.

1 Ocak 1996'da imzalanan AB ile gerçekleştirilen Gümrük Birliği ve sonrasında üyelik doğrultusunda uygulanan politikalar, Türkiye'nin dış ticaret politikalarının şekillendirilmesi açısından önemli bir çerçeve çizmektedir.

Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye, DTÖ üyeliğinin gerekleri doğrultusunda belirli bir takvim çerçevesinde sanayi ürünlerinde tarife indirimleri gerçekleştirmiş, tarım ve tekstil sektörlerinin kademeli olarak mevcut kurallara uygun

faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla düzenlemeler yapmış, ticaretle bağlantılı yatırım tedbirleri, fikri mülkiyet hakları ve hizmet ticareti konularında DTÖ tarafından oluşturulan uluslararası ticaret sistemine dahil olmuştur. Bugün, tarım ve sanayi mallarının ticaretine yönelik yeni düzenlemelerden, ticaretin kolaylaştırılması çabalarına, yatırım, çevre, rekabet, kamu alımları, elektronik ticaret ve fikri mülkiyet haklarına kadar birçok konu DTÖ bünyesinde uluslararası platformlarda ele alınmaktadır.

Bu gelişmeler uluslararası yükümlülüklerimizin artması ve belirlenen normlar çerçevesinde dış ticarete yönelik gerekli uyum çalışmalarının yapılması gereğini doğurmuştur. İhracat Teşvik Mevzuatı'nda radikal değişiklikler yapılmış, Dâhilde ve Hariçte İşleme Rejimi ile 1.6.1995 tarihinden itibaren yeni Devlet Yardımları uygulaması başlatılmıştır.

1997 yılında yaşanan Uzakdoğu Krizinin; ABD ekonomisinin göstermiş olduğu performans çerçevesinde dünya ekonomisine etkisi sınırlı düzeyde kalırken, bölge ülkeleri başta olmak üzere özellikle ülkemizin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülke ekonomilerine büyük çaplı olumsuz yansımaları olmuştur. Kriz sonrasında 1996 yılında ihracatımız içerisinde yüzde 4 civarında paya sahip olan bölge ülkelerine yönelik ihracatımız, bu ülkelerin ekonomilerinde ortaya çıkan sıkıntıdan kaynaklanan iç talep azalmasına bağlı olarak önemli ölçüde düşmüştür. Bunun yanı sıra başta tekstil olmak üzere bir çok sektörde ülkemizin en önemli rakibi konumunda bulunan bu ülkelerin kriz sonrasında para birimlerinde yüzde 60'a varan devalüasyonlar yapmaları ülkemiz rekabet gücünün nispi olarak etkilenmesine yol açmıştır.

2.1.3 2000 Yılı Sonrası Dönemde Dış Ticaretimizde Kaydedilen Gelişmeler

2000 yılında dünya hâsılası ve ticaretinde çok olumlu gelişmeler yaşanmasına rağmen, uluslararası piyasalarda Euro/Dolar paritesinde Euro aleyhine yaşanan gelişmeler ve ham petrol fiyatlarında gözlenen yüksek artışın maliyetleri arttırıcı etkisi gibi dışsal faktörlerden kaynaklanan gelişmeler ihracatta beklenen artışın gerçekleştirilmesini engellemiştir. Ayrıca yukarıda özetlenen Ekonomik İstikrar Programı kapsamında uygulanan kur politikasının TL'yi reel anlamda değerli kılması,

ihracatın hızı olumsuz yönde etkileyen diğer bir gelişmedir. Dışsal ve içsel faktörlerden kaynaklanan bu olumsuzluklara rağmen, 2000 yılında ihracatımız 1999 yılındaki azalışı tersine çevirerek yüzde4,4'lük artışla 27,8 milyar dolara ulaşmıştır. Artan iç talep ve reel olarak değerlendirilen TL'nin de etkisiyle ithalat ise bir önceki yıla göre yüzde 34 oranında artarak 54,5 milyar olmuştur.

Uygulanan istikrar programı 2001 yılı Şubat ayında ortaya çıkan krizle sekteye uğramış, bankacılık sektöründe yaşanan yapısal sorunların bir türlü çözüme kavuşturulamaması ve diğer etkenler sebebiyle, faizler yeniden fırlamış, bir günde 5 milyar dolarlık sermaye çıkışı yaşanmış, borsa hızla düşmüş, krizin önlenmesi amacıyla, kurlar serbest bırakılmıştır. Dalgalı kur uygulamasına geçilmesiyle TL, yabancı para birimleri karşısında hızla değer kaybetmeye başlamıştır.

İç piyasadaki daralma ve gerçekleştirilen devalüasyon sonucu ortaya çıkan görece kur avantajı, 2001 yılında dış pazarlara daha fazla yönelmenin ve ihracatın ivme kazanmasının temel gerekçesini oluşturmuştur. İhracat bir önceki yıla nazaran yüzde 12,3 artarak 31,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Bu artışın sağlanabilmesinde, ihracatımızda bir tanıtım ve pazarlama atağı başlatılması ve bölge ülkeleri ile ticaretimizin geliştirilmesine yönelik uygulanan yeni stratejilerinde büyük katkısı olmuştur. Yurtdışında hedef seçilen ülkelere ihracatımızın artırılması, yabancı sermayenin Türkiye'ye çekilmesi ve dünya çapında tanınan bir "Türk Malı" imajının yerleştirilmesi yönünde ticaret heyeti programları, alım heyeti organizasyonlarının yanı sıra yurtdışı fuarlara milli düzeyde katılım şeklindeki faaliyetler ağırlık kazanmaya başlamıştır.

2001 yılı ithalatı ise bir önceki yılın aksine yüzde 24 oranında azalarak ve 41,4 milyar dolar seviyesine gerilemiştir.

2003 yılında TL'nin yüksek oranda değer kazanmasına rağmen, ihracatın yüksek oranlı artışında rol oynayan faktörler; 2001 yılında yaşanan krizin ardından terk edilen "sürünen kur" politikasının ardından gelen yüksek oranlı devalüasyon ve buna bağlı olarak gelişen makro ekonomik koşulların reel ücretler üzerinde baskı yaratması, uluslararası piyasalarda rekabet etmenin güçlüğünün yurt içi üreticileri daha verimli

çalışmaya yöneltmesi, önceki yıllara göre nispeten kısıtlı olan iç tüketim talebi, düşen enflasyona paralel olarak azalan faiz oranları ve uluslararası piyasalarda ABD dolarının Euro karşısında değer kaybetmesidir.

2004 yılında ihracat yüzde 33,7 oranında artarak 63,2 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu artış, 2003 yılı ile aynı nedenlerden kaynaklanırken, 2004 yılında ihracat artışında öne çıkan sektörlerin kapasite kullanım oranlarında önemli artışlar olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan, tüketim malı ithalatının artışı ile 2003 yılında ekonomideki canlanmanın beklenenin üstünde olması ve büyüyen ihracata bağlı olarak ara malı ithalatının artması, toplam ithalattaki yüzde 42,4 oranındaki artışta etkili olmuştur. Ayrıca, EURO Dolar paritesinde, 2003 yılında Euro lehine yaşanan gelişmenin nominal etkisi de genel ithalat artışında etkili olmuştur. 2004 yılında ise azalan faizler ve kolaylaşan kredi imkânlarına bağlı olarak artan tüketim talebi, ithalatı artıran önemli bir etken olmuş (tüketim malları ithalatı yüzde 55,0 oranında artış kaydetmiştir) ve ithalat 97,5 milyar dolara ulaşmıştır.

Dış ticaret hacmi 2003 yılında yüzde 33,1 oranında bir artış göstererek 87,6 milyar dolardan 116,6 milyar dolara yükselirken, 2004 yılında yaklaşık yüzde 37,8 oranında artış kaydederek 160,7 milyar dolara yükselmiştir. Dış ticaret açığı ise, 2003 yılında, ithalatta yaşanan artışın ihracat artışının üzerinde olması nedeniyle, yüzde 42,5 oranında artarak 15,5 milyar dolardan 22,1 milyar dolara çıkmış, 2004 yılında ise yine aynı nedenle, yüzde 55,8 oranında artarak 34,4 milyar dolara yükselmiştir. 2008 yılından sonra küresel krizin etkisiyle 2009 yılında turizm gelirleri azalsa da 2010 ve 2011 yıllarında artış devam etmiştir.

2.1.4 TÜRKİYE'NİN TEMEL DIŞ TİCARET GÖSTERGELERİNİN ULUSLARARASI KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Türkiye'nin nüfus açısından AB'nin yeni üye ülkeleri ile karşılaştırıldığında en yüksek nüfusa sahip ülke olduğu görülmektedir. Benzer şekilde ülkemizin GSYİH 'sı hem cari fiyatlar ile hem de satın alma gücü paritesine göre söz konusu ülkeler arasında en yüksektir. Ancak, 1995-2004 döneminde yılı baz alındığında reel GSYİH artışı

açısından en düşük artış Çek Cumhuriyeti, Malta ve Türkiye'de gerçekleşmiştir. Buna karşılık mal ve hizmet ihracatı artışı bakımından söz konusu ülkeler 1995-2004 dönemi için karşılaştırıldığında en yüksek ihracat artışını 1995 baz yılına göre Macaristan'ı takiben Türkiye gerçekleştirmiştir. Ülkemiz aynı dönemde mal ve hizmet ithalat artışında ise Macaristan ve Polonya'dan sonra 3. sırada yer almaktadır. 1995-2004 dönemindeki yüksek ithalat ve ihracat artışına rağmen Türkiye'nin kişi başına ticaret ve ticaret/GSYİH oranları söz konusu ülkeler arasında en düşüktür.

Tüm yeni AB üyesi ülkeler de Türkiye gibi 2004 yılında cari işlemler açığı vermektedir. Ancak Türkiye'nin cari işlemler açığı tüm yeni AB üyesi ülkelere göre daha yüksektir.

İhracatın mal bileşeni açısından ele alındığında, AB'nin yeni üyelerinin (Estonya, Letonya ve Litvanya hariç) ihracatlarında da Türkiye gibi imalat sanayi ürünlerinin payının yüzde 80'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Dünya ticareti içerisindeki paylarının benzerliği de göz önüne alındığında Türkiye'nin ihracat yapısının yeni AB üyesi ülkelere göre Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Polonya ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ancak ithalatın mal bileşeni açısından incelendiğinde durum biraz farklılık göstermektedir. Tüm ülkelerin ithalatı içerisinde imalat sanayi malları en yüksek paya sahip olmak birlikte, Türkiye'nin ithalatı içerisinde yakıt ve maden ithalatının payının birçok ülkeden yüksek olduğu görülmektedir.

İhracatın mal bileşeni açısından Türkiye en çok Meksika ile görece olarak ta Hindistan ve Tayland ile benzerlik göstermektedir. İthalatın mal bileşeni açısından göze çarpan bir olgu Brezilya, Endonezya, Hindistan ve Türkiye'nin toplam ithalatları içerisinde yakıt ve maden ithalatının payının yüzde 20'nin üzerinde olmasıdır. İthalatın sektörel dağılımı açısından Türkiye'nin en çok benzerlik gösterdiği ülke Brezilya'dır.

2.2. İHRACATIN YAPISAL ANALİZİ

2.2.1 İmalat Sanayi'nin Rekabet Gücü

Gerek GB öncesi gerekse sonrası imalat sanayinin rekabet gücünü ölçen bir çok çalışma yapılmıştır. Türk sanayinin GB öncesi rekabet gücünü ölçen çalışmalar imalat

sanayinde rekabet gücü orta ve yüksek olan sektörlerin tüketim malları sektörleri, rekabet gücü düşük olan sektörlerin ise ara ve yatırım malları üreten sektörler olduğunu göstermektedir. Yentürk (1991) tarafından yapılan çalışmada 1970, 1984 ve 1987 yılları için Türkiye'nin yatırım malları sanayi ve elektronik sanayinin rekabet gücü, gelişmekte olan ülkeler ve gelişmiş ülkelerle karşılaştırılarak, gelişmekte olan ülkelerin 1970 yılından bu yana yatırım malları sanayinde rekabet güçlerini artırdıkları, buna karşılık, Türkiye'nin rekabet gücünün gelişmekte olan ülkelerin ortalama rekabet gücünün çok altında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin elektronik sanayinde rekabet gücü oldukça iyi bir değere sahip olan gelişmekte olan ülkelere belirsiz şekilde düşük olduğu tespit edilmiştir.⁶⁰

GB sonrası dönemde de GB öncesinde olduğu gibi rekabet gücü yüksek sektörlerin temel olarak tüketim malları üreten sektörler olduğu görülmektedir. Ancak, son yıllarda yapılan çalışmalar metal imalatı ve diğer ulaştırma araçları gibi bir takım sektörlerin geçmişte rekabet gücü olmamasına rağmen son dönemlerde rekabet gücünün arttığını göstermektedir. Bu ise GB sonrası dönemde ticaretin yapısında az da olsa bir yapısal değişiklik meydana geldiğine işaret etmektedir.

Türkiye'de döviz kuru ve ihracat arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmaların bir çoğu döviz kurunun ihracat üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Barlow ve Şenses (1995) döviz kurunun tarımsal ihracattan ziyade, imalat sanayi ihracatı üzerinde etkili olduğunu, Uygur (1997) ise döviz kurunun hem kısa hem de uzun dönemde ihracatın en önemli belirleyicilerinden birisi olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, Özatay (2000)'de döviz kurunun ihracat için istatistikî olarak anlamlı bir değişken olduğunu göstermektedir. Şahinbeyoğlu ve Ulaşan (1999), 1995'ten sonraki dönemde ihracatı etkileyen en önemli iki faktörün belirsizlik ve yatırımlar olduğunu dolayısıyla kur politikasının ihracat üzerindeki etkisinin kurların düzeyi yerine bekleyişler üzerindeki etkisi yoluyla gösterdiğini belirtmektedir.

Son yıllarda reel ücretler ve verimlilikte meydana gelen gelişmeler imalat sanayinin rekabet gücünü olumlu yönde etkilemiştir

⁶⁰(Prof. Dr.NurhanYentürk 1991:256-257).

Verimlilik artışına ek olarak, 2002-2004 yıllarında ihracat artışının diğer önemli nedenleri yurt içerisinde enerji maliyetlerinin sabit tutulması, ihracatçıların ucuz girdi kullanımına yönelmeleri ve finansman maliyetlerindeki azalma olarak belirtilmektedir. (Prof. Dr. Hasret Yükseler, 2005:21).

2.2 İhracatın Teknolojik Yapısı

Gelişmekte olan ülkelerin ihracatında da dünya ihracatındaki gelişmelere paralel olarak orta ve yüksek teknoloji yoğun ürünlerin öneminin artması yönünde yapısal bir değişim gözlenmektedir.

Türkiye'nin imalat sanayi ihracatında da 1980 sonrasında doğal kaynak yoğun ihracattan doğal kaynak yoğun olmayan ihracata doğru bir değişiklik görülmektedir.

Türkiye'nin imalat sanayi ihracatında kaynak yoğun olmayan ihracatın artması şeklinde bir dönüşümün gerçekleşmesine rağmen orta ve yüksek teknoloji ürünlerinin payı yeterince arttırılamamıştır. Lall (2000)'e göre, dış ticaret serbestisi, AB imtiyazlı piyasasında statik karşılaştırmalı üstünlüklerden kaynaklanan düşük teknoloji ürünlerin ihracatını arttırmıştır. Benzer şekilde Taymaz (2001)'e göre de 1980'lerdeki ihracat patlaması ihracatın yapısında yani Türkiye'nin uluslararası işbölümü içerisindeki konumu ve uzmanlaşmasında köklü bir dönüşüm sonucu gerçekleşmemiştir (Taymaz, 2001:76). Diğer bir deyişle ihracat artışı büyük ölçüde kaynak yoğun, emek yoğun düşük teknoloji sanayilerinin temelinde gelişmiştir.

Türkiye ihracatının dünya ticaretinin mal ve pazar yapısındaki değişikliklerin avantajını kullanacak şekilde şekillenmediği görülmektedir.

Sonuç olarak, imalat sanayi ihracatında oluşan düşük teknoloji yoğun malların hâkim olduğu bir yapı dünya ticaretinde yukarıda özetlenmeye çalışan olguların ışığında sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması hedefi ile çok uyumlu görünmemektedir. Dolayısıyla, toplam ihracat içerisinde yüksek teknoloji ürünleri ihracatının payını arttıran dinamik bir ihracat yapısının oluşturulması gerekmektedir (Lall, 2000:10). Taymaz (2001), bu tür bir sanayi ve ihracat yapısının aynı zamanda yeni teknolojilerin yayılması ve ülke düzeyinde teknolojik yeteneğin yükselmesiyle birlikte düşük teknoloji

sanayilerinde de üretkenliğin artmasını sağlayacağını belirtmektedir. (Prof. Dr. Tuncay Taymaz, 2001:78).

2.2.3 İhracatın Bölgesel Dağılımı

Türkiye'nin en önemli ticaret ortağının AB olduğu görülmektedir. AB'nin zengin bir Pazar olması ve dünya ticaretinden aldığı payın, gümrük birliği anlaşmasının da etkisiyle ticaretimizde bir yoğunlaşma olarak kendini göstermesi beklenen bir gelişmedir, ancak ihracatımızda diğer bölgelerin de makul bir ağırlığa kavuşturulması risk dağıtılması ve ihraç ürün yelpazemizin genişletilmesi açısından önem arz etmektedir.

3. ULUSLARARASI YÜKÜMLÜLÜKLERİMİZ

DTÖ Anlaşması ekinde yer alan anlaşmalara taraf olan ülkemiz, TR-AB Gümrük Birliği ile birlikte ilgili mevzuatını bahse konu anlaşmalarla önemli ölçüde uyumlu hale getirmiştir. Ülkemiz DTÖ üyeliğinin temel ilkelerinden birini teşkil eden en çok kayrılan ülke prensibi kapsamında, gümrük tarifelerinde indirim taahhütlerinde bulunmaktadır. Bu kapsamda son olarak, Uruguay Round Müzakereleri sonrasında sanayi ürünleri bakımından yüzde 29'luk bir tarife indirimi sağlamıştır. Halen sanayi ürünlerine ilişkin gümrük tarifelerinin yüzde 36,3'ü DTÖ'ye konsolide edilmiş durumdadır. Bununla birlikte, Gümrük Birliği nedeniyle sanayi ürünleri için fiilen uygulanan vergi oranları DTÖ taahhütlerimizin oldukça altında bulunmaktadır. Tarım ürünleri tamamen bağlı vergi oranlarına tabi tutulmuş ve 10 yıllık bir geçiş süresi sonunda yüzde 24'lük tarife indirimine gidilmiştir.

Halen devam etmekte olan çok taraflı ticaret müzakereleri (Doha Kalkınma Gündemi), başta tarifeler olmak üzere uygulanmakta olan dış ticaret politikası önlemlerini etkileyecek olması nedeniyle önem arz etmektedir. Yeni müzakere turunun gündemindeki en önemli madde En Az Gelişmiş Ülkelerle (EAG) Gelişme Yolundaki Ülkelerin (GYÜ) uluslararası pazarlara girişlerini kolaylaştırmaktır. Bu kapsamda, AB ve diğer gelişmiş ülkelerin sanayi ürünleri bakımından gümrük vergilerinde daha da indirime gitmesi, Gümrük Birliği nedeniyle AB ile Ortak Gümrük Tarifesi uygulayan ülkemizin tarifelerini fiilen daha da düşürmesine sebep olabilecektir. Buna ilaveten

başta Gümrük Birliği ve tercihli ticaret anlaşmaları ile sağlanan rekabet avantajlarının erozyona uğraması söz konusu olacaktır. Bununla birlikte, müzakerelerde gelişmekte olan ülkelerin kendi aralarındaki ticareti arttırması da hedeflenmektedir. Bu kapsamda, ülkemiz ihracatı bakımından yeni olanaklar sağlanması da beklenmektedir. Türkiye, müzakereler sonucunda tarife indirimlerinin yüksek gümrük vergilerinde, düşük oranlılara göre daha fazla indirim yol açacak basit, tek bir formu çerçevesinde gerçekleştirilmesini; tarifelerin tamamının konsolide edilerek GYÜ pazarlarına girişte öngörülebilirliğin sağlanmasını; GYÜ'lere tanınacak esnekliklerin sınırlı tutulmasını; DTÖ' ye yeni katılan ülkelerin diğer ülkelerle eşit yükümlülüklerle sahip olmasını ve tüm ülkelerin tarife dışı engelleri kaldırmasını öngören bir ülke pozisyonunu benimsemiştir.

Türkiye-AB Ortaklık İlişkisi kapsamında 1996 yılından beri uygulanmakta olan Gümrük Birliği, bir yandan ülkemiz ile AB arasında sanayi mallarında malların serbest dolaşımı ilkesini getirirken, diğer yandan, üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi ve Ortak Ticaret Politikası önlemleri uygulanmasını gerekli kılmıştır.

4. İLİGİLİ KURULUŞLAR

a. DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI

İhracat Rejimi, İthalat Rejimi, Dahilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme İthalat Rejimi, İthalat Politikası Önlemleri, Serbest Bölgeler Mevzuatı, Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Mevzuatı kapsamında almış olduğu politika önlemleri ve ikili ve çok taraflı ticari ilişkilerin düzenlenmesi kapsamında ülke ve bölge bazında, sanayi ve tarım politikalarına uygun olarak ürün bazında aldığı tedbirlerle ithalat ve ihracatın akışını düzenlenmektedir

b. İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi

c. İhracatçı Birlikleri

d. Gümrük Müsteşarlığı

e. Hazine Müsteşarlığı

f. Eximbank, İhracatçıları, ihracata yönelik olarak üretim yapan imalatçıları ve yurt dışında faaliyet gösteren müteahhit ve girişimcileri, kısa, orta ve uzun vadeli nakdi ve gayri nakdi, kredi, sigorta ve garanti programları ile desteklemektedir. Türk Eximbank Uluslararası Kredi ve Yatırım Sigortacıları Birliği (Berne Union) üyesidir. Ayrıca Türkiye'nin Nisan 1998'de tam üye olduğu OECD İhracat Kredileri ve Kredi Garantileri Grubu (İKG)'na temsilci olarak katılmaktadır.

g. Türk standartları enstitüsü

h. Maliye bakanlığı

5. DIŞ TİCARETİMİZİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ ANALİZİ

A. Güçlü Yönler

A.1 İnsan Kaynakları

İnsan gücü ile ilgili olarak ihracat sektörlerinin bir avantajı reel olarak aynı nitelikte insan gücünün maliyetinin ülkemizde daha düşük olmasıdır.

İhracat sektörlerinin bir diğer avantajı insan kaynakları potansiyelinden kaynaklanmaktadır.

Türkiye'nin beşeri sermaye potansiyelinin yükseltilmesi için okullaşma oranının yükseltilmesi gerekliliği açıktır. Dış ticaret açısından nitelikli insan gücüne sahip olmak bir avantaj oluşturmasına rağmen, kimi sektörlerde ara insan gücü temin edilmesinde zorluklar yaşanmaktadır. Bu nedenle mesleki ve teknik eğitimin yaygınlaştırılması ara insan gücü probleminin çözümüne katkıda bulunacaktır.

A.2 Güçlü İhracat Sektörleri

Türkiye'nin başlıca ihracat sektörleri olan tekstil, hazır giyim ve otomotiv sektörlerinin yaratılan istihdam, imalat sanayi üretimi içerisindeki payı ve etkileşim içerisinde olunan diğer sanayi sektörleri açısından düşünüldüğünde öncü sektörler olduğu görülmektedir.

Türkiye dünyanın 8. büyük otomotiv ürünleri ihracatçısıdır.⁶¹ Otomotiv sanayinin özelliklerinden birisi de güçlü, standartları yüksek, ve rekabetçi bir yan sanayinin varlığıdır. Otomotiv yan sanayinde bazı mamuller dışında kalan başlıca otomotiv parçaları imal edilmektedir. Otomotiv yan sanayi son yıllarda teknolojik olarak ileri bir düzeye gelmiş ve Batı'da faaliyet gösteren Orijinal Ekipman İmalatçılarında üretim yapacak standartlara ulaştığı denetimlerle tespit edilmiştir (İSO, 2002).

Diğer yandan Türkiye'nin hem tarım ürünleri hem de hizmet ürünleri ihracatında çok önemli bir potansiyeli bulunmaktadır.

A.3 Girişimcilik

Dış ticaretin diğer bir güçlü yönü, girişimci, risk alabilen ve değişikliklere ve gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlayan dinamik özel sektörün varlığıdır. Sanayi ve özellikle hizmet sektörünün GSYİH 'daki payı son yirmi yıldır artış göstermekte ve aynı zamanda, kamu sektörünün sanayi üretimindeki payı da azalmaktadır. Özellikle Anadolu'da sabit sermaye oluşumunun büyük bir kısmı özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Buna ek olarak, Türk girişimcileri üretimlerini sadece yurt içi ile sınırlamamışlardır. Özellikle yurt dışı müteahhitlik hizmetlerinde önemli başarılar elde edilmiştir.

A.4 Esnek Üretim

Günümüzde rekabet gücünün artması için büyük ölçeklerde ucuz ve standart mal üretimi yerine geniş bir çeşitlilik yelpazesi içinde esnek üretimin yapılması gerekmektedir. Esnek üretim hem ürün çeşitliliğinin artmasını sağlamakta, hem de istenen miktarda, istenen niteliklere sahip ürünleri, istenen sürede alıcılara sağladığı için firmaların rekabet güçlerini arttırmaktadır. ihracatın güçlü yanlarından birisi de ihracatta çok önemli yere sahip olan KOBİ 'lerin esnek bir üretim yapısına ve üretim kapasitesini artırma imkanlarına sahip olmasıdır.

⁶¹(DTÖ, 2005 yılı verileri <http://www.wto.org/>).

A.5 Pazar Potansiyeli

Türkiye'deki güçlü iç pazar hem yatırım potansiyeli açısından hem de ithalat açısından önemlidir. Ancak bu önemine rağmen Türkiye yabancı sermaye yatırımlarından da yeterli payı alamamaktadır.

A.6 Ürün Çeşitliliği

1980 öncesi ile karşılaştırıldığında tarım ürünleri ağırlıklı ihracatın yerini günümüzde sanayi ürünleri ihracatı almıştır. Söz konusu dönüşüm aynı zamanda dış ticarete konu edilen ürünlerin çeşitliliğini arttırmıştır.

A.7 Kurumsal Altyapıdaki İyileşmeler

Son yıllarda ticareti kolaylaştırma amacıyla özellikle gümrüklerde önemli yapısal reform çalışmaları başlatılmıştır. Bu çerçevede AB müktesebatına uyum, gümrükçe onaylanmış kişi uygulaması, e-gümrük, e-birlik projeleri, yap-işlet devret modeli ile gümrük kapılarının yenilenmesi gibi birçok olumlu gelişme sağlanmış bulunmaktadır. Bunun yanı sıra kaçakçılık mevzuatı yenilenerek günün koşullarına uygun hale getirilmiş, "geleneksel gümrükten", "e-gümrüğe" dönüşüm büyük oranda gerçekleştirilmiştir.

Hali hazırda gümrüklerde yüzde 99 oranında işlemler elektronik olarak yapılmaktadır ve gümrük müşavirleri beyannamelerini BİLGE sistemi kullanarak elektronik ortamda gerçekleştirmektedirler. Bu da dış ticaretin hızlı akışı için önemli bir unsurdur.

Türkiye, gerek AB ile gerçekleştirdiği Gümrük Birliği gerek üçüncü ülkelerle akdettiği serbest ticaret anlaşmaları ile oldukça geniş bir tercihli ticaret ilişkileri ağına sahip olmuştur. Mevcut tercihli ticaret ilişkileri sayesinde Türk ihraç ürünlerinin büyük bir kısmı ilgili ülke pazarlarına gümrük vergisiz olarak ya da indirilmiş gümrük vergileri ile girebilmektedir.

B. Zayıf Yönler

B.1 Pazarlama Sorunları

İhracat ile ilgili problemlerden birisi geleneksel pazarlama sorunudur. Geleneksel üretim ve pazarlama yapısı devam etmekte, satış ve pazarlama konusunda birçok firma ayırım yapmamakta ve genellikle satış örgütleri aynı zamanda pazarlamayı da yönetmektedir. Pazarlama konusunda karşılaşılan diğer önemli bir sorun nitelikli pazarlama elemanı sayısının az olmasıdır. KOBİ 'lerin eleman yetiştirmek için yeterli kaynaklarının bulunmaması, nitelikli pazarlama elemanı bulunması sorununu arttırmaktadır.

Türkiye Markası'nın oluşturulması rekabet gücünü arttıracaktır. Türk Malı imajının markalaşma potansiyeli olan firmaların markaları eşliğinde oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla oluşturulan "Turquality" projesi markalaşma konusunda bir örnek teşkil etmektedir.

Olumlu bir Türk malı imajının tam olarak yerleştirilememiş olması ülkemiz ihracatında yeterli katma değeri sağlanamaması sonucunu da yaratmaktadır. Bu çerçevede oluşturulan gerek sektörel çalışma ve tanıtım grupları, gerekse Turquality projesi gibi çalışmaların etkinliğinin artırılması ve kapsamının genişletilmesi gereklidir.

B.2 Yatırım Ortamının Yeterince İyi Olmaması

İhracatta karşılaşılan en önemli problemlerden birisi girdi maliyetlerinin yüksekliğidir. Sanayide kullanılan girdi maliyetlerin yüksekliği üretim maliyetlerini arttırarak rekabet gücünü azaltan önemli etkenlerden birisidir. Türkiye'de istihdam üzerindeki vergi ve sigorta primi yüklerinin yüksek olduğu görülmektedir. 1985-2002döneminde OECD ülkeleri arasında en yüksek vergi yükü artışı Türkiye'de gerçekleşmiştir.

Ülkemizde ortalama işgücü maliyetinin yüzde 42,7'si istihdam vergilerine (vergi ve sosyal güvenlik primleri) ayrılırken, OECD'de ortalama olarak bu rakam yüzde 26,6'dır.

Enerjide dışa bağımlılık ile birlikte yüksek enerji fiyatları Türkiye'de üretim maliyetlerini arttıran diğer unsurlardan birisidir. DTM (2003)'e göre, tarife oluşumunda rekabetçi bir ortamın yaratılamaması nedeniyle sanayi ve genel ekonomiyi olumsuz bir şekilde etkileyen yüksek enerji maliyetleri ortaya çıkmıştır. Sanayide kullanılan temel enerji kaynaklarından birisi olan elektrik fiyatları birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeden daha yüksektir.

Türkiye'de kurumlar vergisi oranı da AB pazarında rakibi olan ülkelere göre daha yüksektir.

B.3 Katma Değeri Düşük Ürünler

İhracatın mal bileşeninin katma değeri düşük mallardan oluşması ihracatın diğer bir zayıf yönünü oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ve gelişmiş ülkelerin imalat sanayi katma değerleri ve imalat sanayi ihracatları incelendiğinde gelişmiş ülkelerde imalat sanayi katma değeri imalat sanayi ihracatından büyük olmakla birlikte gelişmekte olan ülkelerde bunun tam tersi görülmektedir.⁶² Türkiye'nin imalat sanayi katma değeri ihracatından büyük olmakla birlikte, imalat sanayi ihracat artışı en yüksek ülkelere göre birisi olmasına rağmen dünya katma değeri içerisindeki payında ılımlı bir artış gerçekleşmiştir.

Yüksek ihracat artışına rağmen katma değerde aynı oranda artış meydana gelmemesi ihracat ürünlerinin düşük katma değerli ürünler olduğuna işaret etmektedir.

Yüksek katma değer yaratan, ileri teknoloji yoğun ürünlerin üretilebilmesi ve var olan teknolojik bağımlılığın azaltılması için AR-GE faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir. Ülkemizde AR-GE harcamalarının GSYİH içerisindeki payı çok düşüktür.

İhracatın diğer önemli bir zayıf noktası, Türkiye'nin ihracat yapısının dünya ticaretindeki "dinamik ürünler" veya "yükselen" sektörler sınıflamasıyla tam anlamıyla örtüşmemesidir. Dünya ticareti içerisindeki payı zaman içerisinde artış gösteren ürünler olarak tanımlanan dinamik ürünler sınıflamasında yer alan ürünlerin büyük bir

⁶²(UNCTAD,2002b:80. <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>).

çoğunluğu yüksek teknoloji içeren ürünlerdir. Ülkemiz ihraç ürünleri profilinde de bu yönde bir gelişme yaşanmasına karşın, ülkemiz potansiyeli ve dünya ticaretinden almayı hedeflediğimiz pay düşünüldüğünde, bu gelişmenin daha da ileri noktalara taşınması gereği ortaya çıkmaktadır.

B.4 Ticarete Teknik Engeller

Türkiye'nin AB'ye olan imalat sanayi ihracatı ticarete teknik engellerden büyük ölçüde etkilenmektedir. 1990-2001 döneminde AB imalat sanayi ithalatının ortalama yüzde 82'si ticarete teknik engellerden etkilenmektedir.

B.5 Dış Ticaret Alt Yapı Sorunları

Dış ticarete ilişkin bilgilerin güncel, etkileşimli ve küresel standartlara uygun olarak edinilmesini ve kullanımını sağlayacak ve aynı zamanda Türkiye'nin ihracat potansiyelini tanıttacak bir altyapı oluşturulması gerekmektedir. Bu çerçevede, bir taraftan pazara girişte karşılaşılan engellerin tespiti ve bu engellerin ikili ve çok taraflı temaslarla ortadan kaldırılmasına, diğer taraftan ise ülkemiz ürünleri ve ihracatçılarının yurtdışında tanıtımına yönelik olarak kamu - özel sektör ve sivil toplum örgütleri arasında sistematik bir işbirliğinin oluşturulması ihtiyacı bulunmaktadır.

B.6 Bürokrasi ve Mevzuat Problemleri

İhracatta karşılaşılan sorunlardan birisi dış ticarete uygulanan mevzuatın çok karışık olmasıdır. Uygulanan bürokratik düzenlemelerin karmaşık olduğu olgusu ihracat ile ilgili meslek kuruluşları tarafından sıklıkla belirtilmektedir. Bu anlamda hem dış ticaret mevzuatının kolaylaştırılması hem de AB uyumu çerçevesinde mevzuat ile elektronik işlemlerin uyumlaştırılması sorununun çözülmesi gerekmektedir.

B.7 Kur Riski

Türk lirasının daha önceki bölümlerde incelendiği gibi son yıllarda değer kazanmasının önemli sonuçlarından birisi kur avantajına bağlı olarak ithalatın artmasıdır. Bu ise kur avantajı nedeniyle ithal girdi bağımlılığın artması anlamına gelmektedir. Diğer taraftan döviz kurunda yaşanan dalgalanmalara karşı gerek

ithalatçıları gerek ihracatçıların başvurabilecekleri korunma araçları yeterli düzeyde bulunmamaktadır.

Döviz kuru serbest piyasada belirlendiği için kurların gelecekteki seviyesinin bilinmemesi gerek ihracatçıları gerekse ithalatçıları için bir risk oluşturmaktadır.

Döviz kuru riski bir sorun olarak Türkiye de vardır ve buna karşın "forward" sözleşmeleri, hedging gibi bankalar aracılığı ile yapılan koruma araçları pahalı ve yetersiz olduğu için bu sorun devam etmektedir. İhracatçıların sadece yüzde 6,4 ünün forward işlemleri yaptığını, yüzde 50'ye yakınının forward dışında aynı para birimi kullanarak veya ödeme sürelerini kısaltarak riske karşı önlem almaya çalıştığı ortaya çıkmıştır.(Öksüzler, 2004:149).Bu tarz korunma yöntemleri kur riskinin azaltıyor gibi görünürken aynı zamanda ihracatı kısıtlamaktadır.

B.8 İhracatın İthalata Bağımlılığı

Sektörel ihracatla ilgili diğer önemli bir sorun, üretimin ve ihracatın ithalata bağımlı yapısıdır. Bu konuda yapılmış çalışmalar, hem ihracat sektörlerinin ithalata bağımlı bir yapı gösterdiğine, hem de geleneksel ihracat sektörlerinde söz konusu bağımlılığın 1980 sonrası dönemde arttığına dikkati çekmektedir.

1980 sonrası ticaret serbestisi döneminde de 1980 öncesindeki ithalata bağımlı yapı devam etmektedir. 1980 sonrası dönemde ithalata bağımlılık açısından gözlenen diğer önemli bir olgu gıda, tekstil ve giyim gibi geleneksel ihracat sektörlerinin önemli ölçüde ithalata bağımlı hale gelmesidir⁶³

İhracat sektörlerindeki bu tür bir dönüşüm söz konusu sektörlerin 1980 sonrasında meydana gelen ihracat artışlarının ithalat talebini artırdığı olgusuna dikkat çekmektedir. DTM (2003)'e göre ihracatın ithalata yüksek oranda bağımlı olduğunun diğer bir göstergesi Dahilde İşleme Rejimi kapsamındaki ihracatın yaklaşık yüzde 60 oranında ithal girdi kullanılarak üretilen mallar olmasıdır.

⁶³(Prof. Dr. Ümit Şenesen ve Prof. Dr. Gülay Günlük-Şenesen, 2003:9).

CE" işareti uygulamalarının çok önemli bir ayağını da piyasa gözetim ve denetimi oluşturmaktadır. Piyasada güvenli ürünlerin dolaşımını sağlamak devletin sorumluluğudur. Piyasa gözetim ve denetiminden sorumlu tüm kamu kuruluşlarının, bu denetimi etkin bir şekilde yerine getirecek donanım ve alt yapıya sahip olmaları büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca, gerçekleştirilen denetimlerin önceliklerini belirlemek üzere 2003 yılında ilk Piyasa Gözetimi ve Denetimi Stratejisi metni hazırlanmış ve buna göre piyasa gözetimi ve denetimi faaliyetleri; "üreticinin uygunluk beyanına dayalı olarak piyasaya sürülen ürünler" ile "tüketicileri, kullanıcıları, hayvanları ve çevreyi tehdit etme riski taşıyan ürünler" üzerinde ve daha çok sanayi ürünlerinin üretimi yapılan yerlerde yoğunlaştırılmıştır.

B.9 Diğer

Dış ticaretin zafiyet arz ettiği alanlardan birini de koruma oranlarında özellikle gümrük birliği ertesinde gerçekleştirilen indirimler oluşturmaktadır. Gümrük Birliği kararı ile birlikte Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ürünleri hariç Avrupa Birliği kaynaklı sanayi ürünleri ithalatında uygulanan gümrük vergileri kaldırılmış, üçüncü ülkelere uygulanan gümrük vergileri ise Topluluğun Ortak Gümrük Tarifesi seviyesine indirilmiştir. İzleyen yıllarda OGT'de yapılan indirimlerle ortalama koruma oranı 4,17 seviyesine kadar düşmüştür. Bu durum, gelişmekte olan sektörlerin veya yüksek dış rekabete maruz kalan sanayilerin gümrük vergileri ile korunma imkanını ortadan kaldırmaktadır.

C. AB'YE KATILIM SÜRECİNİN ETKİLERİ

C.1 İLGİLİ ALANDA GENEL HATLARI İLE AB MEVZUATI

Dış Ticarete ilişkin AB Mevzuatının üç ana başlık altında incelenmesi mümkün bulunmaktadır:

- a) Gümrük Birliği
- b) Malların serbest dolaşımı
- c) Dış İlişkiler.

Bu ana alanların yanı sıra, Ortak Rekabet Politikası, Fikri Mülkiyet Hakları, Tarım, Balıkçılık, Vergilendirme, Bölgesel Politika ve Yapısal Uyum, Çevre ve Tüketicinin Korunması ve Sağlık, alanları da dış ticareti dolaylı olarak etkileyen düzenlemeler içermesi bakımından önem arz etmektedir.

Gümrük Birliği ve Malların Serbest Dolaşımı başlıkları altında AB Gümrük Kodu ve Uygulama Yönetmeliği çerçevesindeki düzenlemeler yer almaktadır. Bunlar: genel gümrük kuralları eşyanın sınıflandırılması, kıymetlendirme, gümrük tarifesi, eşyanın menşei, malların serbest dolaşımının temini amacıyla ticarete teknik engellerin kaldırılmasına dair mevzuat, ekonomik etkili gümrük düzenlemeleri (dahilde işleme, hariçte işleme, serbest bölgeler ve diğer düzenlemelerdir. Dış İlişkiler bölümünde AB'nin DTÖ kapsamındaki yükümlülükleri, diğer çok taraflı ticari ilişkileri, üçüncü ülkelerle ve ülke gruplarıyla yapılan ikili ve çok taraflı ticari düzenlemeler ve anti-damping vergileri, telafi edici vergiler ve korunma önlemleri gibi Ticaret Politikası araçları bulunmaktadır. AB'nin gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarına katkıda bulunmak amacıyla tek taraflı olarak uyguladığı tavizleri düzenleyen Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi ile bölgesel (Afrika Karayip ve Pasifik Ülkeleri gibi), ticari tavizleri de bu alanda yer almaktadır.

Ticarette teknik engellerin kaldırılmasına dair AB mevzuatı, üye ülkeler arasında malların serbest dolaşımını sağlayabilmek amacıyla ürün bazında teknik özellikleri, test ve belgelendirme yöntemlerini, vb. belirleyen düzenlemelerin yanı sıra, ilgili düzenlemesinde belirtilmese veya ilgili bir düzenlemesi bulunmasa dahi piyasaya arz edilecek tüm ürünlerde güvenli olma şartını getiren veya AB-dışı ülkelere ithalatta yapılacak kontrollerin usullerini belirleyen bazı yatay düzenlemeleri de içermektedir.

Ürün bazındaki mevzuatın AB içerisinde ele alınışı iki ayrı yaklaşım kapsamında karşımıza çıkmaktadır; oldukça detaylı teknik koşullar belirleyen ve işleyişi üründen ürüne değişiklik arz edebilen Klasik Yaklaşım ile bir ürün grubunun güvenli olması için uyması gereken temel gerekleri belirlemekle yetinip, detaylar konusunda bir çeşit rehber niteliği gören uyumlaştırılmış AB standartlarına yönlendiren ve kapsadığı ürün gruplarından bazıları açısından ortak bir işaret (CE İşareti) öngören Yeni Yaklaşım.

AB mevzuatı ile düzenlenmeyen alanlarda malların üye ülkeler arasında dolaşımının önündeki teknik engelleri bertaraf edebilmek amacıyla da "bir üye ülkede yasal olarak üretilmiş ve/veya yasal olarak serbest dolaşıma girmiş bir ürünün diğer üyelere de piyasaya arzına engel getirilemeyeceği" ilkesi benimsenmiştir. Bu gibi mevzuatın yayımı öncesinde AB Komisyonu aracılığıyla tüm üyelerin bilgi ve görüşüne iletilmesi için de bir bildirim mekanizması tesis edilmiştir.

1/95 ve 2/97 sayılı Türkiye-AB Ortaklık Konseyi Kararı gereğince tüm bu düzenlemeleri üstlenme yükümlülüğü bulunan Türkiye, sistemin işleyişi açısından önem taşıyan kalite altyapısı (standardizasyon, akreditasyon, metroloji, kalibrasyon, test ve belgelendirme) alanındaki AB uygulamalarını üstlenmeyi de taahhüt etmiştir. Bahse konu kapsamlı uyum çalışmalarının karşılığında Türkiye'nin AB mevzuatı ve uygulamaları ile paralel hale gelen ürün grubu bazında ilgili mevzuat açısından üye ülke haklarına (örneğin, ilgili AB işaretlerinin verilebilmesi için gerçekleştirilmesi gereken testlerin Türk kuruluşlarında yapılabilmesi gibi) sahip olacağı hususu da yine 2/97 sayılı Karar ile hükme bağlanmıştır. Dolayısıyla, bu alanda Türkiye'nin haklarının hayata geçmesi için koşul "üyelik" değil, "tam uyum" olarak özetlenebilir.

Malların serbest dolaşımını yakından ilgilendiren hususlardan biri de Rekabet Politikasıdır. Bir yandan üye devletlerin serbest rekabeti bozucu müdahalelerinin engellenmesi diğer yandan da firmaların bu tür davranışlarının engellenmesi amaçlanmaktadır. Firmalar arası rekabeti bozucu anlaşmaların önlenmesi, "özel ve inhisari haklara sahip teşebbüslere uygulanan rekabet kuralları", tekellerin ve birleşmelerin denetimi, devlet yardımları ve özelleştirme alanlarındaki düzenlemeler bulunmaktadır.

C.2. AB MEVZUATINA UYUMUN MEVCUT DÜZEYİ

C.2.1. Uyum Sağlanan Alanlar

A. Gümrük Kanunu

B. Gümrük Tarifeleri: 95/7606 Sayılı İthalat Rejimi Kararı (31 Aralık 1995 tarih ve 22510 Sayılı R.G.) Gümrük Birliği (GB) kapsamında Türkiye ve AB aralarındaki sanayi ürünleri ticaretinde, serbest dolaşım ilkesi çerçevesinde gümrük

vergesi ve eş etkili vergi ve resimler, miktar kısıtlamaları ve eş etkili tedbir uygulanmamaktadır.

C. Tercihli Ticaret: AB'nin Ortak Ticaret Politikası üstlenilmesini kapsamında üçüncü ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) akdedilmektedir.

D.İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Kanun: (No: 4412, Resmi Gazete: 25/07/1999/23766) Bu Kanun, ithalatta haksız rekabet hallerinden **dampinge veya sübvansiyona** konu olan ithalatın sebep olduğu zarara karşı bir üretim dalının korunması amacıyla yapılacak işlemlere, alınacak önlemlere, gerekli ilke ve uygulama kararlarını verecek bir Kurul oluşturulmasına ve bunun görevlerine ilişkin usul ve esasları kapsar.

E. İthalatta Gözetim Önlemleri Uygulanması Hakkında Karar 10/05/2004 tarih ve 2004/7304 Sayılı Karar 29/05/2004 tarih ve 25476 sayılı R.G. bir malın ithalatında kaydedilecek gelişmelerin yakından izlenmesi amacıyla o malın ithalatında gözetim uygulanmasına ilişkin usul ve esasları kapsar.

F. İthalatta Kota ve Tarife Kontenjanı İdaresi Hakkında Karar

G. Türkiye'nin Ticari Haklarının Korunması Hakkında Mevzuat

H. Hariçte İşleme Rejimi (HİR) :(2000/674 Sayılı HİR Kararı ve İhracat 2000/8 Sayılı HİR Tebliği): HİR kapsamında, serbest dolaşımda bulunan ve geçici olarak Türkiye Gümrük Bölgesi dışına ihraç edilen eşyanın daha ileri bir safhada işlenmesi, tamir edilmesi veya yenilenmesi sonucunda elde edilen ürünlerin yeniden ülkemize ithalatı sırasında tam veya kısmı vergi muafiyeti uygulanmaktadır.

I. 95/7623 Sayılı İhracat Rejimi Kararı (6.1 1996 tarih ve 22515 Sayılı R.G.): Genel ilke ihracatın serbestisi olmakla birlikte, bazı malların ihracı kayda bağlı olmakta, bazı mallar için ise ihracattan önce ön izin alınması gerekmektedir.

J. 29 Haziran 2001 tarih ve 4703 Sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun (11 Temmuz 2001 tarih ve 24459 Sayılı R.G.)

K. 4457 Sayılı Türk Akreditasyon Kurumunun Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun (4.11.1999 tarih ve 23866 sayılı Resmi Gazete)

C.2.2 Uygunluk ve Etki Değerlendirmesi Yapılması Gereken Mevzuat

a. 2005/8391 Sayılı Dahilde İşleme Rejimi Kararı: İhraç ürününün elde edilmesinde kullanılan girdilerin ithalatında gümrük vergisi muafiyeti uygulanmakta veya ithalatta vergi tahsil edilmiş ise alınan vergi iade edilmektedir.

b. 3218 Sayılı Serbest Bölgeler Kanunu

c. İhracat Rejimi Kapsamında Sağlanan Teşvikler

d. 99/13812 Sayılı İhracat, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi Resim Harç İstisnası Hakkında Karar.

e. Bavul Ticareti: (İhracat 96/10 Sayılı Tebliğ, 43 ve 61 Seri Nolu KDV Tebliğleri)

f. 94/6401 Sayılı İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı

g. İhracat Kredi, Sigorta ve Garanti Programları:3332 Sayılı Kanun (31 Mart 1987 Sayılı Resmi Gazete) Türk Eximbank'ın Kuruluşuna Dair 87/11914 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı Türk Eximbank, ihracatçıları, ihracata yönelik üretim yapan imalatçıları, yurt dışında faaliyet gösteren girişimcileri kısa, orta-uzun vadeli nakdi ve gayri nakdi kredi programları ile desteklemekte, vadeli satış işlemlerini teşvik etmek ve bu yolla ihracat hacmini arttırmak, yeni hedef pazarlara girilmesini kolaylaştırmak amacıyla vadeli ihracat alacaklarını ıskonto etmektedir. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi, Özellikli İhracat Kredisi, Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı, Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programları kapsamında, ihracatın geliştirilmesi için gerekli daha uzun vadeli finansman ihtiyacı karşılanırken, Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi ve Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredileri ile döviz kazandırıcı diğer faaliyetlerin de finansmanı kolaylaştırılmaktadır. Ayrıca, İhracat Kredi Sigortası Programları kapsamında, ihracatçıların, kısa veya orta-uzun vadeli mal ve hizmet satışlarından kaynaklanan alacakları ticari ve politik risklere

karşı teminat altına alınarak, tahsilat imkanları artırılmakta ve bu doğrultuda yeni finansman kaynaklarına ulaşmaları sağlanmaktadır.

C.2.3 Mevzuat Uyumunun Tamamlanması Beklenen Konular ve Sorunlu Alanlar

a) Teknik Mevzuat Uyumu ve Teknik Altyapı:

b) Türk Onaylanmış Kuruluş Adaylarına Kimlik Kayıt Numarası Tahsisi: CE işaretini zorunlu kılan Yeni Yaklaşım mevzuatından 13 adedi için 8 onaylanmış kuruluş adayı tespit edilmiş ve kimlik kayıt numarası almak üzere AB Komisyonuna başvuruda bulunulmuştur.

c) Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi: Bazı önemli tarım ürünlerinin ihracatı (yaş meyve ve sebzeler, bitkisel yağlar, pamuk vs.) DTM tarafından ihracatta zorunlu standart denetimine tabi tutulmaktadır. Öte yandan, ithalatta sağlık, emniyet, çevrenin korunması ve ulusal güvenlik gereklerini sağlamak amacıyla çıkarılan Dış Ticarete Standardizasyon tebliğleri kapsamında ilgili kurumlarca denetimler yapılmaktadır.

Yukarıda değinilen çalışmalar paralelinde, AB'dekine paralel bir sistem ülkemizde de tesis edilmekte ve kurulan sistemin etkin işleyebilmesi için gerekli idari, teknik ve enformatik altyapının aynı şeffaflık ve sağlamlıkta kurulmasına çalışılmaktadır. Yeni sistemle birlikte, ithalatta TSE tarafından yapılan zorunlu standart denetimleri yerine AB mevzuatına uygunluğun aranması, ham ve ara maddeler yerine çoğunlukla tüketici veya kullanıcıya yönelik nihai ürünlerin denetlenmesi, sabit listelerle belirlenen parti başına denetim yerine şüphe halinde sadece riskli ürünlerin kontrole tabi tutulması, riskli ürünler için firma ve ülke performanslarının değerlendirilmesi ve gerçekleştirilen denetimlerin online bir veri tabanı üzerinden takip edilmesi öngörülmektedir.

d) İthal Lisansları: Çeşitli ürünlerin ithalatı sırasında değişik kurumlarca gündeme getirilen ithal izni/belgesi/lisansı taleplerinin malların serbest dolaşımını engellemeye devam ettiği AB Komisyonu tarafından ileri sürülmektedir. Bu kapsamda sorun yaşanan en önemli alan kullanılmış eşya ve otomotiv ürünleri olmakla birlikte, esas olarak ithalat sırasında uygulanan kontrollerin karmaşık, şeffaf olmayan, önceden öngörülemeyen, belirsiz ve dağınık bir mevzuat yapısına işaret ettiği kaydedilmektedir.

e) **Fikri Mülkiyet Hakları: Eczacı ürünlerinde Patent ve Veri İmtiyazı Korunması:** AB Komisyonu, orijinal ilaçlara ilişkin verilere atıfta bulunarak jenerik ürünler için ruhsat almanın minimum 6 yıl süre ile dondurulması gerektiğini vurgulayarak, ülkemiz aleyhine Ticarete Teknik Engeller soruşturması açmıştır. Bu kapsamda yürütülen müzakereler sonucunda, patent korumasından bağımsız olarak veri imtiyazı yürürlüğe konulmuştur.

f) **Ticari Korunma Araçları:** Gümrük Birliği Kararının 44'üncü maddesi taraflar arasında ticari korunma hükümlerinin askıya alınmasına imkan tanımaktadır.

g) **Vergilendirme: Alkollü içecekler**

h) **Kamu Alımları:** Türk kamu alımları mevzuatı AB mevzuatına kısmen uyum sağlanmış olmakla beraber mevzuatlar arasında halen farklılıklar bulunmaktadır. Halen yürürlükte olan Kamu İhale Kanunu, yerli müteahhitlerin lehine tercihler içermesi, bazı kurum ve kuruluşların kanun kapsamı dışında olması, başvuru sürelerinin kısa olması, gibi konularda eleştiriye konu olmaktadır.

Görüleceği üzere, müzakere sürecinde "Malların Serbest Dolaşımı" başlığı altında yer alan ticarete teknik engellerin kaldırılmasına dair AB mevzuatı için geçiş süresi veya istisna alınması yönündeki girişimler ("üyelik sonrası"nda dahi belirli bir süre daha uygulamamaya ilişkin talepler) karşısında AB oldukça kısıtlı tavizlerde bulunmaktadır.

D. GÜMRÜK BİRLİĞİNİN ETKİLERİ

D.1 GB 'nin Ticaret Hacmi ve Kaynak Dağılımı Üzerindeki Etkileri

GB 'nin ticaret hacmi ve kaynak dağılımı üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlayan çalışmalar genel olarak ticaret saptırıcı etkiden ziyade ticaret yaratıcı etkinin ortaya çıktığını vurgulamaktadırlar.

GB 'nin dış ticaret hacmi ve statik kaynak dağılımı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalardan birisi olan, Hartler ve Laird (1999),GB sonrasında ticaret yaratıcı ve saptırıcı etkilerinin ortaya çıkıp çıkmayacağını tartışmaktadır. Ticaret

yaratıcı etkinin meydana gelmesi için birlik öncesi ticaretin hacmi, ithalat talep esneklikleri, başlangıçtaki ticaret engellerinin büyüklüğü, coğrafi yakınlık gibi bir takım kriterlerin AB-Türkiye, GB durumunda karşılandığı bu nedenle GB 'nin refah artırıcı olması gerektiğini belirtmektedir. Buna ek olarak, GB nedeniyle OGT 'nin kabul edilmesi sonucu üçüncü ülkelere uygulanan gümrük vergilerinde düşme olması nedeniyle ticaret saptırıcı etkinin ortaya çıkmasının beklenmediğini vurgulamaktadır.

Yapılan çalışmalarda GB 'nin sınırlı olsa ticaret yaratıcı etkiye yol açtığı, Türkiye'nin üçüncü ülkeler ile olan ticaretinde bir değişiklik olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Aynı çalışmada GB sonucu meydana gelen kurumsal değişiklikler ve reformlar ve rekabet artışının Türk ekonomisinin rasyonelleşmesine katkıda bulunarak kaynakların daha etkin dağılımına yol açtığı belirtilmektedir.

D.2 GB 'nin Fiyatlama Davranışı ve Piyasa Yapısı Üzerindeki Etkileri

AB ülkelerinden yapılan ithalatın fiyat-maliyet marjlarını azaltıcı yönde bir etkisi bulunmaktadır. Benzer şekilde ihracat değişkeninin de fiyat-maliyet marjı ile negatif ilişkili bir değişken olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu nedenle, çalışmada AB ile gerçekleştirilen GB'nin imalat sanayi sektörlerinde rekabetçi bir etki yaratarak fiyat maliyet marjlarını azalttığı sonucuna ulaşılmaktadır.

D.3 GB 'nin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri

IMF (2005), 1980 sonrasında Türkiye'de büyümenin en önemli belirleyicilerinden bir tanesinin dış ticaret olduğunu belirtmektedir. Dış ticaretin GSYİH içersisindeki payının 1981-2000 döneminde yüzde 13'den yüzde 38'e çıkmasının aynı dönemdeki büyümeye yüzde 2,3 katkı yaptığını tahmin edilmektedir.⁶⁴ 1980 sonrası ticaret serbestisi dönemi için dış ticaret değişkenleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer çalışmaların çoğunda da Türkiye ekonomisinde ticaretin büyümenin belirleyicilerinden birisi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

GB 'nin büyüme etkisini inceleyen az sayıda çalışma da ise, GB 'nin büyümeye etkisinin pozitif olduğu sonucuna ulaşmaktadır. ekonometrik olarak yapılan

⁶⁴(IMF, 2005.<http://www.imf.org/external/data.htm>)

çalışmalarda hem ihracat hem de ithalat nüfuz oranlarının toplam faktör verimliliği üzerine olumlu etkisi bulunduğunu göstermektedir. Dış ticaretin büyüme üzerine olumlu etkisi göz önüne alınarak GB 'nin ilerleyen yıllarda verimlilik artışına olumlu katkısının olmasının beklendiği belirtilmektedir.

D.4. Tarife Dışı Ticaret Engellerinin Kaldırılmasının İmalat Sanayi Sektörleri Üzerindeki Etkileri

Politik bazda Avrupa Tek Pazar' ının etkisi, teorik bazda ise dış ticaret teorisinde meydana gelen değişmelerin etkisiyle, ekonomik entegrasyon teorisinin son yıllarda önemle üzerinde durduğu konulardan birisi tarife dışı ticaret engellerin yüksekliği nedeniyle birlik içerisinde tek pazarın sağlanamamasının diğer bir deyişle ulusal piyasaların bütünleşerek tek bir pazar haline gelememesinin ekonomik maliyetleridir. Bu maliyetin kaldırılması veya diğer bir deyişle AT tek pazarının sağlanmasının refah etkilerini ölçmeyi amaçlayan çalışmalar, tarife dışı ticaret engellerinin azaltılması veya tamamen kaldırılması sonucu refah artışının derecesi çalışmalarda farklılık göstermekle birlikte, refah artışı gerçekleşeceğini tahmin etmektedir. Örneğin, AB Komisyonu 1996 yılında AB içi ticaretin yüzde 79'unun teknik yönetmeliklere konu olduğunu hesaplamaktadır. (Brenton, Sheey ve Vancaureten, 2001: 266).

Türkiye ile AB ticaretinde teknik engellerin kaldırılması ile birlikte malların tam olarak serbest dolaşımının sağlanmasının makroekonomik etkilerini inceleyen çalışmaların tümü ticaret hacminde ve GSYİH 'da artış olacağını tahmin etmektedirler. Lejour, Mooij ve Capel (2004), ticaret engellerinin kaldırılması ve AB pazarına entegrasyon sonucu, Türkiye'nin GSYİH 'da yüzde 0,8, üretiminde yüzde 1,4, ihracatında yüzde 8,1, ithalatında ise yüzde 12,2 artış olacağını tahmin etmektedir. (Lejour, Mooij ve Capel 2004:40 ve 42). Flam (2003) ve Flam (2005)'de Türkiye ile AB arasında malların serbest dolaşımının tam olarak sağlanması sonucunda Türkiye-AB ticaretinde yüzde 50'lik bir artış olacağı sonucuna ulaşmaktadır.

Türkiye'nin yeni yaklaşım ve karşılıklı tanınma ürünlerinde etkin bir üretici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin yeni yaklaşım konusu bazı ürünlerde

karşılaştırmalı üstünlüğü bulunduğu sonucuna ulaşılması nedeniyle ilgili AB mevzuatına bir an önce uyum gösterilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Tarife dışı engellerin kaldırılması sonucu sektörel düzeyde ticaretin ne yönde etkileneceğini inceleyen çalışmalardan birisi olan Ljeour, Mooij ve Capel (2004), Türkiye'nin ihracatı açısından düşünüldüğünde iki türlü etkinin göz önüne alınması gerektiğini belirtmektedir. Birincisi, tarife dışı engellerin kaldırılması sonucu AB'den yapılan ithalat sonucu yurt içerisinde rekabetin artacağını talebin pahalı yurt içi üretimden ucuz ithalata doğru kayma göstereceğidir. Yurt içerisinde üretilen mallara olan talebin azalması ise üretici fiyatlarını azaltacağından kaynakların bu sektörlerden uzaklaşmasına neden olacaktır. İkincisi, AB'nin de Türkiye'nin ihracatına olan teknik engellerin kaldırılması birlik içerisinde Türk mallarının görece olarak daha ucuz hale getireceğinden bu sektörlerde talep artacak ve fiyatlar üzerinde arttırıcı etkisi olacaktır (Ljeour, Mooij ve Capel, 2004:43). Dolayısıyla, her hangi bir sektörde genişleme olup olmaması, ilgili sektördeki teknik engellerin büyüklüğüne, sektörün karşılaştırmalı üstünlüğüne ve AB'ye yapılan ihracatın sektörün üretimi içerisindeki payına bağlı olarak değişmektedir. Arz yönünden göz önüne alınması gereken diğer bir etki ise ticaret maliyetinin düşmesi sonucu ara malların fiyatlarında meydana gelecek olası azalmanın üretim maliyetlerini azaltıcı etkisidir. Dolayısıyla, sektörel etki arz ve talep yönünden etkiler bir arada düşünüldüğünde, girdi-çıkıtı yapısına, karşılaştırmalı üstünlüğe ve sektörün ticaret yoğunluğuna bağlı olarak değişmektedir.

E. GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİ

E.1. 2013 Vizyonu

Orta ve yüksek teknoloji üretebilen, ihracat içerisinde orta ve yüksek teknoloji mallarının payını arttıran, marka ürünler sunabilen, dünyada lider firmalar yaratabilen, ürün ve pazar çeşitliliğini arttıran, ticaretin önündeki teknik engelleri asgari düzeye indirmiş, ticareti kolaylaştırıcı kurumsal alt yapıyı ve devlet-üniversite-özel sektör- sivil toplum kuruluşları işbirliğini sağlayarak rekabet şartlarını oluşturmuş, sürdürülebilir ve dengeli dış ticaret yardımıyla gelişmiş ekonomiler arasında yer almak.

Bu kapsamda stratejik amaç, hedef ve ilkelerimiz aşağı belirtilmektedir.

E.2 Vizyona Yönelik Stratejik Amaçlar ve Öngörülen Düzenlemeler

E.2.1. Stratejik Amaçlar

- 1) İhracatın mal bileşeninin katma değeri yüksek ürünlerden oluşmasının sağlanması
- 2) İhracatın ithalata bağımlılığın sektörel ve makro bazda azaltılması
- 3) Yatırımcının 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

E.2.2 Stratejik Amaçlara Ulaşılabilmesi İçin Saptanan Öncelikler ve Öngörülen Düzenlemeler

Stratejik Amaç-I: İhracatın mal bileşeninin katma değeri yüksek ürünlerden oluşmasının sağlanması

Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

- 1) Geleneksel ihracat sektörlerinde katma değeri yüksek üretimin sağlanması
- 2) Yatırımların hedef pazarlarda rekabet gücü olan "Dinamik" sektörlerle yönlendirilmesi
- 3) Ürün çeşitlendirmesine giderek dış pazarda rekabet gücü olabilecek, yüksek katma değerli, yeni teknoloji özelliği olan ürünlerin geliştirilmesi ve ihracata yönlendirilmesi için destek sistemlerin oluşturulması

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

- 1) İhracatçıların kullandıkları girdilerin maliyetlerinin (SSK, kurumlar vergisi, enerji maliyetleri) rakipleri ile aynı koşullarda rekabet edebilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması

2) Üniversite-sanayi işbirliği için yasal düzenlemelerin yapılması, bu işbirliğinin en etkili araçlarından birisi olan Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin gelişmelerini süratle tamamlayabilmeleri için yatırım programlarından daha fazla kaynak ayrılması, TÜBİTAK ve AB'nin AR-GE fonlarının etkin kullanımı için tedbir alınması,

3) Üretimde toplam kalite anlayışının arttırılmasına yönelik düzenlemeler yapılması,

4) Üniversite-sanayi işbirliği ile AR-GE faaliyetlerinin patent geliştirilmesine yönelik desteklerin arttırılması

5) Ara malı üretimi için yeni üreticilerin proje bazlı desteklenmesi yoluyla teşvik edilmesi

6) Yan sanayi olarak üretim yapan KOBİ'ler için ihracatın finansmanına yönelik KOSGEB tarafından geliştirilen destekleyici sistemlerin güçlendirilmesi.

Stratejik Amaç-II: İhracatın ithalata bağımlılığın sektörel ve makro bazda azaltılması Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

- 1) Ticaret politikası araçlarının etkin şekilde uygulanması
- 2) İhracata ara malı üreten sektörlerde yerli sanayinin daha uygun fiyata mal üretmesini sağlayacak tedbirlerin alınması
- 3) Sektörler itibarıyla ithalata bağımlılık düzeylerinin tespit edilmesi ve ithal bağımlılığının düşük olduğu sektörlerin ihracat kapasitelerinin arttırılması

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

1) Ticaret politikası araçlarının etkin bir şekilde uygulanması bağlamında Dahilde İşleme Rejimi'nin iç piyasa üretimi ve denetim koşulları göz önüne alınarak yeniden düzenlenmesi.

2) İhracata ara malı üreten sektörlerde yerli sanayinin daha uygun fiyata mal üretmesinin sağlanması için vergi oranlarının ve istihdam maliyetlerinin azaltılmasını teminen gerekli yasal düzenlemelerin yapılması

3) İhracat teşviklerinin ithal bağımlılığı düşük sektörlerle yönlendirilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması

4) İhracata ara malı üreten sektörlerde yerli sanayinin daha uygun fiyata mal üretmesinin sağlanması için AR-GE çalışmalarının teşvik edilerek verimlilik artışının sağlanması

5) İthal bağımlılığının düşük olduğu sektörlerin ihracat kapasitelerinin artırılması için ihracat performans değerlendirmelerinde net ihracatın dikkate alınması

Stratejik Amaç-III: Yatırımcının önündeki tüm engellerin kaldırılması ve yatırıma yönlendirici tedbirlerin alınması

Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

- 1) Bürokratik engel ve zorlukları giderecek düzenlemelerin yapılması
- 2) Fikri ve sınai mülkiyet haklarının etkin bir şekilde korunmasının sağlanması
- 3) Yerli ve yabancı yatırımcıların yeni yatırım yapabilmelerini sağlayacak ve rekabet güçlerini arttıracak bir vergi düzenlemesinin yapılması
- 4) İstihdam üzerindeki yüklerin azaltılmasına yönelik düzenlemelerin yapılması
- 5) Enerji maliyetlerinin uluslararası rekabet koşullarına uygun hale getirilmesiveenerjide dışa bağımlılığın giderilmesi
- 6) Devletin yatırım yapılabilirliği yüksek yerleri belirleyip yatırımcıya tahsis etmesi
- 7) Yatırımcılara AR-GE konusunda her türlü desteği sağlayacak düzenlemelerin yapılması

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

Yukarıda belirtilen hedeflere ulaşılabilmesi için ilgili hukuksal ve kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

(1) Bürokratik engel ve zorlukların ortadan kaldırılabilmesi için kamu reformu yapılması.

(2) Yerli ve yabancı yatırımcıların yeni yatırım yapmalarını teşvik etmek ve rekabet güçlerini arttırmak için vergi reformu yapılması

(3) İstihdam üzerindeki yüklerin azaltılmasına yönelik olarak SSK reformu yapılması

(4) Enerji maliyetlerinin uluslararası rekabet koşullarına uygun hale getirilmesi ve enerjide dışa bağımlılığın giderilmesi için Enerji Bakanlığı'nın gerekli tedbirleri alması

(5) Devletin yatırım yapılabilirliği yüksek yerleri belirleyip yatırımcıya tahsis etmesi için Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nın gerekli düzenlemeleri yapması

(6) Yatırımcılara AR-GE konusunda her türlü desteği sağlayacak düzenlemelerin yapılması için yasal düzenleme ile TÜBİTAK'ın daha etkin çalışmasının sağlanması

Stratejik Amaç-IV: Kaliteli Türk ürünlerinin müşteri odaklı ve dinamik teknikler ile tanıtım ve pazarlamasının sağlanması

Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

Söz konusu stratejik amaca ulaşabilmek için devlet ve özel sektör tarafından gerçekleştirilmesi gereken hedefler aşağıdaki belirtilmektedir; Devlet;

1) Devletin olumlu Türk malı imajını oluşturmaya yönelik projeleri (Turquality projesi gibi) desteklemesi

2) İhracatta pazarlamayı destekleyen ofis, mağaza açma, yurtdışı fuarlara katılım gibi devlet desteklerinin çeşitlendirilmesi

3) Pazarlama konusunda yetişmiş insan gücü sağlanması ve istihdam edilmesine yönelik eğitim programlarının çeşitlendirilmesi

4) Pazara Giriş, ülke, sektör ve ürünlere özgü dağıtım kanalları, tarife dışı engeller gibi tüm bilgilerin bir araya getirilmesi ve erişilebilir olması

Özel Sektör;

1) Fuarlara katılma

2) Sektör dergilerine reklam verme

3) E-ticaret yöntemlerinin etkin kullanımı (Web sayfası kullanımı)

4) Uluslararası pazarlama alanında yetişmiş insan gücü istihdamı

5) Talebi zamanında ve hızlı karşılayarak, lojistik ve dağıtım kanallarını da içeren uygun tedarik zincirine girişin sağlanması

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

1) Tanıtım ve pazarlamaya yönelik devlet yardımlarının çeşitlendirilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması

2) Eğitim programlarına ayrılan bütçenin artırılması

3) Eğitim, insan kaynakları ve altyapı ile bağlantılı kurumsal düzenlemeler

4) KOBİ 'ler açısından büyük önemi olan Sektörel Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ile Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin rekabet gücü ve pazarlama açısından önemi göz önünde bulundurularak söz konusu yapılanmaların geliştirilmesi

Stratejik Amaç-V: Bürokrasinin Azaltılması ve Denetim Etkinliği'nin sağlanması Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

1) Dış ticaret sektöründe yer alan kurumlarda çalışan personelin mesleki alanda uzmanlaşmasının sağlanması

2) Kamu kuruluşlarınca yayınlanan resmi düzenlemelerin ve dış ticarete konu olan belgelerin içeriğinin mümkün olduğunca basitleştirilmesi ve sayısının azaltılması

3) Kamudaki denetim mekanizmasının reforma tabi tutulması tabi tutulması ve piyasa gözetim ve denetim sisteminin etkinliğinin sağlanması

4) Kayıt dışı ekonominin önlenmesi

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

1) Uzmanlaşma amaçlı kadro tahsisini düzenleyen yasal düzenlemelerin yapılması

2) Tüm mevzuatın gözden geçirilerek gereksiz ve çakışan düzenlemelerin yürürlükten kaldırılması

3) Kamu reformu yasa tasarısının gerçekleştirilmesi

4) Uygulamalı hizmet içi eğitimin sağlanması için gerekli kurumsal düzenlemelerin yapılması

5) Dış ticaret ile ilgili tarafların bir araya gelmesi suretiyle koordinasyonda yaşanan problemlerin aşılması

Stratejik Amaç-VI: AB teknik mevzuatına uyum çalışmalarının tamamlanması ve AB dışı ülkelerle ticaretimizdeki teknik engellerin asgariye indirilmesi için imkanların değerlendirilmesi

Amaca Ulaşılabilmesi için Saptanan Öncelikler:

- 1) AB'nin ticarete teknik engellerin kaldırılmasına dair yatay mevzuatından henüz uyumlaştırılmamış olanlara ilişkin çalışmaların tamamlanması
- 2) AB'nin ticarete teknik engellerin kaldırılmasına dair ürün bazındaki teknik mevzuatına uyum çalışmalarının tamamlanması ve gelişiminin takibi
- 3) Yatay ve ürün bazındaki teknik mevzuatın uygulamasının etkinleştirilmesi
- 4) Malların serbest dolaşımının temininde önemli rol oynayan kalite altyapısının (standardizasyon, akreditasyon, kalibrasyon, metroloji, test ve belgelendirme) AB sistemine paralel bir yapıya dönüştürülmesi için eksikliklerin tamamlanması
- 5) Türkiye ile AB arasındaki ilgili Anlaşmaların hükümleri ile çelişmemek kaydıyla AB dışı ülkelerle ticaretimizdeki teknik engelleri asgariye indirecek tedbirlerin alınması

Öncelikleri Gerçekleştirmek için Öngörülen Düzenlemeler

- 1) 4703 sayılı "Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun"da 2001/95/EC sayılı Genel Ürün Güvenliği Direktifi doğrultusunda gerekli tadilatın yapılması
- 2) Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi Kararı ve bu Karar kapsamı mevzuatın ilgili bölümlerinin üçüncü ülkelerden yapılan ithalatta güvenlik denetimlerine dair 339/93/EC sayılı Tüzük ve diğer ilgili AB düzenlemeleri ile uyumlu hale getirilmesi için yürütülen çalışmaların tamamlanması
- 3) Düzenlenmemiş alanda Türkiye ile AB arasında uygulanacak karşılıklı tanıma hükmünü ve gerekli bildirimleri düzenleyen Yönetmelik taslağının yayınlanması

4) Henüz iç mevzuata aktarılmamış ürün bazındaki AB teknik mevzuatının hukuki uyum çalışmalarının tamamlanması

5) Yatay ve ürün bazındaki mevzuatın daha etkin uygulanabilmesi için teknik altyapı eksikliklerinin giderici tedbirlerin alınması

6) Üstlenilen AB teknik mevzuatı ile çakışan/çelişen mevzuat bulunup bulunmadığına dair tespitlerin tamamlanması ve gerekli önlemin alınması,

7) Piyasa gözetim ve denetimi ile ithalat denetimlerinin AB sistemine paralel şekilde uygulanabilmesi için piyasa gözetim ve denetimi konusundaki idari yapılanmanın gözden geçirilmesi dahil gerekli tüm tedbirlerin alınması

8) TSE'nin CEN-CENELEC tam üyeliğini almasına ilişkin çalışmaların sonuçlandırılması

9) TÜRKAK' ın EA'ya üye akreditasyon kuruluşları ile karşılıklı tanıma anlaşmaları imzalamasına dair çalışmaların sonuçlandırılması

10) Ürün bazındaki mevzuatın gerektirdiği test/muayene/belgelendirme faaliyetlerini gerçekleştirecek kuruluşlardan teknik yeterliliği AB kriterlerine uygun olanların sistemin içine alınması, eksiklikleri bulunanların ise bu konuda kendilerini geliştirmelerini temin edecek girişimlerde bulunulması,

11) Uygunluk değerlendirmesi ile ilgili kamu kuruluşları, yüksek öğretim kurumları, özel sektör kuruluşları, ticaret ve meslek odaları, tüketici federasyonları ve sivil toplum örgütleri arasında görüş alışverişinin sağlanması amacıyla Uygunluk Değerlendirme Kurulu oluşturulmuştur. Bu Kurul'un kurumsallaşması amacıyla bir dernek çatısı altında yeniden yapılandırılması kararlaştırılmış olup, bu konudaki çalışmaların gerçekleştirilmesi,

12) Mevzuat uyumu çalışmalarında kamu kuruluşları ile sektör arasındaki diyalogu artırıcı tedbirlerin alınması,

13) Özellikle güvenli ürün konusunda tüketici bilincini geliştirici önlemlerin alınması,

14)Mevzuat uyumunun olumlu sonuçlarının alınabilmesine yönelik ülke içinde ve AB Komisyonu ile üye ülkeler nezdindeki çalışmaların sistematik hale getirilmesi ve hızlandırılması yönünde tedbirlerin alınması

15)Mevzuat uyumunun sonuçları hakkında ihracatçıların düzenli bilgilendirilmesi amacıyla önlemlerin alınması

16)Mevzuat uyumunun hangi sektörler itibariyle bazı sıkıntıları da beraberinde getireceğinin tespitinin yapılabilmesi ve gerekli tedbirlerin alınması amacıyla, başta 9 uncu Kalkınma Planı kapsamındaki sektörel etki değerlendirmeleri olmak üzere ilgili tüm verilerin DTM, ilgili kamu kuruluşları ve sektör katılımıyla düzenli olarak değerlendirilebilmesine yönelik önlemlerin alınması

17)AB ile aramızdaki malların serbest dolaşımı prensibi ile çelişmemek kaydıyla, AB dışındaki ülkelerle ticaretimizde teknik engellerin ortadan kaldırılmasını temin edecek karşılıklı tanıma ya da denklik anlaşmaları gibi imkanların tespiti ve gerekli girişimlerin gerçekleştirilmesi.

18)İhracatçılarımızın üçüncü ülke pazarlarında karşılaştığı teknik engellerle ilgili olarak Dünya Ticaret Örgütü Ticarete Teknik Engeller Anlaşması kapsamındaki sistemin daha etkin kullanımının sağlanması.

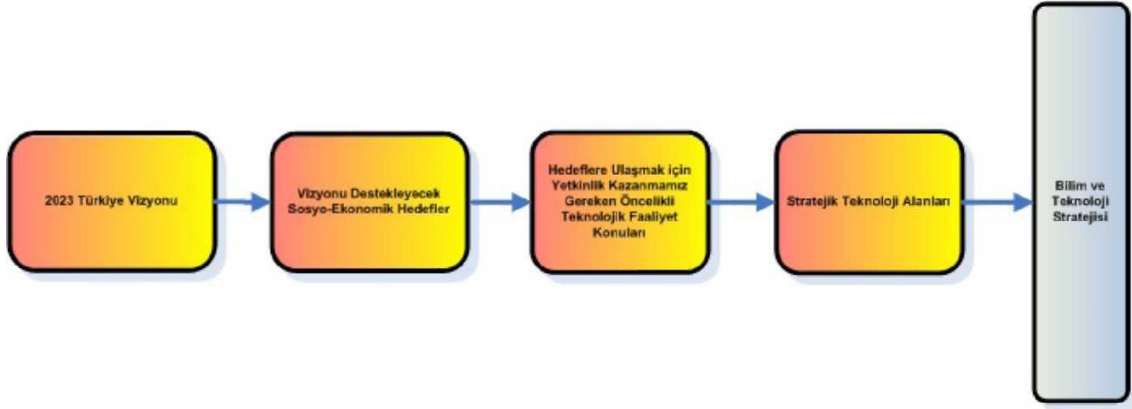
19)Ülkemizin önemli ticari ortağı olan ülkelerle teknik işbirliğini geliştirerek, ihracatımızın ticarete teknik engellere maruz kalmasının önlenmesini ve teknik düzenlemeler ile standartların ikili ticari ilişkileri güçlendiren araçlar olarak kullanımının sağlanması.

BÖLÜM XII. VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ Ç.ALIŞMALARI⁶⁵

Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü'nde öngörülen hedef her sektörden ve kesimden binlerce uzmanın arzuladığı bir Türkiye'yi kurmaya yöneliktir.

⁶⁵TÜBİTAK Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüler Projesi/ TÜBİTAK Versiyon 17, 23 Ağustos 2004.
http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf

Grafik 8: Teknoloji Stratejisi



Türkiye'nin bilim ve teknolojiye yol arayışlarının yaklaşık kırk yıllık bir geçmişi bulunmaktadır. Bugüne kadar ortaya konulan bilim ve teknoloji politika belgelerine bakıldığında, biraz gecikmeli de olsa, dünyadaki gelişmeler doğrultusunda tutarlı bir çizginin izlendiği görülmektedir. Ancak, Türkiye'nin bilim ve teknolojiye yerine ve buna dayalı olarak dünya ölçeğinde rekabet gücüne bakıldığında, azımsanmayacak bazı gelişmeler kaydedilmiş olsa da, bu politika belgelerinde ortaya konulan hedeflerin gerçekleştirildiğini söylemek mümkün değildir. Türkiye, daha önceki dönemlerde de yol ayrımına gelmiş, doğru yolu seçmeye niyetlenmiş, ancak bunu gerçekleştirilememiştir.

- Sağlık, eğitim ve kültür gereksinimlerinin karşılanması devlet tarafından güvence altına alınmış;
- Sürdürülebilir gelişmeyi gözetilen; gelir dağılımı dengeli;
- Bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşmiş; üreten; net katma değerini kendi beyin gücüne dayanarak artırabilen bir TÜRKİYE'dir.

Bu vizyonun öğeleri ise;

Eğitim, sağlık, tarım ve gıda, inşaat ve alt yapı, ulaştırma, enerji, bilgi ve iletişim, makine imalatı ve malzeme, Kimya, Savunma, havacılık ve uzay sanayii, tekstil, turizm, doğal kaynaklar, çevre'dir.

Vizyonu Destekleyecek Sosyoekonomik Hedefler

Teknoloji Öngörü Panelleri bu vizyonu gerçekleştirebilmek için, her şeyden önce şu dört sosyoekonomik hedefe ulaşmanın stratejik önemde olduğu kanısına varmışlardır:

1. Belirlenecek sınai üretim alanlarında, Türkiye'nin rekabet üstünlüğü kazanarak uluslararası ticaretten ciddi bir pay alır hale gelmesi;
2. İnsanımızın yaşam kalitesinin yükseltilmesi;
3. Sürdürülebilirliği sağlanarak kalkınma; ve
4. Toplumların bilgiyi üretebilme, ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürebilme yeteneğinin ulusal ekonomileri ve toplum yaşamını yeniden şekillendirdiği bir dünyada, bizim de bu dönüşüme ayak uydurabilmemiz için bilgi ve iletişim teknolojileri altyapımızın güçlendirilmesi.

Paneller, vizyonlarına ulaşmanın olmazsa olmaz koşulu olarak görülen bu stratejik hedeflere erişilebilmesi için, bilim ve teknolojinin iki etkin, stratejik araç olarak kullanılabileceği görüşündedirler. Bunun için de önce bu araçlara sahip olabilmek; bilim ve teknolojinin, ulaşılmak istenen hedefler doğrultusunda seçilecek belirli alanlarında yetkinleşmek gerekmektedir. Bu nasıl başarılacak?

1. SINAI ÜRETİMDE REKABET ÜSTÜNLÜĞÜNÜN SAĞLANMASI

A) Esnek Üretim - Esnek Otomasyon Süreç ve Teknolojilerini Geliştirmede Yetkinleşme

B) Bilgi Yoğunluğu ve Katma Değeri Yüksek Ürünler Geliştirebilme

Ve Tüketim Malları için Küresel bir Tasarım ve Üretim Merkezi Olma

C) Temiz Üretim Yapabilme Yeteneği Kazanma

D) Tarıma Dayalı Üretimde Rekabetçi Olabilme

E) Uzay ve Savunma Teknolojileri Geliştirmede Yetkinleşme

F)Malzeme Teknolojilerini Geliştirebilme Yeteneğini Kazanma

2. YAŞAM KALİTESİNİN YÜKSELTİLMESİ Hedefi Doğrultusunda

A) Gıda Güvenliği ve Güvenilirliği

B)Sağlık ve Yaşam Bilimlerinde Yetkinlik Kazanma

C)Sağlıklı ve Çağdaş Kentleşme ve Altyapısı

D) Ulaştırma

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA Hedefi Doğrultusunda

A)Enerji

B)Sürdürülebilir Çevre

C) Doğal Kaynakların Değerlendirilmesi

4. BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞ İÇİN TEKNOLOJİK ALTYAPININ GÜÇLENDİRİLMESİ Hedefi Doğrultusunda

A. Kullanımı eğitim gerektirmeyen bilgisayarların geliştirilmesi.

B. Bilgi yönetimi ve iletiminde yüksek hizmet kalitesinin sağlanması.

C. Bilgi toplumunda bilgi güvenliğinin sağlanması.

D. Bilgi savaşlarına, elektronik savaşlara hazır olunması.

E. Geniş Bant İletişim Ağı'nın kurulması.

F. Biyoelektriksel insan-bilgisayar arabirimlerinin geliştirilmesi.

G. İletişimde uydu uygulamalarında yetkinleşmek.

5. STRATEJİK TEKNOLOJİ ALANLARI

Yukarıda sıralanan öncelikli teknolojik faaliyetleri gerçekleştirebilme yeteneği kazanabilmek için, bellidir ki bu faaliyetlerin temelinde yatan kilit teknolojilerde yetkinleşmek gereklidir. Bu teknolojiler bundan sonra "**stratejik teknolojiler**" olarak adlandırılacaktır.

Öncelikli faaliyetlerin temelindeki stratejik teknolojiler şu 8 ana başlık altında toplanmıştır: **Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Biyoteknoloji ve Gen Teknolojileri,**

Enerji ve Çevre Teknolojileri, Malzeme Teknolojileri, Mekatronik, Nanoteknoloji, Tasarım Teknolojileri ve Üretim Süreç ve Teknolojileri.

Türkiye'nin bu alandaki 2023 hedefi; bilgi yoğun-nitelikli katma değer yaratıldığı, ekolojik bilinç temelli alt yapı ve yönetim sistemleriyle donatılmış, akıllı fabrikalardan oluşan üretim merkezlerine sahip olmasıdır.

Altı çizilerek vurgulanması gereken en önemli nokta ise, yukarıda sıralanan stratejik teknoloji alanlarındaki hedefimizin, ülkemiz için öncelikli olan teknolojik faaliyet konularını gerçekleştirecek yetkinlik düzeyine gelmek olduğudur.

6. TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜ ÇALIŞMASI TEMEL ALINARAK GELİŞTİRİLEN ULUSAL BİLİM VE TEKNOLOJİ STRATEJİSİ⁶⁶

2023 Türkiye Vizyonunu erişilebilir kılmak için kullanılacak en etkin stratejik araçlar ise, **bilim** ve **teknolojidir**. Ama bu stratejik araçları kullanabilmek için, önce bu araçlara sahip olmak gerekir. Bu araçlara sahip olmak, bunlara egemen olmak anlamına gelmektedir.

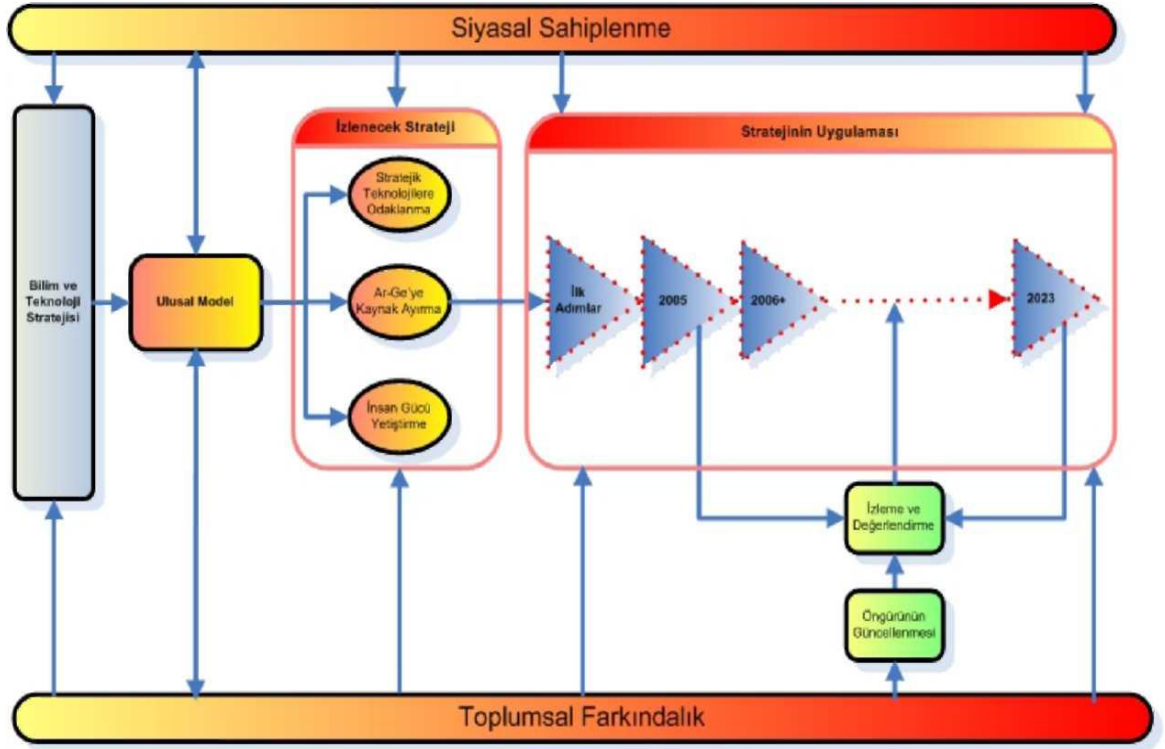
Ancak, mesele sadece bilim ve teknolojiye egemen olmaktan ibaret değildir. Bu egemenliği mutlaka ve mutlaka ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürme; yani, bilim ve teknolojiye gelişmelerden hareketle yeni ürün ve hizmetler, yeni üretim ve dağıtım yöntemleri, yeni sistemler yaratabilme yetkinliğine de kavuşmak gerekir.

a. Siyasi Yaklaşım: Öngörülen stratejinin siyasi iradenin bu yöndeki kararlılığı ve sürekliliği olmaksızın hayata geçmesi mümkün değildir.

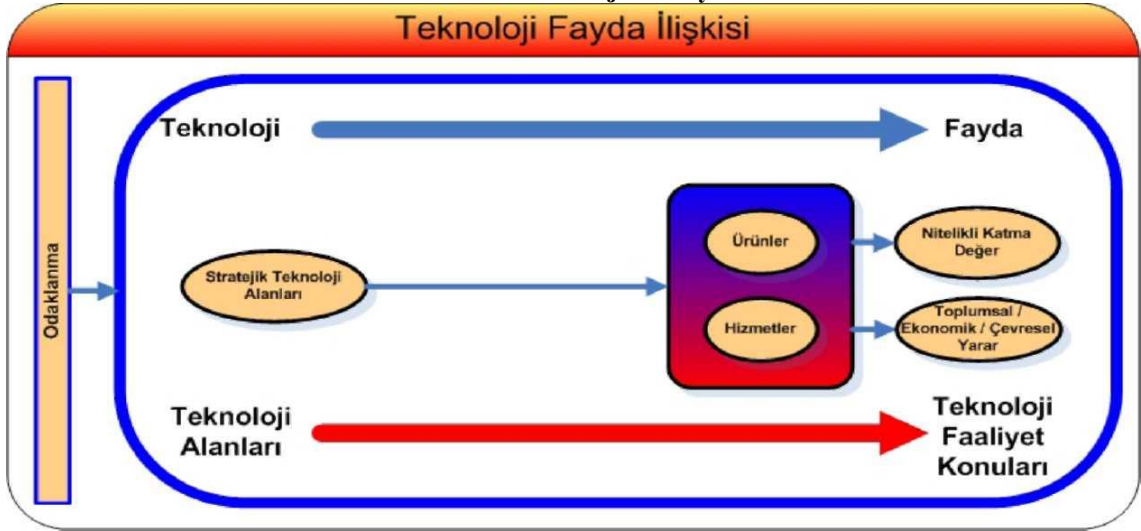
Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerinin, sürecin sağlıklı bir biçimde işlemesi için gereken kaynakların tahsisi konusunda cesur ve eşgüdüm konusunda taviz vermeyen bir tavır almaları; bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşmeye yönelik faaliyetleri siyasi ve partiler üstü bir platformda değerlendirmeleri "gelenek" haline gelmelidir.

⁶⁶http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf

Grafik 9: Siyasal Sahiplenme



Grafik 10: Teknolojinin Faydası
Teknoloji Fayda İlişkisi



b. Kamu Yönetimi Yaklaşımı: Devletin her kurum, birim ve çalışanının, Vizyon 2023 ve bunu destekleyen hedefler doğrultusunda bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

2023 odaklı bir vizyona ve hedeflere sahip olması; dönemsel planlama, programlama ve bütçeleme çalışmalarında bu vizyon ve hedeflerin gözetilmesi ve vurgulanması beklenmektedir.

c. Toplumsal Bilinçlendirme Yaklaşımı: Toplumsal algılama ve destek, arzu edilen geleceğin yaratılması yönünde yürütülecek faaliyetlerin arkasındaki en büyük itici güçtür.

Vizyon 2023'ü hayata geçirme sürecini izleyip alınan sonuçları ölçmek ve değerlendirmek için süreklilik kazandırılmış bir sistemin kurulması

Vizyon 2023'ün, bilim ve teknolojideki gelişmeler, değişen sosyoekonomik şartlar ve uygulamadan alınan sonuçlar dikkate alınarak belli aralıklarla gözden geçirilmesini sağlayacak bir sistemin kurulması

Vizyon 2023 çalışmasında Teknoloji Öngörü Panelleri de geleceğin teknolojileri olarak görülen bu tür jenerik karakterdeki teknolojilere dikkat çekmişler ve raporlarında bu alanlarda Türkiye'nin yetkinlik kazanmasının yaşamsal önemini vurgulamışlardır.

Yine Vizyon 2023 Projesi çerçevesinde Türkiye için stratejik teknolojileri belirlemek üzere oluşturulan Stratejik Teknoloji Grupları da bu tür jenerik nitelikteki gelişmelere dikkat çekmişler; bu teknolojilerin açılımları sonucu yeni gelişecek, bugünkünden çok farklı teknoloji alanlarının bugünkülerin yerini alabileceğine işaret etmişlerdir.

KOBİ'ler tedarik faaliyetleri kapsamında desteklenmeli ve gerekli altyapı oluşturulduktan sonra, her tedarik projesine belirli oranda KOBİ katılımı zorunlu kılınmalıdır.

Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerinin, sürecin sağlıklı bir biçimde işlemesi için gereken kaynakların tahsisi konusunda cesur ve eşgüdüm konusunda taviz vermeyen bir tavır almaları; bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşmeye yönelik faaliyetleri siyasi ve partiler üstü bir platformda değerlendirmeleri "gelenek" haline gelmelidir.

d. Kamu Yönetimi Yaklaşımı: Devletin her kurum, birim ve çalışanının, Vizyon 2023 ve bunu destekleyen hedefler doğrultusunda bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

2023 odaklı bir vizyona ve hedeflere sahip olması; dönemsel planlama, programlama ve bütçeleme çalışmalarında bu vizyon ve hedeflerin gözetilmesi ve vurgulanması beklenmektedir.

e. Toplumsal Bilinçlendirme Yaklaşımı: Toplumsal algılama ve destek, arzu edilen geleceğin yaratılması yönünde yürütülecek faaliyetlerin arkasındaki en büyük itici güçtür.

Vizyon 2023'ü hayata geçirme sürecini izleyip alınan sonuçları ölçmek ve değerlendirmek için süreklilik kazandırılmış bir sistemin kurulması

Vizyon 2023'ün, bilim ve teknolojideki gelişmeler, değişen sosyoekonomik şartlar ve uygulamadan alınan sonuçlar dikkate alınarak belli aralıklarla gözden geçirilmesini sağlayacak bir sistemin kurulması

Vizyon 2023 çalışmasında Teknoloji Öngörü Panelleri de geleceğin teknolojileri olarak görülen bu tür jenerik karakterdeki teknolojilere dikkat çekmişler ve raporlarında bu alanlarda Türkiye'nin yetkinlik kazanmasının yaşamsal önemini vurgulamışlardır.

Yine Vizyon 2023 Projesi çerçevesinde Türkiye için stratejik teknolojileri belirlemek üzere oluşturulan Stratejik Teknoloji Grupları da bu tür jenerik nitelikteki gelişmelere dikkat çekmişler; bu teknolojilerin açılımları sonucu yeni gelişecek, bugünkünden çok farklı teknoloji alanlarının bugünkülerin yerini alabileceğine işaret etmişlerdir.

KOBİ'ler tedarik faaliyetleri kapsamında desteklenmeli ve gerekli altyapı oluşturulduktan sonra, her tedarik projesine belirli oranda KOBİ katılımı zorunlu kılınmalıdır.

Bakanlıklar ve diğer kamu kuruluşlarınca sipariş edilecek **güdümlü ARGE projeleri** ile ülkemizin anılan stratejik teknoloji alanlarında yetkinliğini önemli ölçüde artırmak mümkün olacaktır.

ARGE'ye kaynak ayırma ile ilgili sayısal hedefler şöyle belirlenmiştir:

- ARGE yoğunluğunu (yurt içi ARGE harcamalarının gayri safi yurt içi hasılaya oranı) 2013 yılına kadar, bugünkü % 0,64 değerinden % 2'ye çıkarmak,
- Özel sektör ARGE fonlarının toplam ARGE fonlarına oranını 2023 yılına kadar % 60'a çıkarmak (bugün bu oran % 42,9'dur),
- Özel sektör ARGE harcamalarının yurtiçi ARGE harcamalarına oranını %65'e (bugün bu oran % 33,4'tür) çıkarmak,
- Özel sektör imalat sanayii ARGE harcamaları içinde "ileri teknoloji" alanlarında yapılan harcamaların oranını 2023 yılında % 40'a çıkarmak.

Sayısal hedefler belirlenirken, Avrupa Birliği'nin bugünkü ortalama değerleri baz alınmıştır. Bu değerler Türkiye ile karşılaştırmalı olarak aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo10: Ar-Ge Göstergeleri

ARGE'ye Ayrılan Parasal Kaynaklar ile İlgili Göstergeler	Mevcut Durum		
	AB-15 Maks.	AB-15 Ort.	Türkiye
ARGE yoğunluğu - yurt içi ARGE harcamalarının gayri safi yurt içi hasılaya oranı (%)	4,27	1,98	0,64
Özel sektör ARGE fonlarının toplam ARGE fonları içindeki oranı (%)	71,9	56,1	42,9
Özel sektör ARGE harcamalarının yurt içi ARGE harcamalarına oranı (%)	77,6	65,6	33,4
Özel sektör imalat sanayii ARGE harcamaları içinde "ileri teknoloji" alanlarında yapılan harcamaların oranı (%)	64	41,3	

7. GEREKLİ İNSAN GÜCÜNÜ YETİŞTİRMEK

İnsan kaynaklarındaki zayıflıklarımızın giderilmesi; güçlü yanlarımızın desteklenerek daha da güçlendirilmesi; genç nüfusumuzun yarattığı fırsatlardan yararlanmayı mümkün kılacak eğitim ve istihdam politikalarının geliştirilmesi gereklidir. Bu yapılmadığı takdirde, iyi eğitilememiş ve işsiz kalmış nüfusun doğuracağı tehditlerin önlenmesi mümkün olmayacaktır.

Vizyon 2023 çalışmasının kapsadığı zaman dilimi düşünüldüğünde eğitim sisteminin bütününe ele alınmasının kaçınılmaz olduğu görülür. Bu günün henüz okul çağına gelmemiş bebeklerinin 2023 yılının meslek insanları olacağı unutulmamalıdır.

Teknoloji geliştirebilecek yetenekte eleman yetiştirmekle yükümlü olan mühendislik fakültelerinin makine-teçhizat eksikliklerinin karşılanması için özel bir proje çerçevesinde üniversiteye kaynak aktarılmalıdır.

Ayrıca, öğretim üyesi sayısı mevcut öğrenci sayısına göre genelde uluslararası normların üçte biri mertebesinde ve bazı disiplinlerde de yok denecek kadar azdır. Halen 26.000 civarında olan toplam öğretim üyesi sayısının 2023 yılına kadar yaklaşık 150.000'e çıkarılması gerekmektedir.

8. UYGULANACAK STRATEJİNİN İZLENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİNDE ESAS ALINACAK ÖLÇÜTLER

Uygulanacak stratejinin başarısı, her şeyden önce, öngörülen sosyoekonomik hedeflere ne ölçüde ulaşılabildiğine bakılarak belirlenebilecektir. Bu belirleme için "**Dünya Bankası Rekabet Gücü Endeksi**" ile "**Birleşmiş Milletler İnsani Kalkınma Endeksi**" esas alınacaktır. Bu endekslere göre başarının ölçütü;

■ 2023 yılında, "**Dünya Bankası Rekabet Gücü Endeksi**" sıralamasında dünyanın **ilk 25 ülkesi** arasına girebilmek,

■ 2023 yılında, "**Birleşmiş Milletler İnsani Kalkınma Endeksi**" sıralamasında dünyanın **ilk 25 ülkesi** arasında yer alabilmek olarak belirlenmiştir.

Bu değerlendirmede, başarı ölçütü ise; bu göstergeler açısından

- 2023 yılında, **AB'nin ilk 10 ülkesi** arasında yer alabilmek

biçiminde belirlenmiştir. Söz konusu göstergelerin dökümü aşağıda verilmiştir.

- a) Yüksek teknolojikli ihraç ürünlerinin toplam ihracattaki payı
- b) Teknoloji ihracatının GSYİH içindeki payı
- c) Yüksek ve orta-yüksek teknolojikli sanayi dallarında yaratılan katma değerin toplam katma değere oranı
- d) Yüksek ve orta-yüksek teknolojikli sanayi dallarındaki istihdamın toplam istihdama oranı
- e) Bilgi yoğun hizmet sektörlerinde katma değerin oranı

9. VİZYON 2023'ÜN HAYATA GEÇİRİLMESİ YÖNÜNDE ATILMASI GEREKEN İLK ADIMLAR

Vizyon 2023'ün hayata geçirilmesi doğrultusundaki eylem planının ilk adımları şunlardır:

- Siyasi sahiplenmeye ilişkin bir irade beyanı ortaya konmalıdır.
- Vizyon 2023'ün hayata geçirilmesinden sorumlu ve her uygulama konusu ile ilgili olacak kuruluşlar belirlenmelidir.
- Ayrıca bu sürecin izlenip değerlendirilmesi ve belli aralıklarla gözden geçirilip revize edilmesini sağlayacak süreklilik taşıyan bir sistem kurulmalıdır.
- Kamu tedarik politikasının bu belgede tanımlanan zemine oturtulmasına ilişkin düzenlemelere hemen başlanmalıdır.
- 2005 yılından itibaren Ulusal Program tanımlanmalı ve bunun için fon ihdas edilmelidir.

➤ Kamu kuruluşları 2005 mali yılından itibaren kendi ilgi alanlarında güdümlü araştırma projesi siparişine başlamalıdır. Ancak, bunun için bütçeden ayrılacak ödeneklerin asgari yüzdesi, projelerin seçilmesi ve uygulamanın izlenip değerlendirilmesinde izlenecek usul ve esasların tespitinde, uygulama birliğini ve Vizyon 2023'ün hedefleriyle tutarlılığı temin etmek üzere gerekli eşgüdüm sağlanmalıdır.

10. BİLİM VE TEKNOLOJİ POLİTİKALARI AÇISINDAN MEVCUT DURUM VE EĞİLİMLER

Son on yıl içinde bilim ve teknoloji sistemimizin yasal ve kurumsal temelinin oluşturulmasında da önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu bağlamda ilk planda, Türk Patent Enstitüsü'nün kurulması ve fikri mülkiyet hakları konusunda uluslararası TRIPS anlaşmasının imzalanması, Türk Akreditasyon Kurulu, Ulusal Metroloji Enstitüsü, Üniversite Sanayii Ortak Araştırma Merkezi Programı (USAMP), Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı (TİDEB), Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Başkanlığı (KOSGEB), Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (Teknoparklar), Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme Bölgeleri, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı sayılabilir.

Ancak bütün bu olumlu gelişmelere karşın, bugün Türkiye'nin bilim ve teknolojiye yerine ve buna bağlı dünya ölçeğinde rekabet gücüne bakıldığında, bu politika belgelerinde ortaya konulan hedeflerin gerçekleştirildiğini söylemek mümkün değildir.

Türkiye rekabet gücünü artırma, toplumsal ve ekonomik refaha ulaşma hedefini yakalayabilmek için, bir yandan araştırma alanının bütünleştirilmesi, araştırma temelini güçlendirilmesi ve yapılandırılması yolunda yeni mekanizmalar oluştururken, diğer yandan ulusal yenilik sisteminin risk sermayesi, fikri mülkiyet düzenlemeleri ve üniversite-sanayii işbirliği gibi diğer boyutları üzerine de eğilmek durumundadır.

11. KUVVETLİ VE ZAYIF YÖNLERİMİZ

Bilgi temelli toplum, bilgi temelli ekonomi kavramları çerçevesinde, bilim ve teknoloji ile ilişkili faaliyet alanlarında ülkemizin kuvvetli ve zayıf yönleri aşağıdaki gibi özetlenebilir.

A. Kuvvetli Yönler

- Gelişmiş ve yeni teknolojilere açık, adaptasyon yeteneği yüksek, genç ve dinamik nüfusun varlığı
- Uluslararası bilim topluluğu ile yakın ilişki içinde olan bir bilim topluluğunun varlığı
- Yurt içi ve yurt dışında stratejik teknoloji alanlarında çalışan, uluslararası nitelikte bilim ve sanayi insanlarının varlığı
- Ülkenin bilim ve teknoloji alanında öngörü yapacak, "ne?" sorusundan "nasıl?" ve "ne zaman?" sorularına cevap arayan bir düzeye gelmiş olması
- Çok yönlü geliştirmeye muhtaç olsa da; gelişen bilişim (enformasyon) ve iletişim altyapısı, teknoparklar, üniversite-sanayi ortak araştırma merkezleri, özgün ürün ve üretim teknolojileri geliştirme altyapısına sahip firmalar, Ar-Ge teşvik mekanizmaları, sanayide Ar-Ge yardımları ve proje destekleri gibi, "Ulusal Yenilik Sistemi" altyapısını teşkil eden kuvvetli bileşenlerin varlığı
- Sürükleyici ulusal projeler: Savunma tedarik programları, ulusal Ar-Ge altyapısı programları, e-Devlet, ULAKBİM, OkulNet gibi ulusal enformasyon ve iletişim altyapısı programları, büyükşehir altyapı projeleri
- Farklı amaçlara yönelik olarak değerlendirilebilecek zengin doğal kaynaklar ve bunlardan katma değeri yüksek ürünler elde edebilme potansiyeli
- Yenilenebilir enerji kaynakları potansiyelinin yüksek olması ve yeni enerji teknolojilerinde yararlanılabilecek stratejik kaynakların varlığı

■ Tüketici elektroniği, beyaz eşya, beyaz eşya yan sanayii, otomotiv, tekstil sektörlerinin küresel pazarlarda ihracat ve yatırım deneyiminin olması, bu sektörlerde ihracat odaklı yatırım, Ar-Ge ve üretimin gelişmesi

B. Zayıf Yönler

✓ Makroekonomik istikrarsızlık, hızlı nüfus artışı, iç göç, plansız kentleşme ve gelir dağılımındaki dengesizlik; genç nüfusun yeterli eğitilememesi ve istihdam olanaklarının yaratılamaması

✓ Eğitim sisteminin araştırıcılığı ve yaratıcılığı tetikleyen bir yapıda olmaması; araştırma ve teknoloji bilincinin eksikliği; ileri teknoloji alanlarında uzmanlaşmanın yetersizliği ve bu alanlardaki araştırmalar için gerekli kritik araştırmacı kitlesinin olmayışı

✓ Devletin, uzun vadeli ulusal politika ve stratejileri hayata geçirmek için, başta bilgi temelli topluma dönüşüm sürecinin itici gücü olan enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında olmak üzere, sanayileşme ve teknoloji geliştirme çalışmalarını kamu tedarik politikalarıyla desteklemede yetersiz kalması; uzun vadeli ve büyük ölçekli tedarik programlarında uygulanacak Ar-Ge'ye dayalı tedarik mekanizmalarının yetersizliği

✓ Sermaye birikimi ve finansal altyapının yetersizliği, risk sermayesi ve başlangıç sermayesi gibi girişimcileri destekleyici mekanizmaların yetersizliği; kısıtlı finansal kaynaklarla, gerekli koordinasyon sağlanmadan yürütülen Ar-Ge faaliyetleri

✓ Dış pazar araştırmalarının yetersizliği ve dış pazarlara yönelik ortak, bütünleşik üretim stratejilerinin oluşturulamaması ve sonuçta çokuluslu firmalarla rekabet gücünün zayıf oluşu

Kuvvetli toplumsal refah arzusuna karşılık, üretim, verim ve nitelikli katma değeri yüksek bilgi ve teknoloji yoğun alanlara odaklanmanın önemi gibi kavramlar konusunda toplumsal bilincin aynı kuvvette olmaması giderilmesi gereken bir çelişkidir. Bu konuda toplumsal bilgi ve bilincin geliştirilmesi gerekmektedir.

Ülkemiz de, üniversitelerimizdeki birimler dâhil, araştırma kurum ve kuruluşlarından sanayiye metot, ürün ve üretim teknolojisi transferi yapabilecek konuma gelmelidir. Bu amaçla seçilen teknoloji alanlarında temel ve uygulamalı araştırma çalışmalarına öncelik verilmelidir.

Başarı ölçütleri arasına, ihracat hedefli yabancı yatırım, uluslararası pazar payı ve ciro; ulusal hedeflerle uyumlu, yüksek teknolojlili ürün ihracatı ve teknolojik ödemeler dengesi gibi kavramların sokulması gerekmektedir.

C. Sanayide proseslerinde enerji tasarrufu sağlayan teknolojiler geliştirebilmek.

Enerji tüketimde verimlilik, ülkemiz enerji politikalarının sürdürülebilirliği açısından önemli olup; teknolojik gelişmeler ve bunların hayata geçirilmesinin yaratacağı kazanımlar, bir yandan hızla artan enerji talebinin azalmasını sağlarken, diğer yandan sanayi sektörlerindeki mal ve hizmet üretim maliyetlerini düşürecektir.

D. Enerji

1. Ülkemiz linyitlerinden daha temiz ve verimli enerji üretebilmek.

Enerji ihtiyacımızı karşılamada yerli kaynakların kullanım oranının artırılarak enerji güvenilirliğinin sağlanması hedefi doğrultusunda, yerli kömürlerin uzun vadeli kullanımını mümkün kılacak daha temiz ve verimli yakma teknolojileri öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, başta akışkan yatak teknolojileri olmak üzere, linyitlerin biyokütle ile birlikte yakılabileceği yanma teknolojileri, yerli linyitlerin kalitesine uygun” entegre gazlaştırma kombine çevrim teknolojilerinin ve “kritik üstü (süperkritik, ultra kritik) çevrim teknolojileri'nde yetkinlik kazanmak gereklidir.

2. Yenilenebilir enerji kaynaklarından (Hidrolik, Rüzgar, Güneş) enerji üretebilmek; bunun için gerekli üretim sistemlerini geliştirebilmek.

Enerjide dışa bağımlılığın ve çevresel etkilerin azaltılması hedefleri açısından, yenilenebilir enerji kaynaklarından azami ölçüde yararlanılmalıdır.

E. Kamu İhale Kanunu'nda Yapılması Önerilen Düzenlemeler

> ARGE hizmetlerinin satın alınabilmesi için, yıllara sâri, "maliyet+kâr" üzerinden sözleşme yapmaya veya benzeri satın alma yöntemlerinin uygulanmasına imkân tanınmalıdır.

> ARGE sürecinde de, ön ödeme ve düzenlenecek hak ediş raporlarına bağlı olarak ara ödeme yapılabilmelidir. Bunun için, ARGE faaliyet ve harcamalarının hakemlik sistem ya da kurumlarınca izlenmesi esası getirilmeli; bu izlemeyi yapacak kontrollük mekanizmasının kurulması öngörülmelidir.

BÖLÜM XIII. KOBİ STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI⁶⁷

KOBİ'lerin dengeli ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve sürdürülmesine yaptıkları olumlu katkıları, işsizliğin azaltılması ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasında oynadıkları rolleri ve piyasa koşullarında meydana gelen değişmelere hızlı uyum sağlayabilen esnek bir üretim yapısına sahip olmaları, onları günümüz dünyasında daha önemli bir konuma getirmektedir. Taşıdıkları önem dolayısıyla başta gelişmiş ülkeler olmak üzere bütün ülkeler KOBİ'lerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunması için uygun ortamı hazırlayacak politikalar geliştirmekte ve uygulamaktadırlar. Bu süreç içerisinde ulusal düzeyde belirlenen KOBİ politikaları uluslararası bir nitelik de kazanmaktadır.

KOBİ'lerin dünyadaki artan önemine koşut olarak ülkemizde de 80'li yılların sonundan itibaren KOBİ'lere yönelik bir destek sisteminin oluşturulması çalışmaları başlatılmıştır. Özellikle Gümrük Birliğine girişle birlikte başlatılan bu çalışmaların etkili bir şekilde sürdürülmesi ve geliştirilmesi önem taşımaktadır.

KOBİ'lere ilişkin ulusal düzeyde oluşturulan politikaların uygulanmasını ve AB'ye uyum sürecinde KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılmasını sağlamak amacıyla bir "KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı" hazırlanmıştır.

⁶⁷KOBİ STRATEJİSİ EYLEM PLANI <http://ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>

KOBİ'ler için bir yol haritası belirleyen Kobi Stratejisi ve Eylem Planı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT), Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı (DİE), Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye Ticaret Sanayi Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği (TOBB), Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu'ndan (TESK) oluşan "KOBİ Çalışma Grubu" tarafından hazırlanmış ve Yüksek Planlama Kurulunun 10.11.2003 tarih ve 2003/57 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Ayrıca Ekonomik ve sosyal kalkınmanın temel unsurlarından biri olan **KOBİ'lerle ilgili politikalarda ulusal düzeyde eşgüdümün sağlanması için** KOSGEB koordinasyonunda ilgili tarafların katkılarıyla yürütülen çalışmaların sonucunda **2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP)** hazırlanmıştır.⁶⁸

2011-2013 KSEP'in genel amacı:

Genel amaç “Küçük işletme ihtiyaçlarına duyarlı iş ortamında, erişilebilirliği ve niteliği yüksek hizmet ve desteklerle KOBİ'lerin üretim, yatırım miktarı ile katma değerini arttırmak ve büyümelerini sağlamak” olarak belirlenmiştir.

2011-2013 KSEP'te belirlenen stratejik alanlar:

Genel amaç çerçevesinde aşağıdaki 5 stratejik alanda toplam 83 eylem ve proje gerçekleştirilecektir.

Stratejik Alanlar:

- Girişimciliğin geliştirilmesi ve desteklenmesi
- KOBİ'lerin yönetim becerilerinin ve kurumsal yetkinliklerinin geliştirilmesi
- İş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi sürecinde KOBİ'lerin gözetilmesi
- KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik kapasitesinin geliştirilmesi

⁶⁸ Resmi Gazete: 4.7.2011 **Karar No:** 2011/19, **Konu:**2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP)<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/07/20110715-13.htm>

- o KOBİ'lerin ve girişimcilerin finansmana erişimlerinin kolaylaştırılması

2011-2013 KSEP'in genel özellikleri ve uygulanmasından beklenen faydalar

Daha önceki dönemlere ilişkin KOBİ stratejileri ağırlıklı olarak sanayi sektörü KOBİ'lerine yönelik faaliyetleri içermekte iken, son dönemde hizmet ve ticaret sektörlerinin ekonomideki payının artmasına paralel olarak, bu kesimin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak eylem ve projeler de 2011-2013 KSEP'te yer almıştır. Plan, bu özelliğinden dolayı daha geniş bir kesimi ilgilendirmektedir. Plan, KOBİ'lerin "küçük ölçekli" olmak dolayısıyla rekabet dezavantajı yaşadıkları alanların iyileştirilmesine ve iş ortamının KOBİ ihtiyaçlarına duyarlı hale getirilmesine odaklanmıştır.

Planın genel yönlendirmesi, Maliye Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çevre ve Orman Bakanlığı, DPT, Hazine Müsteşarlığı, DTM, TÜBİTAK, TÜİK, KOSGEB, TOBB ve TESK'ten üst düzey yöneticilerin oluşturacağı KSEP Yönlendirme Komitesi tarafından gerçekleştirilecektir. KSEP Yönlendirme Komitesi, planda yer alan stratejik alanlar ve hedefler kapsamında yürütülecek eylem ve projelerde süreç içinde gerekli olan değişiklikleri yapma konusunda yetkilidir. Komite, bu yetkisinden dolayı ülkemizdeki KOBİ politikalarına yön verebilecek önemli bir teknik platform konumunda olacaktır.

Planın uygulanması ile;

-Destek ve teşviklerin kısa vadeli ve finansman odaklı çözümler yerine KOBİ'lerin yönetim becerilerini, üretim kabiliyetlerini ve rekabet güçlerini artıracak alanlara yöneltilmesi sağlanacaktır.

-Hem yüksek nitelikli yeni girişimlerin kurulması, hem de var olan küçük işletmelerin geliştirilmesi için destekler sağlanacaktır.

-Girişimciliği, bilhassa teknoloji odaklı girişimciliği özendirici tedbirler artırılacaktır. Yeni girişimcilerin iş kurma dönemindeki kararsızlıklarını ortadan kaldırmak üzere İş Geliştirme Merkezlerinde (İŞGEM'ler) işyeri mekanı teminini de

içeren başlangıç dönemi destekleri verilecektir. İŞGEM'lerin sayısı arttırılacak ve daha fazla girişimcinin İŞGEM'lerdeki eğitim ve danışmanlık hizmetlerinden faydalanmaları sağlanacaktır. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri sonucunda ortaya çıkarılan yeni ürünlerin ticarileştirilmesine yönelik destekler verilecektir.

-Kuruluş dönemine özel eğitim ve danışmanlık destekleri ile; yeni kurulan işletmelerin hayatta kalma süreleri arttırılacak ve gelişim için gerekli temel becerilerle donanmaları sağlanacaktır.

-Rekabet gücü yüksek ve büyüme potansiyeli olan KOBİ'ler proje esaslı olarak desteklenecektir.

-KOBİ'lerin işbirliğine dayalı projelerle bir araya gelerek ölçek ekonomisinin avantajlarından yararlanmaları sağlanacak, bu şekilde kümelenme oluşumları da desteklenmiş olacaktır.

-Sahada yaygın hale getirilen Kalkınma Ajansları ve KOSGEB Hizmet Merkezleri aracılığıyla bölge, sektör ve ölçek detayında spesifik müdahale alanları belirlenerek proje esaslı destek programları uygulanacaktır. Bu şekilde, destek ve teşviklerin bölge ve sektör özelindeki sorunlara çözüm üretme kabiliyeti geliştirilecektir.

-Kamu idarelerinin KOBİ'lerin özellik ve ihtiyaçlarına daha duyarlı olması sağlanacaktır.

-KOBİ istatistiklerinin düzenli üretilmesi, yayınlanması ve KOBİ'lere yönelik politika belirleyicilerin kullanımına sunulması sağlanacaktır.

2011-2013 KSEP'ten seçilen bazı eylem ve projeler:

1.1.1 Uygulamalı girişimcilik eğitimleri verilecek ve yaygınlaştırılacaktır.

1.1.3 Girişimcilik iş planı ödülü verilecektir

1.1.6 Girişimcilik Konseyi oluşturulacaktır.

1.2.1 Yeni İŞGEM'lerin kurulması sağlanacaktır.

1.2.3 İşini yeni kurmuş girişimcilere yönelik eğitim verilecektir.

2.1.1 KOBİ'lerin yönetim becerileri ve kurumsal yetkinliklerini geliştirmek üzere genel ve proje esaslı destekler verilecektir.

2.2.4 "Ülke Masaları Projesi" yürütülecektir.

2.3.1 KOBİ'lerin işbirliği-güçbirliği anlayışında bir araya gelerek "ortak sorunlara ortak çözümler" üretmeleri için İşbirliği Güçbirliği Destek Programı uygulanacaktır.

2.3.4 Kalkınma Ajansları tarafından bölgesel düzeyde rekabet gücünü arttırabilmek için kümelenme faaliyetleri desteklenecektir.

2.4.1 Mezunlar ve işsizlerin iş başında deneyim kazanma sürecine yönelik eğitimler düzenlenecektir.

2.5.1 KOBİ Danışmanı mesleği için ulusal meslek standardı hazırlanacak, ulusal yeterlilikler kapsamında sınav ve belgelendirme altyapısı oluşturulacaktır.

2.5.12 "Türkiye'de KOBİ'lerde Enerji Verimliliği Projesi" uygulanacaktır.

3.1.4 Merkezi Sicil Kayıt Sistemi Projesi (MERSİS) yürütülecektir.

3.1.8 KOBİ'leri etkileyen uygulamalarda KOBİ ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasının sağlanması amacıyla Avrupa Birliği tarafından benimsenen "Önce küçüğü düşün" prensibi tanıtılacak ve ilgili kuruluşların uygulamalarında KOBİ'lerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaları sağlanacaktır.

3.1.9 Sanayinin geliştirilmesi açısından önem arz eden hizmet sektörlerindeki KOBİ'lerin ihtiyaçları belirlenerek bu sektörlere yönelik destekler geliştirilecek ve uygulanacaktır.

3.1.10 Başta taşıma ve yazılım olmak üzere ihraç edilebilir hizmet sektörlerinin ihtiyaçları belirlenerek bu sektörlere yönelik destekler geliştirilecek ve uygulanacaktır.

3.2.1 İhtiyaç duyulan KOBİ istatistikleri belirlenecek, derlenecek ve erişime açılacaktır.

4.1.1 KOBİ ve girişimcilerin bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlar ile yenilik tabanlı projeleri desteklenecektir.

4.2.1 KOBİ'lerin Ar-Ge ve yenilik projelerinin sonuçlarının ticarileştirilmesine yönelik endüstriyel uygulamaları desteklenecektir.

4.3.2 Üniversite sanayi işbirliği uygulama ve araştırma merkezleri yaygınlaştırılacak ve desteklenecektir.

5.2.2 KOBİ'lerde finansal ve finansal olmayan raporlama standartlarının uygulanmasına yönelik teşvik araçları geliştirilecek ve yürütülecektir.

5.3.2 KOBİ'lerin İMKB Gelişen İşletmeler Piyasasına girişlerinin kolaylaştırılması için destek verilecektir.

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planının uygulanması ile; Ülkemizde tüm işletmelerin yüzde 99,8'ini, toplam istihdamın yüzde 76,7'sini ve toplam katma değerinin yüzde 26,5'ini oluşturan KOBİ'lerin verimliliklerinin, katma değer içindeki paylarının ve rekabet güçlerinin artması beklenmektedir.⁶⁹

1. MEVCUT DURUM

1.1 KOBİ SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE ÜLKE EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİ

Ülkemizde KOBİ'lerin sayısı hizmet sektörü de dahil olmak üzere, tüm işletmelerin sayısının % 99,8'ini ve bu işletmeler de toplam istihdamın % 76,7'sini oluşturmaktadır. KOBİ yatırımlarının, toplam yatırımlar içindeki payı % 38'e ulaşmakta

⁶⁹ 2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı
(KSEP)www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/KOSGEB_Katalog.pdf

ve toplam katma değerin % 26,5'i yine bu işletmelerce yaratılmaktadır. KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payları, yıllar itibarıyla değişiklik göstermekle beraber, ortalama % 10 oranında gerçekleşmekte ve bu kesimin toplam banka kredileri içindeki payı % 5'in altında seyretmektedir⁷⁰

Esnaf ve sanatkarlar ile tüccar ve sanayici KOBİ'ler, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) ve Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği (TOBB) tarafından temsil edilmektedir.

KOBİ'lere yönelik destek programlarının temel hedef kitlesi imalat sanayii sektöründeki KOBİ'lerdir. Devlet İstatistik Enstitüsünün (DİE) 2000 yılı değerlendirmelerine göre (1-150 işçi çalıştıran işletmeler KOBİ kabul edildiğinde) imalat sanayiinde toplam 208.183 KOBİ faaliyet göstermekte ve bu işletmelerde 922.715 kişi istihdam edilmektedir. KOBİ'ler tüm imalat sanayii işletmelerinin % 99,2'sini oluşturmakta ve bu sektördeki istihdamın % 55,65'ini karşılamaktadır.(Devlet İstatistik Enstitüsü, 2000.)

Avrupa firma ölçekleri esas alındığında, Türk sanayii AB sanayiine göre daha çok KOBİ ağırlıklı bir yapıya sahip bulunmaktadır. Ekonominin bütünü AB ekonomisi ile kıyaslandığında ise, Türkiye'de tarım sektörü payının ve tarım sektöründe istihdam edilen kırsal alan nüfusunun AB ortalamalarından çok yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, bu durum kentleşme hareketine paralel olarak gelişmiş ülke normallerine doğru hızlı bir değişim içindedir.

1.2 KURUMSAL YAPILANMA

KOBİ politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde bir çok kamu kuruluşu görev almaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT), KOBİ politikalarını da kapsayan uzun vadeli kalkınma planları ve yıllık programların hazırlanmasından sorumludur. DPT, Kalkınma Planlarının hazırlanması sürecinde ilgili tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarının da görüşlerini alarak KOBİ'lere dair makro politikaları belirlemekte ve bu politikaların uygulanmasının etkinliğini artırmak amacıyla kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamaktadır.

⁷⁰Sarıaslan,H.; Türkiye Ekonomisinde KOBİ'ler (Ankara, TOBB, 1996) s.9.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ve ilgili kuruluşu Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), KOBİ politikalarının temel uygulayıcısı konumundaki kamu kuruluşudur. Hazine Müsteşarlığı ve Dış Ticaret Müsteşarlığı da bu kesime yönelik teşvik programlarının uygulayıcısı olan kuruluşlardır. KOBİ politikalarının uygulanmasında, TOBB ve TESK de ana meslek kuruluşları olarak önemli bir rol oynamaktadır.

1.3 SON GELİŞMELER VE KOBİ'LERE SAĞLANAN DESTEKLER

Ülkemiz KOBİ'lerinin, gelişmiş ülkeler standartlarında bir finansman piyasasına, kuruluş aşamasından başlayan modern destek imkanlarına ve faaliyetlerini kolaylaştıracak çalışma ortamını sağlayacak mevzuata kavuşturulması mümkün olmamıştır. Girişimci bilgilendirme ve eğitim çalışmaları istenen düzeye ulaşamamış, üniversite-sanayi iş birliği beklenen sonuçları vermemiştir. Ülkemizin makroekonomik dengelerindeki olumsuz değişmelere ve istikrar sağlanmasında karşılaşılan güçlüklerle ilgili olarak teşvik politikasının yönlendirme gücü azalmış ve teşvik sisteminin hedefleri öngörülenlerin altında gerçekleşmiştir.

Bu şartlar altında faaliyetlerini sürdüren KOBİ'ler, ekonomik krizlerden en olumsuz etkilenen kesim olmuşlardır. Ekonomik krizler sonucunda, Türk parası aşırı değer kaybetmiş, ithal girdi fiyatlarının yükselmesi ve iç talebin azalması sonucu üretim düşmüş, ihracatı destekleyici önlemler zamanında alınamamış ve ekonomide güven sorunu oluşmuştur.

Sigorta primlerinde ortaya çıkan artış özellikle net ücret politikası izleyen işletmeleri zor durumda bırakmış, işçi çıkarma, ücret azaltma uygulamalarına gidilmiş, yerli ve yabancı kaçak işçi çalıştırma eğilimi artmıştır. Buna karşılık, işletmelerin birikmiş Sosyal Sigortalar Kurumu ve Bağ-Kur borçlarının % 3 faiz ile 18 aya kadar vadelenilmesi kolaylığı getirilmiştir.

DPT tarafından sürdürülen kamu yatırımlarının etkinliğinin artırılması çalışmaları çerçevesinde, Yatırım Programında yer alan OSB ve KSS inşaatlarının daha kısa sürede tamamlanabilmesi için, ödenekler, birinci derece öncelikli olarak belirlenen

ve gerekleŒme oranı yüksek projelere aktarılmakta, önceliklerini kaybetmiŒ projeler iz bedelle takip edilmekte, böylelikle ödeneklerin rasyonel bir Œekilde kullanımına alıŒılmaktadır.

Toplam on iki adet Teknoloji GeliŒtirme Bölgesi kurulmuŒtur. Teknoloji GeliŒtirme Bölgelerinde bulunan iŒletmelerin tamamı KOBİ ölçeğindedir ve bu iŒletmelerin özellikle biliŒim, savunma sanayii ve elektronik sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

6 Haziran 1985 tarih ve 3218 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde kurulan 24 Serbest Bölgede ihracata yönelik olarak faaliyet gösteren iŒletmelerin desteklenmesine devam edilmektedir. 30 Eylül 2002 tarihi itibarıyla bu bölgelerde 27.473 kiŒi istihdam edilmektedir.

26 Aralık 1996 tarih ve 22859 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Tebliğ ile kurulmaya baŒlayan Sektörel DıŒ Ticaret Œirketlerinin (SDTŒ) sayısı, 2011 yılı itibarıyla 37'e ulaŒmıŒ olup, bu Œirketlere 759 KOBİ ortaktır.⁷¹

2. SEKTÖREL DIŒ TİCARET ŒİRKETLERİ

KOBİ'lerin dıŒ ticaret faaliyetleri açısından önemli bir konusunu oluŒturan "**sektörel dıŒ ticaret Œirketleri**"ni, KOBİ'lerin yurtdıŒına açılmasını sağlayan ihracat konsorsiyumları olarak tanımlayabiliriz. DıŒ ticarete ynlenmiŒ yeni ve modern bir örgütlenme modeli olan sektörel dıŒ ticaret Œirketleri (SDŒ'ler), aynı üretim alanındaki KOBİ'lerin ihracat amacıyla bir organizasyon altında birleŒerek, yurtdıŒına dolayısı ile dünya piyasalarına açılmalarını sağlamak için kurulmuŒ olan Œirketlerdir. Böylece firmalar hem dıŒ ticarete uzmanlaŒabilmekte, hem de ihracat faaliyetlerini kolaylaŒtırarak diğer ülkelerdeki KOBİ'lerle rekabet Œansını arttırmakta ve daha etkin bir pazarlama ve rekabet gücü sağlayabilmektedirler.

⁷¹Delice, G. (2001), "KOBİ'lerin İhracata Yönlendirilmesinde Finansman Destekleri: Türk Eximbank Kredileri zerine Bir Uygulama", KOBINET - Ekonomi ve İŒ Dünyası - 1.Orta Anadolu Kongresi, 269-81. <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/OAKDocs/OAK-T27.pdf> DPT

2.1 SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŐRKETLERİNİN KURULUŞ VE FAALİYET ŐARTLARI⁷²

BaŐbakanlık DıŐ Ticaret MűsteŐarlıđı'nın 26.12.1996 tarihli ve 22859 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel DıŐ Ticaret Őirketleri Statűsűne İliŐkin Tebliđ" (İhracat 96/39) ile sektörel dıŐ ticaret Őirketleri modeli oluŐturulmuŐtur. Bilahare 08,07,1998 tarih ve 23396 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 98/13 sayılı tebliğ ile bazı deđiŐiklikler yapılarak son Őekli ile mevzuatı belirlenmiŐtir.

Söz konusu tebliđe göre, küçük ve orta büyüklükteki iŐletmelerin (KOBİ) ihracat sektörű içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla; ihracat ve ilgili konularda (finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme v.b.) hizmet sađlayarak, dıŐ ticarete uzmanlaŐmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan Őirketlere, DıŐ Ticaret MűsteŐarlıđı'nca "Sektörel DıŐ Ticaret Őirketi (SDŐ) Statűsű" verilir.

A. Normal yörelerde, aynı sektörden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin;

- a) 1-200 arasında işçi istihdam eden,
- b) Aynı üretim dalında faaliyette bulunan,
- c) Asgari 10 küçük ve orta büyüklükteki Şirketin bir araya gelmesi,
- d) Her bir ortağının sermaye payı, toplam Şirket sermayesinin %10 'undan fazla olmaması,
- e) Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (kooperatif, birlik, vakıf ve mesleki federasyon v.b. kuruluşlar hariç) çıkartılması
- f) En az 10 (on) MİLYON TL ödenmiş sermayeli anonim Şirket olarak, kurulması gerekmektedir.

⁷²APAK, TALHA, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Şartları ile Sağlanan Başlıca Destekler, Mükellefin dergisi, Sayı: 119, 138-146, (2002).

B. Kalkınmada Öncelikli Yörelerde, aynı veya farklı sektörlerden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin;

- a) 1-200 arasında işçi istihdam eden,
- b) Aynı ve farklı üretim dalında faaliyette bulunan,
- c) Her bir ortağın sermaye payı, toplam şirket sermayesinden %20'sinden fazla olmaması
- d) Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (kooperatif, birlik, vakıf ve mesleki federasyon v.b. kuruluşlar hariç) çıkartılması,
- e) En az 5 (beş) Milyon TL. ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak kurulması gerekmektedir.

Özellikle bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişme ve piyasa şartları, KOBİ'lerin de tıpkı diğer büyük işletmeler gibi ihracat olanaklarından yararlanmalarını sağlamıştır. Ayrıca KOBİ'lerin bünyesindeki manevra yeteneği, esneklik, yenilikçilik gibi avantajlar bu olanaktan daha etkin yararlanabilme kapasitesini açmıştır. Bu esneklik SDŞ türü ihracat örgütlenmelerinin oluşmasını sağlamış, herhangi bir KOBİ'nin tek başına sağlayabileceğinden daha fazla ihracat ve pazar yaratma sinerjisi (birleşmenin yarattığı artı güç) kazandırmıştır.

2.2 SDŞ modeli ihracat örgütlenmelerinin başlıca avantajları

1. Herhangi bir KOBİ ihracat faaliyetleri için sabit ve değişken maliyetleri üstlenmek durumundadır. SDŞ'ler bu yükümlülükleri üstlenerek aynı anda bir çok KOBİ'nin ihracat maliyetlerini indirmektedir

2. Gümrük ve ihracat mevzuatlarının SDŞ'ler için sunduğu "dahilde işleme rejimi kapsamında gümrük muafiyetli İthalat, Exımbank Kredileri, devlet yardımları, KDV iadesinde sağlanan kolaylık" gibi teşvik ve destekler mevcuttur.

3. SDŞ'ler sayesinde, KOBİ'lerin tek başlarına ihracat yapmaları halinde karşılaştıkları kimi teknik ve bürokratik zorluklardan kurtulabilmektedirler. Bu sayede

KOBİ'ler enerjilerini bu konular için harcamadan, doğrudan pazarlama ve rekabete aktarmaları mümkün olmaktadır.

4. KOBİ'lerin SDŞ modeli bünyesinde ihracat faaliyetlerine girmeleri, ihracat mevzuatı konusunda profesyonelleşmiş uzman kadrolar sayesinde, gümrükleme, nakliye, sigorta gibi faaliyetlerin daha etkin olarak gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Ayrıca her KOBİ'nin uzman bir dış ticaret çalışanı bulması ve istihdam etmesi mümkün olmayacağı için, KOBİ'lerin tek bir çatı altında bu faaliyetleri yürüten kadrolar istihdam etmesi verimlilik açısından da büyük avantaj sağlamaktadır.

5. SDŞ'ler sadece üye firmaların ihracat işlemlerini üstlenmek ve onları bu işlemlerin getireceği yükümlülüklerden kurtarmakla kalmaz, üye firmalar için yurtdışında yeni rekabet ve pazar alanları bulmaya yardımcı olur, uluslararası fuar ve etkinliklerde onlar adına tanıtım faaliyetlerine girer, bu işlerin takibini üstlenir.

6. SDŞ'ler hem üyeliği bulunan grubun diğer şirketleri ile bu şirketlerin kurduğu başka ortaklıkların ihracatına (aynı sektörde faaliyette bulunmak şartıyla) aracılık edebilir hem de aynı sektörde faaliyette bulunan ama SDŞ'ye ortak olmayan KOBİ'lerin ihracatına da aracılık yapabilirler. Bu aracılık "Aracılık sözleşmesi" ile düzenlenir. Aracılık sözleşmesiyle SDŞ'ler aracılık ettikleri üyesi olan üretici şirketler ile üyesi olmayan şirketler arasında aracılık üstlenirler. Örneğin, üretici olmayan şirketler de, ihraç edilmek amacıyla üretici firma gibi SDŞ'ye mal satabilirler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketi olarak örgütlenmenin sağladığı birçok faydanın dışında aşağıdaki destekler ve kolaylıklar da sağlanmaktadır;

1. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Muafiyetli İthalat
2. Exımbank Kredileri
3. Devlet Yardımları Çerçevesinde Sağlanan Destekler
4. KDV İadesinde Sağlanan Kolaylıklar olarak sıralanabilir.

3. KOBİLER İLE İLGİLİ DURUM

2001 yılı ekonomik krizinin etkileri bankanın sağladığı kredi miktarında da ortaya çıkmakta, KOBİ kredilerinde sayı olarak, kooperatif kredilerinde ise tutar olarak önemli oranda azalma görülmekte, en ciddi düşüşün ise girişimci kredilerinde yaşandığı tespit edilmektedir.

KGF'nin faaliyetleri imalat sektöründe yoğunlaşmakta (% 94), alt sektörler itibarıyla da en fazla teminat desteği gıda ve içki sektörüne sağlanmakta, bunu sırasıyla dokuma ve giyim, sağlık, makine, imalat ve orman ürünleri sektörleri izlemektedir.

Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü tarafından uygulanmakta olan "KOBİ Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Karar" çerçevesinde teşvik belgesi verilen yatırımcılara yatırım ve işletme kredileri kullandırılmaktadır.

Bilgi yoğun ve ileri teknoloji alanında faaliyet gösterebilecek KOBİ'lerin Ar-Ge bazlı faaliyetlerinin desteklenerek geliştirilebilmesi ve uzun vadede ekonomiye kazandırabilmesi için toplam 11 adet Teknoloji Geliştirme Merkezi (TEKMER) aracılığı ile 2001 yılı içinde toplam 140 işletmenin Ar-Ge projesi desteklenmiş, bu projelerde 784 kişi istihdam edilmiştir. 7 ayrı ülkeye İhracat Amaçlı Pazar Araştırma KOBİ Yurt Dışı İşbirliği Gezisi (İPAG) organize edilmiştir.

DPT koordinatörlüğünde AB MEDA Programı kaynakları kullanılarak Van, Muş, Bitlis ve Hakkari illerinde gerçekleştirilecek olan Doğu Anadolu Kalkınma Programı kapsamında bölgede yer alan küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin makine ekipman alt yapısının geliştirilmesi, mevcut KSS'lerin yönetim yapılarının güçlendirilerek eğitim, danışmanlık ve bilgilendirme hizmetlerinin yoğunlaştırılması, yöresel ürünlerin (el sanatları dahil) bölge dışına satışına destek sağlanması için tanıtım ve pazarlama programları yapılması ve KOBİ'lere yönelik finansman uygulamalarına başlanması planlanmaktadır. Ayrıca, proje kapsamında KOSGEB'in taşra teşkilatı ve hizmet alt yapısının da geliştirilmesi sağlanacaktır. Üç yılda tamamlanacak olan proje kapsamında 4 ilde planlanan faaliyetlerin müteakip projelerle orta vadede tüm bölge illerinde uygulanması amaçlanmaktadır.

Geliştirilecek bölge kalkınma programları bünyesinde, yörenin doğal kaynakları, işgücü altyapısı ve potansiyeli, pazar koşulları ve işletme yapısına uygun KOBİ yaklaşım ve uygulamalarının oluşturulmasına çalışılmakta, az gelişmiş bölgeler için gelişmiş teşvik programları kapsamında daha yüksek oranda destekler sağlanması hedeflenmektedir.

Konulara kararlılıkla yaklaşabilmek amacıyla;

- ❖ Teşvik tedbirlerinin yeniden düzenlenmesi,
- ❖ Devlet yardımlarının İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanunun çıkarılması, devlet yardımlarının izlenmesi konusunda bir otoritenin oluşturulması,
- ❖ Yatırımcılara bedelsiz arsa tahsis edilmesi,
- ❖ Doğrudan yabancı yatırımların özendirilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması,
- ❖ Devlet yardımlarının envanterinin çıkarılması, etkinliğinin araştırılması ve öneriler getirilmesi amacıyla bir özel ihtisas komisyonunun oluşturulması,
- ❖ Yatırımlarda devlet yardımları bakımından bölgesel ayrımların yeniden yapılması,
- ❖ Kriz ve sermaye yetersizliği nedeniyle kapanan veya düşük kapasite ile çalışan tesislerin ekonomiye kazandırılması ve yeni yatırımların gerçekleştirilmesinin sağlanması ve
- ❖ KOBİ yatırımlarının desteklenmesine ilişkin tedbirler geliştirilmiştir.

Hali hazırda devam eden uygulamalar ve KOBİ'ler alanında son dönemde hayata geçirilmesi öngörülen politika ve programlar, AB ve gelişmiş ülke uygulamaları ile karşılaştırıldığında, Türkiye'nin KOBİ destek sisteminin işletmelerin taleplerini karşılayacak kapasiteye sahip olmadığı, kaynak yetersizliği ve kurumsal kapasite eksikliğinin KOBİ'leri geliştirmek ve desteklemek amacıyla hazırlanan politika ve programlar aracılığıyla kısa ve orta vadede somut sonuçlar alınmasının önünde önemli bir engel teşkil ettiği görülmektedir. KOBİ'lere yönelik hizmetlerin nitelik ve nicelik

açısından geliştirilmesi ve kurumlar arasında etkin bir koordinasyon sağlanması ihtiyacı devam etmektedir. Bu amaçla öncelikle tüm kuruluşların faaliyetlerinin çerçevesini belirleyen bir KOBİ tanımının geliştirilmesi gerekmektedir.

KOBİ TANIMI

KOBİ'lere yönelik politikaların geliştirilmesi, politikalar çerçevesinde uygulanacak programların planlanması ve bu konudaki araştırmaların yürütülmesinde bir standardın oluşturulması amacıyla ortak bir KOBİ tanımı belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Tablo 11: KOBİ Tanımı

KURULUŞ	TANIM KAPSAMI	TANIM KRİTERİ	MİKRO ÖLÇEKLİ İŞLETME	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETME	ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
KOSGEB	İmalat Sanayii	İşçi sayısı	-	1-50 işçi	51-150 işçi
HALKBANK	İmalat Sanayii, Turizm, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	-	-	1-250 işçi
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)	230.000	230.000	230.000
HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayii, Turizm, Tarımsal Sanayi, Eğitim, Sağlık, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı,	1-9 işçi	10-49 işçi	50-250 işçi
		Yatırım Tutarı, KOBİ Teşvik Belgesine Konu Yatırım Tutarı (Euro)	350.000	350.000	350.000
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayii	İşçi Sayısı,	-	-	1-200 işçi
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)	-	-	1.830.000
EXİMBANK	İmalat Sanayii	İşçi Sayısı			1-200 işçi

5. AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER VE KOBİLER

Helsinki Zirvesinde ayrıca, "Binyıl Bildirgesi" kabul edilerek genişleme sürecinde yeni bir aşamaya işaret eden kararlar alınmıştır. Bu çerçevede;

AB genişleme sürecinde;

-Bilim-araştırma

-Teknoloji üretiminin artırılması,

-Mesleki eğitimin hızla geliştirilerek, yenilenmesi ve yaygınlaştırılması,

-KOBİ'lerin geliştirilmesi ve desteklenmesi,

-Bölgesel kalkınmaya önem verilmesi hususlarına öncelik verilmesi öngörülmüştür.

5.1. CC BEST Sürecine Katılım

16-17 Haziran 1997 tarihli Amsterdam Zirvesi önerileri doğrultusunda KOBİ'ler için iş ortamının iyileştirilmesi ve mevzuatın basitleştirilmesi konusunda bir rapor hazırlamak üzere BEST (İş Ortamının Basitleştirilmesi Görev Gücü) Çalışma Grubu oluşturulmuştur. BEST çalışmalarının amacı; ülkelerin en iyi uygulama örneklerinin değişimini sağlamak ve ülkelerin birbirlerinin tecrübelerinden istifade edebilecekleri bir ortam yaratmaktır.

BEST çalışma grubu raporuna dayanılarak Avrupa Komisyonu tarafından girişimcilik ve rekabet edebilirliğin desteklenmesine yönelik eylem planı hazırlanmıştır. Bu eylem planı;

- Eğitim ve staj,

- Finansmana erişim,

- Araştırma ve yenilik,

- Destek hizmetlerinin şeffaflığı,

- Kamu yönetimi

- İstihdam ve çalışma şartları alanlarını kapsamaktadır.

KOBİ'leri desteklemek ve mümkün olan en iyi iş ortamını sağlamak amacıyla üye ülkelerin yukarıda belirtilen altı alanda yaptıkları çalışma ve ilerlemeler "Avrupa Birliği-Girişimciliği ve Rekabet Edebilirliği Desteklemeye Yönelik Eylem Planının Yürütülmesi Raporu" başlığı altında 27 Ekim 2000 tarihinde yayımlanmıştır.

5.2 Küçük İşletmeler İçin Avrupa Şartı

AB üyesi ülkelerin KOBİ politikalarında birliktelik sağlamak amacıyla başlattıkları CC BEST çalışması, 19-20 Haziran 2000 tarihli Feira Zirvesinde yayımlanan AB KOBİ Şartı ile daha somut bir nitelik kazanmış böylece CC BEST süreci sona erip, AB KOBİ Şartı raporlarının hazırlanması süreci başlatılmıştır.

AB KOBİ Şartı bir anlamda Türkiye'nin uzun vadeli KOBİ Stratejisi dokümanı ve ev ödevidir.

5.3 Avrupa Topluluğu İşletme ve Girişimcilik ve Özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Çok Yıllı Programı

Türkiye'nin Çok Yıllı İşletmeler Programı ile ilgili ulusal yaklaşımı aşağıdaki şekilde özetlenebilir;

- Paylaşımçı olmak; KOBİ'lere hizmet ve destek veren kurumlar arasında sinerji oluşturmak, kurumlar arasında iş birliğini geliştirmek, atıl duran kaynakları harekete geçirerek ihtiyaç alanlarına yönlendirmek,

- AB'den mali destek almanın ötesinde, AB'nin KOBİ politika ve stratejilerini özümsemeye önem vermek,

- AB'nin KOBİ politikalarını, projelerini, en iyi uygulama örneklerini ve başarılı çözümlerini öğrenerek, know-how kazanmak.

Bu süreçte Türkiye, özellikle teknoloji ve bilgi tabanlı, yenilikçi KOBİ'lerin desteklenmesinde AB'nin geliştirdiği;

- Başlangıç sermayesi,
- Risk sermayesi,
- Kredi garantisi,
- İş melekleri⁷³ vb.

⁷³ İş Melekleri, (Business Angels): girişimcilere banka dışı finansman araçları sağlayan özel finans kuruluşları.

- Finansal araçları ve mekanizmaları süratle öğrenmeyi ve uygulamaya geçirmeyi amaçlamaktadır.

5.4 Mart 2000 tarihli Lizbon Zirvesi

Lizbon stratejisi hedefleri Küçük İşletmeler için Avrupa Şartında daha somut ifadelerle belirtilirken, üye ülkeler arasındaki ticaretin geliştirilmesinde ortamın iyileştirilmesi, mevzuatın basitleştirilmesi ihtiyacı da vurgulanmaktadır.

6. TÜRK KOBİ SEKTÖRÜNÜN TEMEL ZAYIFLIKLARI

Türkiye'nin özel koşulları kalkınma seçenekleri üzerinde belirleyici olmakta, bu kapsamda KOBİ'lerin geliştirilmesi kaçınılmaz bir politika alanını oluşturmaktadır. Bunun sonucu olarak, AB ile entegrasyon sürecinde KOBİ'leri geliştirmeye ve desteklemeye yönelik politika ve programlar geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Türk KOBİ'lerinin maruz kaldıkları muhtelif problemler arasında aşağıda ele alınanlar, KOBİ'lerin gelişebilmeleri ve gerek dünya gerek AB iç pazarında rekabet gücü kazanabilmeleri önündeki temel darboğazları oluşturmaktadır. Aynı zamanda Türkiye'nin yapısal sorunlarına tekabül eden bu problemler, halen uygulanmakta olan politika ve programların başarısının önünde de ciddi engeller oluşturmaktadır. Bu itibarla, ulusal bazda geliştirilen strateji belgelerinde bu problemlerin çözümüne yönelik önlemler geliştirilmektedir.

6.1 KNOW-HOW YETERSİZLİĞİ VE DÜŞÜK TEKNOLOJİK SEVİYE

Tipik Türk KOBİ'si geleneksel üretim metotları ile Türkiye pazarı için üretim yapmakta; ancak, bir çok alanda yerel pazarda da başta AB firmaları olmak üzere yabancı firmalar ile rekabet etmek zorunda kalmaktadır. Türk KOBİ'lerinin teknolojik düzeyi Avrupalı firmalara göre çok düşük kalmakta, KOBİ'lerimiz genellikle modası geçmiş tasarımlar, verimsiz üretim metotları ve eski makine-ekipman kullanarak katma değeri düşük olan alt kalitede ürünlerin üretimiyle meşgul olmaktadır.

Ayrıca, KOBİ'lerde danışmanlık kullanma ve Ar-Ge siparişi geleneği de bulunmamaktadır. Ülkede mühendislik-müşavirlik, tasarım teknoloji transferi ve eğitim

hizmetlerinin kullanılmasının düşük bir düzeyde kalması ve sınai mülkiyete konu olan ürünlerin ticaretinin yetersizliği nedeniyle know-how ile ilgili hizmet sektörleri de gelişmemiştir.

Kamu mali imkanlarının sınırlı kalması nedeniyle KOBİ'lere yeterli destek sağlanamamış ve teknolojinin yayılımını engelleyen yapısal sorunların da etkisiyle, bu dönemde ne gümrük birliğinin doğurduğu rekabet baskısı ne ekonomik krizler sonucunda Türkiye pazarının daralması sonucunda duyulan yeni Pazar gereksinimi bile ülke KOBİ'leri genelinde bir teknolojik düzey yükseltilmesini sağlayamamıştır.

Halen KOBİ'lerin know-how yetersizliği sorunu, fiyata dayalı piyasa güçlerinin devreye girmesini engellediği gibi, Türk ekonomisinin de gümrük birliğinden yeterli faydayı sağlayabilmesi önündeki en önemli darboğazı oluşturmaktadır.

6.2 FİNANSAL ORTAMIN YETERSİZLİĞİ

Türkiye'de KOBİ'lerin kredi hacminden yararlanma oranları, istihdama ve ülke katma değerine sağladıkları katkıları ile karşılaştırılmayacak seviyelerde düşük kalmaktadır. KOBİ'lere hizmet verecek sermaye piyasası imkanları da.

Kamu kesiminin piyasalardaki yüksek borçlanma düzeyi, özel sektörün kredi imkanlarını daraltmakta ve faizlerin aşırı yükselmesine yol açmakta olup, bu koşullar kamunun sağladığı desteklerin kısıtlılığı ile birleşerek KOBİ'lerin kredi piyasasından neredeyse tamamen dışlanmasına neden olmaktadır.

Mali sektör bünyesinde KOBİ'lerle çalışacak kurumsal kapasite eksikliği nedenleriyle, KOBİ'lerin kredi darboğazını rahatlatmak için AB'deki para ve sermaye piyasalarından yararlanılamamakta, Türkiye'ye sağlanan finansman imkanlarının bile KOBİ'lere aktarılmasında sıkıntılar yaşanmaktadır.

6.3 TÜRKİYE İLE AB ARASINDA REKABETİ ETKİLEYEN UNSURLAR

Gümrük birliğinin bazı unsurları, AB ile Türkiye arasındaki rekabet koşulları üzerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir.

Bölgesel gelişmişlik farklarını gidermek, alt yapıyı geliştirmek, çevre problemlerine çözüm getirmek, Ar-Ge kapasitesi geliştirmek, istihdam yaratmak ve bazı sektörel problemlerin çözümü için kullanılan çeşitli AB fonları, AB'deki üreticilerinin sabit sermaye, Ar-Ge ve çevre yatırımı maliyetleri ile istihdam harcamalarını azaltmaktadır. Ancak, aynı pazarda ve aynı koşullar altında rekabet etmek durumunda olan Türk üreticiler bu kaynaklardan yararlanma olanağına sahip bulunmamaktadırlar.

Türkiye'de KOBİ'lere sağlanan devlet yardımlarının nitelikleri, çeşitlilikleri ve mali büyüklükleri, KOBİ'lerin sağladığı istihdam, katma değer, ödedikleri vergi miktarı vb. gibi değerlerle orantılı olarak da ele alındığında, AB üyesi ülkelerdeki destek ve hizmetler karşısında görece olarak yetersiz kalmaktadır.

Türkiye-AB gümrük birliğinin, KOBİ'ler üzerindeki olumsuz etkilerini telafi edecek etkili sistemler de bulunmamaktadır.

Ülkemizin, sahip olduğu ekonomik potansiyele, insan gücüne ve son yıllarda gerçekleştirilen hukuki ve kurumsal alt yapıya rağmen, yabancı sermaye girişi açısından da yetersiz durumda olduğu görülmektedir. Ayrıca, KOBİ'lere sunulan finansman dışı desteklerin de yeterince gelişmediği, kamu sektörünün talebi karşılamada yetersiz kaldığı, özel sektörün ise bu alanda aktif bir şekilde rol alacak kurumsal kapasiteye sahip olmadığı görülmektedir. Bu çerçevede, KOBİ'leri geliştirmek ve desteklemek amacıyla aşağıda belirtilen amaç ilke ve politikalar çerçevesinde hareket edilmesi öngörülmektedir.

7. AMAÇ, İLKE VE POLİTİKALAR

7.1 TEMEL HEDEFLER

KOBİ'lere yönelik politikaların temel hedefleri, bu kesimin verimliliğinin, katma değer içindeki payının ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasıdır.

Bu amaçla öncelikle bankacılık sisteminin toplam kredi hacmi içinde KOBİ kredilerinin artırılması ve risk sermayesi, finansman yatırım ortaklığı, gayrimenkul yatırım ortaklığı gibi modern finansman araçlarından KOBİ'lerin daha etkili düzeyde

yararlandırılması amacıyla bu alanlarda kurumsal kapasitelerin güçlendirilmesi öngörülmektedir.

Finansman dışı destekler alanında ise, hizmet vericilerle KOBİ'ler ve KOBİ'leri temsil eden meslek kuruluşları arasındaki iletişim ve etkileşimin geliştirilerek hizmetlerin etkinliğinin artırılması öngörülmekte, ayrıca, daha çok KOBİ'ye daha nitelikli hizmet verilebilmesini teminen başta kamu kurum ve kuruluşları ile meslek kuruluşları olmak üzere tüm hizmet vericilerin kurumsal kapasitelerinin ve ortak iş yapabilme yeteneklerinin geliştirilmesinin önemi vurgulanmaktadır.

KOBİ'lerin düşük teknoloji seviyelerinin uluslararası pazarlardaki rekabet edebilirliklerinin önündeki en önemli engeli oluşturduğu gerçeğinden hareketle, teknolojinin yayılımını hızlandırabilmek için transfer kapasitesinin geliştirilmesi ve kalite yükseltilmesine yönelmesi amaçlanmakta ve bu kapsamda işletmelerin teknoloji alt yapılarının geliştirilmesine yönelik eğitim, danışmanlık, Ar-Ge desteklerinin yoğunlaştırılması öngörülmektedir.

7.2 İLKE VE POLİTİKALAR

7.2.1 GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ VE ÖĞRETİMİ

Girişimci ruhun geliştirilmesi amacıyla eğitimin her kademesinde girişimcilik eğitimi ve öğretimine yönelik programlar geliştirilecektir.

KOBİ'lere yönelik eğitim ve öğretim programlarının uygulanmasında kamu ve özel sektör arasında etkin koordinasyon sağlanacak, meslek kuruluşlarının bu alanda hizmet verme kapasiteleri artırılabilecek ve özellikle çalışan sayısı az olan KOBİ'ler için uzaktan bilgilendirme bilişim alt yapısı oluşturulacaktır.

7.2.2 DAHA UCUZ VE DAHA HIZLI İŞ KURMA SÜREÇLERİ GELİŞTİRİLMESİ

İş kurma süreci ile ilgili mevzuat bürokrasiyi azaltacak şekilde basitleştirilecek, KOBİ'lerin iş kurma sürecinde bilgilendirilmesi için meslek kuruluşları ve hizmet kuruluşları tarafından koordineli bir şekilde eğitim programları düzenlenecek, bu

amaçla bilgilendirme ofisleri kurulacak ve mevcut ofisler arasındaki iş birliği geliştirilecektir.

Girişimciler iş kurma sürecinin başından itibaren yatırım ortamı hakkında bilgilendirilecek, sektör bazlı gelişme planları ve pazar araştırmaları hazırlanarak girişimcilerin bilgisine sunulacak, KOBİ'ler kuruluş aşamasından itibaren stratejik planlama kavramı çerçevesinde hareket edebilmelerini sağlayacak şekilde bilgilendirilecektir.

Girişimcilerin istihdam artırıcı faaliyetleri desteklenecek, nitelikli işgücü istihdamına yönelik programlara ayrılan bütçe artırılabacaktır.

7.2.3 DAHA İYİ KANUNLAR VE MEVZUAT DÜZENLEMESİ YAPILMASI

KOBİ tanımının AB tanımı ile uyumlu hale getirilmesi neticesinde, istatistik sistematigi de, yeni tanım kapsamında belirlenecek politikalara ve uygulanacak programlara uygun veriler üretebilecek şekilde, EUROSTAT normlarını da dikkate alarak geliştirilecek, KOBİ'lerle ilgili istatistiklerin sürekli ve güncellenebilir bir veri tabanı dahilinde takip edilmesi sağlanacaktır.

KOBİ politikalarının belirleyicisi ve uygulayıcısı kuruluşlar arasındaki koordinasyon artırılacak, uygulanan politika ve programlar rasyonel kriterler çerçevesinde sürekli olarak takip edilecek ve güncellenecek, kurum ve kuruluşlar hizmet verdikleri kesimlerden alınacak performans kriterleri çerçevesinde değerlendirilecektir.

Mali sıkıntı içinde bulunan ve yeniden yapılandırılmaları halinde faaliyetlerini sürdürmeleri mümkün olan işletmelere gerekli desteğin verilmesini sağlayacak mekanizmalar oluşturulacak ve icra, iflas ve tasfiye işlemleri ile ilgili mevzuat geliştirilecektir.

7.2.4 NİTELİKLİ PERSONEL EĞİTİMİNİN GERÇEKLEŞTİRİLMESİ

KOBİ'lerin nitelikli personel ihtiyacını karşılamak üzere eğitim kurumlarının belirlenecek meslek standartları dahilinde eğitim vermesi sağlanacak, mevcut eğitim programlarının kalitesi yükseltilecek, kapasitesi artırılabacaktır.

7.2.5 YENİ PAZARLARA AÇILMA

KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi için bilgilendirilmeleri sağlanacak, aynı alanda faaliyet gösteren işletmelerin ihracata yönelik örgütlenmeleri yaygınlaştırılacak, sektörel dış ticaret şirketleri modeli, diğer ülkelerin başarılı örnekleri de dikkate alınarak geliştirilecek, uygulamanın etkinliğini artırmak üzere ilave destekler sağlanacaktır.

KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmelerini sağlamak amacıyla ürün ve üretim süreçlerinin kalitesi artırılacak, uluslararası standartlar hakkında bilgilendirilmeleri sağlanacaktır.

Yerel ve ulusal markaların, tüm dış pazarlarda rekabet edebilecek seviyeye ulaşması desteklenecektir.

İhracatçı firmaların enerji, istihdam ve haberleşme alanlarındaki girdi maliyetlerinin bu alandaki vergi oranlarının azaltılması yolu ile düşürülmesini sağlayacak önlemler alınacaktır.

Eximbank'ın kaynak yapısı güçlendirilecek, bürokratik işlemler azaltılarak basitleştirilecek, özellikle teminat sorununu kolaylaştırıcı önlemler alınacaktır.

7.2.6 VERGİLENDİRME VE FİNANSAL KONULARDA İYİLEŞTİRME YAPILMASI

Kriz ve sermaye yetersizliği nedeniyle kapanan veya düşük kapasite ile çalışan tesislerin ekonomiye kazandırılması ve yeni yatırımların gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.

KOBİ'lerin bankalarla olan problemlerinin çözümü için yeni bir yaklaşım (Anadolu Yaklaşımı) geliştirilecektir.

KOBİ'lerle ilgili vergi mevzuatının basitleştirilmesi için çalışmalar yapılacaktır.

Bankaların KOBİ kredisi kullandırması özendirilecektir.

KOBİ'ler sermaye piyasası ve mali piyasalarla düzenli çalışan bir ortamda modern finansman araçları ve kurumları ile desteklenecektir. Risk sermayesi, finansman yatırım ortaklığı, gayrimenkul yatırım ortaklığı gibi finansman sağlama uygulamalarına yönelik araştırmalar yaygınlaştırılacak, bu uygulamalara kaynak teşkil edebilecek fonlar harekete geçirilecektir.

7.2.7 KOBİ'LERİN TEKNOLOJİ VE YENİLİKÇİLİK KAPASİTESİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Mühendislik, teknoloji transferi, AR-GE, tasarım ve teknoloji ile ilgili her türlü diğer hizmet üreticilerinin kapasitelerinin artırılması sağlanacak, bu hizmetlerin alıcısı konumundaki KOBİ'ler ile aralarındaki ticari bağlar güçlendirilecek, piyasa oluşturmaya yönelik politikalar geliştirilerek bu etkileşimi artıracak aracı kuruluşların kurulmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Bu çerçevede, Üniversite-sanayi iş birliği desteklenecek, KOBİ'ler Ar-Ge çalışmalarına yöneltilecek, KOBİ'lerin üniversitelerle teknoparklar içinde buluşmaları sağlanacaktır.

Yerel ve bölgesel iş birliği kümelerinin ve iletişim ağlarının oluşturulması desteklenecek, bu uygulamalara baz teşkil edecek saha araştırmaları yapılacak, işletmeler arası iş birliğinin geliştirilmesi yoluyla teknolojinin yayılımının sağlanmasına çalışılacaktır. İşletmeler arası bilgi ağları güçlendirilecek, tüm işletmelerin aktif bir şekilde bu sistemlere katılmaları sağlanacaktır.

7.2.8 KOBİ'LERİN İNTERNET ÜZERİNDEN EN İYİ UYGULAMALAR HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLABİLMESİ VE ÜST DÜZEY KOBİ DESTEKLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ

KOBİ'lerin desteklenmesi amacıyla diğer ülkelerde uygulanan politika ve programlar hakkında kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarının bilgilendirilerek, başarılı ülke örnekleri çerçevesinde kendi faaliyetlerini geliştirmelerine imkan sağlayacak çalışmalar yapılacak, bu alanda sürdürülen uluslararası çalışmalara etkin katılım sağlanacaktır.

KOSGEB'in hizmet merkezlerinin sayısı hazırlanacak bir teşkilatlanma programı kapsamında artırılacak, mevcut hizmet merkezlerinde yeterli sayıda personelin istihdamı sağlanacak, bu merkezlerin hizmet kalitesi yükseltilecek, uygulamada standardizasyona gidilecek ve merkezler performans kriterleri çerçevesinde değerlendirilecektir.

Bölgesel gelişme projeleri kapsamında yöre potansiyeli dikkate alınarak özel KOBİ destek projeleri geliştirilecektir.

KOBİ'lere yönelik tüm desteklerin tanıtımı çalışmaları yaygınlaştırılacak, uluslararası kaynakların kullanımı yolunda KOBİ'ler bilgilendirilecektir.

Küçük sanayi ihtisas siteleri kurulması özendirilecek, bu sitelerde sektörel dış ticaret şirketleri kurulması desteklenecektir.

7.2.9 ULUSAL VE ULUSLARARASI PLATFORMLARDA KOBİ'LERİN DAHA ETKİN TEMSİL EDİLMESİ

KOBİ'leri temsil eden meslek kuruluşları ve sivil toplum kuruluşlarının, üyeleri ile etkileşimlerini artırmaya yönelik kurumsal kapasite geliştirme çalışmaları desteklenecektir. Söz konusu oluşumların, ulusal ve uluslararası kaynaklardan karşılanacak projelerde bir araya getirilmesi sağlanarak aralarındaki iş birliği düzeyi yükseltilmeye çalışılacak, bu şekilde KOBİ'lerin daha güçlü ve etkin temsiline imkan verecek ortak görüş oluşturma süreci desteklenecektir.

BÖLÜM XIV. 2023 BİLGİ EKONOMİSİ VE EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI⁷⁴

1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE BİLGİ EKONOMİSİ

Dünya ekonomisinde 1980'li yıllarda günümüze kadar ekonomik büyümeye farklı bir bakış açısı kazandıran bilgi ekonomisi olmuştur. Kas gücü yerine düşünce

⁷⁴ÇELİK, Nurullah. BİLGİ EKONOMİSİ VE EKONOMİK BÜYÜME: Türkiye Üzerinde Bir Değerlendirme(1990-2010) sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c7s12/makale/c7s12m6.pdf

gücünün kullanılmasıyla daha fazla verim ve gelişme kazandırmıştır. Gelişmiş ülkeler bilginin erken farkına varıp sanayilerini bilgi yoğun teknoloji biçimine dönüştürmüşlerdir. Yeni fikirlerin oluşması, oluşan fikirlerin geliştirilip somut hale dönüştürülmesi için gereken altyapı çalışmaları sağlanmaktadır. Bilginin hammadde olarak kullanılması ve daha hızlı gelişme ve büyüme sağlaması, bilgi ekonomisinin temel dinamikleri sayesinde olmaktadır. Bilgi ve inovasyon (yenilik) ekonomik büyümeye yeni boyut kazandırması, bilgi ekonomisinin doğmasını ve temellerinin atılmasını sağlamıştır.

Dünya'da yeni pazar haline gelen bilgi ve teknoloji "Bilgi ve İletişim Teknolojisi" kavramını ortaya çıkarmıştır. Bilgi ekonomisinin ekonomik büyüme üzerinde etkisinin büyük olmasında; AR-GE harcamaları ve teknolojik yenilik, internet ve bilgisayar kullanımı, telekomünikasyon yatırımları, okullaşma oranları, patent ve bilimsel yayın sayısı gibi temel dinamikler üzerinde durulmuştur.

Günümüzde rekabet gücünü elinde bulunduran ülkeler, başarısını düşünce gücüne ve teknolojik bilgiye verdiği önemden kazanmıştır. Rekabet üstünlüğünü yakalamanın en önemli aracı olan bilgi ve inovasyon gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerin (GOÜ) sermayesi haline gelmiştir.

Teknolojik gelişmeler ve artan küresel rekabet, sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında AR-GE ve yenilik sisteminin önemini ortaya koymaktadır.⁷⁵ Bu sebeple AR-GE faaliyetleri bilimsel veya teknolojik belirsizliğin olduğu durumlarda ortaya çıkan faaliyettir. Bazı AR-GE faaliyetlerinde hedef yeni bir ürün ortaya koymak veya geliştirilmesine bilimsel altyapı sağlamaktır. AR-GE, mevcut bir ürünün daha etkin ve ucuz üretilmesi ya da hiç üretilmemiş ama ileride üretilmesi planlanan, pazarda öncü olmak amacıyla herhangi bir alanda araştırmaya kaynak ayırmaktır. AR-GE, özel çalışma gerektiren, kamu, özel kesim ve üniversiteler gibi kurum ve kuruluşlarda meydana gelen faaliyettir. AR-GE, adından da tam olarak anlaşıldığı gibi önce bir araştırma, henüz bulunmamış bulma bilgiyi veya bir ürünü geliştirme veya öncü olmayı

⁷⁵(DPT 2011; <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FC C6AECA659BD6F05648192E81EB0C9848AAD19E7579B3250E>).

içerir. Teknoloji geliştirme ve yenilik yaratma çabası; ihtiyaçlara daha kısa sürede cevap vermek, ekonomide hızlı gelişme sağlamak ve Dünya'da rekabet sağlamak gibi etkenleri ortaya çıkarmaktadır.

Özellikle, ekonomik kriz dönemlerinde, AR-GE ve yenilik destekli politikalarla rekabet gücünü artırmaya, katma değer üretmeye ve böylece ekonominin güçlü kalmasını sağlamaya yönelik tedbirler alan ülkeler, kriz sonrası küresel rekabette önemli bir avantaj kazanmaktadır. Bu doğrultuda, AR-GE ve yenilik faaliyetlerinin gerektirdiği finansman dikkate alındığında, özellikle kriz süreçlerinde, AR-GE ve yenilik faaliyetleri alanında sağlanan teşviklerin artırılması sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında büyük önem arz etmektedir.⁷⁶

Rekabet üstünlüğünü elde edilmesinde bilginin ticari bir faydaya dönüştürülmesi adına ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntem ve metotlarını sürekli olarak değiştirmeleri, geliştirmeleri işlemi "inovasyon" olarak adlandırılır. Mal ve hizmet üretim sürecinde maliyetlerin azaltılması, kalitenin artırılması, tüketimi cazip hale getirecek ihtiyaçların karşılanması gibi avantajlar, yenilik faaliyetleri sonucunda büyüme ve gelişme göstermektedir.

Bu nedenle inovasyon yapan kuruluşların bulunduğu ülkelerin daha hızlı geliştiği ve ülkelerindeki insanlara refah bir ortam koşullarında yaşamaları için katkı sağlamaktadır. Bu kuruluşların kendi rekabet güçlerini artırırken ülkelerinin de uluslararası piyasalarda daha güçlü konuma gelmesini sağlamaktadırlar. (Erkek, 2011: 8).

Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda Bilgi İletişim Teknolojileri (BİT) ve AR-GE'ye vurgu yapılmıştır. 2006-2010 dönemini kapsayan Bilgi Stratejisinde ise, dünya pazarlarında talebi giderek artan, yenilikçi ve getirisi yüksek olan BİT sektöründe öncelik olarak AR-GE ve yenilik faaliyetlerinin yapılması, geliştirilmesi ve

⁷⁶(DPT 2011;

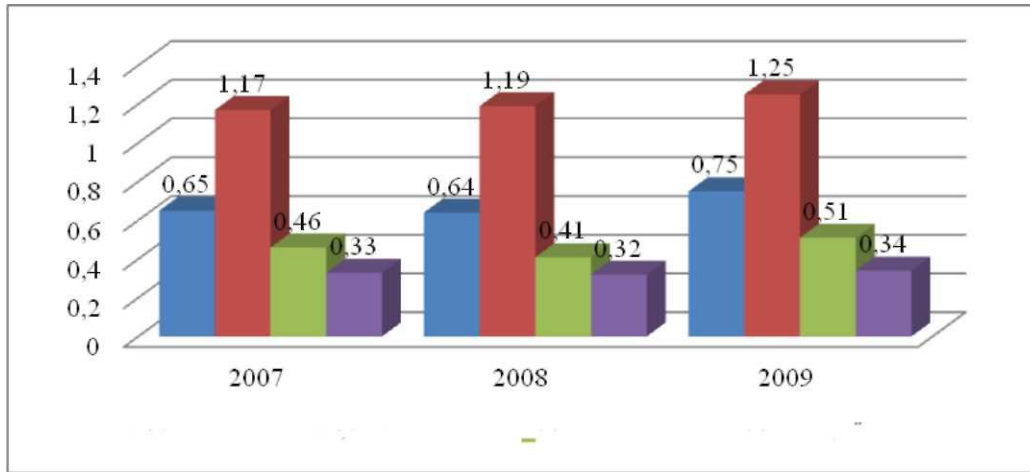
<http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FC C6AECA659BD6F05648192E81EB0C9848AAD19E7579B3250E>).

etkinleştirilmesinde BİT'ten azami ölçüde faydalanılması stratejik öncelik olarak ortaya konmuştur.⁷⁷

Tablo 12: Türkiye'de AR-GE harcamaları/GSYİH Oranı ve 10 000 İşgücüne Düşen Araştırmacı Sayısı

Yıllar	10 000 işgücüne Düşen Ar-Ge Personeli Sayısı	Yeni AR-GE Harcaması/GSYİM(%o)
1998	11	3,7
1999	11	4,7
2000	13	4,8
2001	13	5,4
2002	14	5,3
2003	18	4,8
2004	20	5,2
2005	25	5,9
2006	27	6,0
2007	31	7,2
2008	32	7,3
2009	35	8,5
2010	36	8,4

Grafik11: AR-GE Harcamalarının GSYİH İçindeki Payı, Türkiye -AB-27 Karşılaştırması⁷⁸



AR-GE harcamalarının GSYİH içindeki payının 1999, 2005 ve 2009 yıllarında gözle görülebilecek biçimde artış göstermiş ve 2009 yılında %0,84 ile son 13 yılın en yüksek değerine ulaşmıştır. Türkiye 'de AR-GE harcamalarının GSYİH'deki artış hızından dolayı 2013 yılında %2'yi hedeflemektedir.

⁷⁷(DPT 2011:

1http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FCC6AECA659BD6F05648192E81EB0C9848AAD19E7579B3250E)

⁷⁸Kaynak:AB-27 değerleri European Innovation Scoreboard (2008,2009) ve Innovation Union Scoreboard (2010)'dan alınmıştır.

Ülkemizde, AR-GE harcamalarının GSYH içindeki oranı yıllar itibarıyla artarak 2009 yılında %0,85 seviyesine ulaşmasına rağmen bu oran %2'lik AB-27 ortalamasının altındadır. Yıllar itibarıyla baktığımızda AR-GE harcamalarında özel sektörün payını az olması, vergi yükü, KDV gibi vergi oranların yüksek olmasından kaynaklanıyor diyebiliriz. Türkiye 2013 yılı itibarıyla AR-GE harcamasını %2 olarak hedeflemektedir. Türkiye'nin bu hedefi gerçekleştirmesi için AR-GE harcamalarını artırmalı ve bilim ve teknoloji ile ilgili alanlarda araştırma ve geliştirme hedeflerini tespit etmesi gerekir.

2023 yılında Türkiye'nin dünyanın ilk on ekonomisi arasına girebilmesi için belirlenen ulusal hedeflere "(yerli otomobil, yerli uçak, yerli helikopter vb.)" ulaşması, daha çok AR-GE ve yeniliğe kaynak ayırmasında yatmaktadır. Ülkemizde AR-GE ve yeniliğe ayrılan kaynaklarda hızlı bir artış sağlanmasına rağmen, AR-GE harcamalarının GSYİH içerisindeki payı istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Ülkemizde 2010 yılında 9,8 milyar TL' lik AR-GE harcaması yapılmasına rağmen bu pay GSYİH'nin %0,84'ünü oluşturmaktadır. Bu oran OECD ülkelerinde 2008 yılı itibarıyla %2,33, AB ülkelerinde 2009 yılı itibarıyla %1,90, Finlandiya'da %3,84 (2010), Güney Kore'de %3,36 (2009) ve ABD 'de 2009 yılı itibarıyla %2,79'dur.

AB ülkeleri bilgi ekonomisinin temel göstergelerinden biri olan bilgisayar ve internet kullanım oranları çok yüksektir. Bu da ekonomik büyümede bilgiye verdiği önemi göstermektedir.

2. TELEKOMÜNİKASYON YATIRIMLARI

Telekomünikasyon yatırımları bilgi ekonomisinin temel dinamiklerinden biridir. Türk Telekom'un 2005 yılından itibaren yaptığı yatırımlar XDSL hizmetlerinin sunumunun yaygınlaştırılmasını sağlamış ve böylece beş yıl içerisinde ADSL abone sayısı 450 binden 6,46 milyona yükselmiştir. Ülkemizde de mobil telekomünikasyon sektörü hızlı bir gelişme göstermektedir. Ülkemiz sadece yerli yatırımcıların değil aynı zamanda yabancı yatırımcılarında de ilgisini çeken bir ülke konumuna gelmiştir. (BTİK, 2010).

Türkiye'de telekomünikasyon hizmetlerinde vergilerin yüksek oranlı olması ve genişbant erişim altyapılarının yeteri kadar yaygın olmaması, telekomünikasyon

hizmetlerine yatırımlarını azaltmakta ve telekomünikasyon hizmetlerinin kullanımının pahalı olmasına neden olmaktadır. Bilgi toplumuna geçiş sürecinde telekomünikasyon sektöründe öncelikle şu konular önem taşımaktadır. Bunlar; hizmet ve altyapılarda etkin rekabetin tesis edilerek alternatif hizmet ve altyapıların ortaya çıkmasının sağlanması ve alternatiflerin artırılması, vergi yükünün azaltılması ve genişbant sisteminin yaygınlaştırılmasıdır. Rekabet ortamının oluşturulması ve vergilerle ilgili düzenlemelerin yapılması halinde sektördeki yatırımların önemli oranda artması beklenmektedir (DPT Mayıs, 2006). Türkiye son yıllarda alt yapı yatırımlarına önem vermesine rağmen, ekonomik değer yaratacak düzeyde olmadığını göstermektedir.

3. OKULLAŞMA ORANLARI

Türkiye' de yükseköğretimin net okullaşma oranının çok düşük olduğunu göstermektedir. Türkiye' de genel itibariyle ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim net okullaşma oranları sürekli artış göstermiştir. İlköğretim ve ortaöğretimde okullaşma oranlarındaki açıklar bazı bireylerin eğitim hakkından belirli sebepler dahilinde, eğitim hakkından yararlanamamaktadır. İlköğretimin zorunlu olmasına rağmen ilköğretim çağındaki çocukların eğitim hakkından faydalanmadığı görülmektedir.

Bilgi ekonomisinin var olmasında etken olan bilgi işçileri gelmektedir. Yoğun teknolojinin işlenmesi ve dönüştürülmesi için bilgi işçilerine ihtiyaç vardır. Bilgi işçilerinin varlığı okullaşma oranları yüksek olan ülkelerde görülmektedir. Okullaşma oranı çok yüksek olan ülkelerde uzmanlaşmış nitelikli personellerin varlığı, rekabet üstünlüğünü artırmaktadır. Bilginin kullanılması, işlenilmesi, depolanması ve analiz kapsamında çıktıya dönüşmesi ancak analitik bir düşünceye sahip bireyler tarafından gerçekleştirilebilmektedir.

4. BİLGİ EKONOMİSİ DEĞERLENDİRME

Özetle Türkiye 'nin bilgi ekonomisine geçişte 1990'dan günümüze kadar AR-GE harcamaları, internet ve bilgisayar kullanım oranları, net okullaşma oranları, patent ve bilimsel yayın sayısı gibi temel dinamikler sürekli artışlar yakalamasına rağmen AB ülkeleri standartlarını yakalayamamıştır. Türkiye bilgi üretiminde gelişmiş ülkelerin gerisinde kalması hala emek yoğun bir ülke olduğunun göstergesidir. Türkiye bilgi ve

teknolojinin farkında olduğu ancak halen teknolojik anlamda dışa bağımlı bir konumdadır. Bu da ülkemizin hala bilgi retemediğinin dışa bağımlılığın devam ettiğinin göstergesidir. Türkiye AR-GE harcamalarına hızla artışlar sağlamasına rağmen bu oran AB standartlarının altında kaldığını fakat 2013 yılında AR-GE harcamasını GSYİH içindeki payını %2 oranına ve AR-GE tam zamanlı eşdeğer personel sayısını 130 bine çıkarmayı hedefleyerek açığı kapama yoluna gitmiştir.

Diyebiliriz ki Türkiye teknolojinin gelişmesine ve üretilmesine önem vermekte ve sürekli artırımına rağmen AR-GE harcamaları kaleminin istenilen seviyede olmadığıdır. AR-GE harcamalarında özel kesimin varlığı kamuya olan bağlılığı azaltmakta ve yatırımları artırmaktadır.

Sonuç olarak G'in büyümesinde bilgi ekonomisinin ilişkisi yadsınamaz bir gerçektir. O halde Türkiye'nin büyüme sağlayabilmesi için ekonomik anlamda bilgi kullanması ve üretmesi gerekmektedir. Türkiye bilgi ekonomisinin geçişini hızlandırmak için sanayileşmesini tamamlamalı, uzmanlaşmış bilgi işçilerini yetiştirebilmesi içinde eğitime önem vermelidir. Bilgi ekonomisi ekonomik büyümeye etkisinin olumlu olduğu gelişmiş ülkelerin bilgi ve teknolojiye gösterdiği yatırımlardan ve üretimlerinin bu yönde olmasından kaynakladığı söylenebilir.

BÖLÜM XV.TÜRKİYE DIş TİCARET STRATEJİSİ (2005-2010 VE 2015-2023)⁷⁹

Dünyada teknoloji-bilgi yoğun, yüksek katma değerli mal ve hizmetlerin, özgün tasarımların, elektronik ağların, uluslar arası kuruluşların ve şirket birleşmelerinin öneminin arttığı; geleneksel sektörlerin ağırlılığının Türkiye'nin ihracatında başlıca sorunlardan biri olmaya devam ettiği; Türkiye'nin AB'ye tam üyelik süreci içinde olması nedeniyle, uluslar arası norm ve standartlara uyumun zorunlu olduğu ve Türk ekonomisinde yaşanan yapısal değişimin dış ticarete daha fazla görev ve sorumluluk yüklediği bir dönemde Dış Ticaret Müsteşarlığının, dış ticareti yatırım-üretim-ihracat ve ithalat temelinde ele alarak yeni bir Dış Ticaret Stratejisi belirlemesi zorunluluk haline gelmiştir.

⁷⁹Bu bölümün alındığı kaynak: http://www.tokayhaber.com/dis_ticaret_stratejisi.asp

Dış ticaret stratejisinin uygulanabilir olması büyük önem taşımaktadır. Aksi halde yapılan çalışma, iyi niyet beyanından başka bir şey olmayacaktır. Stratejiyi oluşturan kurum Dış Ticaret Müsteşarlığı olsa bile, hayata geçirecek taraf kamunun yönlendirmesiyle ülkenin tümüdür. Bu nedenle hedefe ulaşmada, başta Dış Ticaret Müsteşarlığı olmak üzere kamunun bir bütün olarak sorumluluğu bulunmaktadır.

1. DÜNYA TİCARETİNDE GELİŞMELER

Dünya ticareti içinde teknolojik katma değeri yüksek olan ürünlere olan talep hızla büyümektedir. Söz konusu ürünleri üreten ülkelerin dünya ticaretinden aldığı pay hızla artmaktadır. Gelişmiş ülkeler emek yoğun, çevre kirliliği yapan ve düşük kâr marjıyla çalışan tekstil, deri gibi sektörleri çok uzun yıllar önce terk ederek kaynaklarını, getirisi daha yüksek olan teknoloji yoğun sektörlerle kaydırmışlardır. Bu büyük ölçüde gelişen teknolojinin ticarileşerek, toplam üretim, toplam talep dengesinin, teknoloji yoğun mallardan yana doğru değişmesiyle gerçekleşmiştir. Yeni buluşların çoğu, yeni bir mala dönüşerek talep olarak ortaya çıkmıştır.

Otomotiv ürünleri ticaretinde Kuzey Amerika dünyanın en büyük net ithalatçı, Asya bölgesi de en büyük net ihracatçı bölgeleri konumunda iken, Batı Avrupa dünyanın hem en büyük ihracatçı hem de en büyük ithalatçı bölgesi konumundadır. Otomotiv ürünlerinde Batı Avrupa bölgesi ihracatının yüzde 80'i bölge ülkelerinin birbirlerine yaptıkları ihracattan oluşmaktadır. 2000 yılında bölge ekonomilerinde ortaya çıkan duraklama ile birlikte, anılan ürünlerde bölge-içi ticaretteki azalma, Batı Avrupa'nın bölge dışındaki ülkelerle olan ticaretinde artış şeklinde ortaya çıkmıştır.

Enformasyon teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmeler bilgisayarlara, yarı iletkenlere ve cep telefonlarına olan talebi hızla artırmıştır. Artan talep ile birlikte ofis ve telekomünikasyon ekipmanlarına olan talep de hızla yükselmiştir.

Dünya genelindeki büro makineleri ve haberleşme cihazları ihracatının yaklaşık yarısını gerçekleştiren Asya bölgesi, anılan ürünlerde ihracattaki yaklaşık yüzde 23 civarındaki artışla birinci sırada yer almaktadır. Bu ürün grubunda Kuzey Amerika'nın ithalatı toplam dünya ithalatının yaklaşık dörtte birini oluştururken, ithalatın artış hızı dünya ticaretinin büyüme hızının üzerinde gelişmiştir.

Petrol ve petrol ürünlerindeki dünya ticareti giderek artmaktadır. Petrol ve petrol ürünleri ihracatındaki artış nominal bazdaki global ticaret artışının yaklaşık üçte birini sağlamıştır. Petrol ve petrol ürünleri ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştiren 25 ülkenin 10'u, dünya petrol ve petrol ürünleri ihracatının yaklaşık yüzde 30'unu gerçekleştiren Ortadoğu bölgesinde yer almaktadır.

Coğrafi uzaklık faktörünün yarattığı engellerin aşılması, iletişim teknolojisinin gelişmekte olduğu günümüzde hâlâ kolay olmamaktadır.

2. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİ VE DÜNYA TİCARETİYLE KİYASLANMASI

İhracatın Gelişimi ve Dünya Ticareti İçindeki Payı

1980 yılından itibaren uygulanan dışa açık büyüme politikalarının sonucunda, ihracat 1980 yılındaki 2,9 milyar dolar seviyesinden, 2011 yılında 134,6 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatın GSMH içindeki payı yüzde 5’lerden yüzde 14’lere ulaşmış, ürün ve ülke yelpazesi de genişlemiştir.

Türkiye’nin ihracatının sektörel yapısında önemli değişiklikler meydana gelmiş ve tarım ürünlerinin (gıda dahil) 1980 yılında yüzde 65 olan payı, 2000’li yıllarda yüzde 40’lere gerilerken, sanayi ürünlerinin payı yükselmiştir.

İhracatın bağımlı olduğu tekstil ve hazır giyim ile demir-çelik gibi sektörlerde yaşanan sıkıntılar, etkisini tüm ihracat üzerinde hissettirmektedir. 1980’den itibaren uygulanan politikalar neticesinde önemli oranda artış gösteren ihracatın, sanayileşmenin ilk aşamaları olarak kabul edilen tekstil-hazır giyim sektöründe gerçekleştirdiği atılımın bir benzerini 2000’li yıllarda başka sektörlerde de gösterebilmesi, Türkiye’nin yatırım-üretim-ihracat politikalarının dünya ticaretinde yaşanan sektörel gelişmelere paralel bir şekilde belirlenmesiyle mümkün olabilecektir.

1990’lı yıllarda Türkiye ihracatının bölgesel dağılımı ile dünya ithalatının bölgesel dağılımı karşılaştırıldığında, dünya ithalatında önemli paya sahip olan Kuzey ve Latin Amerika ile Asya bölgelerinde makul düzeyde pazar payına ulaşamadığı

görülmektedir. Diğer taraftan, Türkiye'nin yakın çevresinde yer alan ülkelerle ticari ilişki yoğunluğunun daha fazla olmasından ötürü, eski Doğu Bloku, Ortadoğu ve Afrika ülkelerinin ihracat içindeki payının dünya ortalamasının üstünde gerçekleştiği görülmektedir.

TABLO 13: 2011 DÖNEMİNDE AB'İN DIŞ TİCARETİNDE İLK 30 ÜLKE

İHRACAT		Milyon Avro	Pay	İTHALAT		Milyon Avro	Pay
1	ABD	260.578	17,0%	1	Ç.H.C	292.132	17,3%
2	Ç.H.C	136.231	8,9%	2	RUSYA	198.355	11,8%
3	İSVİÇRE	121.665	7,9%	3	A.B.D	184.241	10,9%
4	RUSYA	108.426	7,1%	4	NORVEÇ	93.460	5,5%
5	TÜRKİYE	72.664	4,7%	5	İSVİÇRE	91.205	5,4%
6	JAPONYA	48.958	3,2%	6	JAPONYA	67.455	4,0%
7	NORVEÇ	46.558	3,0%	7	TÜRKİYE	47.592	2,8%
8	HİNDİSTAN	40.424	2,6%	8	HİNDİSTAN	39.317	2,3%
9	BREZİLYA	35.727	2,3%	9	BREZİLYA	37.830	2,2%
10	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	32.612	2,1%	10	GÜNEY KORE	36.106	2,1%
11	GÜNEY KORE	32.455	2,1%	11	SUUDİ ARABİSTAN	28.099	1,7%
12	AVUSTRALYA	30.806	2,0%	12	CEZAYİR	27.682	1,6%
13	HONG KONG	30.182	2,0%	13	NİJERYA	24.149	1,4%
14	KANADA	29.618	1,9%	14	TAYVAN	23.977	1,4%
15	SİNGAPUR	27.126	1,8%	15	KANADA	22.843	1,4%
16	SUUDİ ARABİSTAN	26.396	1,7%	16	KAZAKİSTAN	22.725	1,3%
17	GÜNEY AFRIKA	25.636	1,7%	17	MALEZYA	21.019	1,2%
18	MEKSİKA	23.806	1,6%	18	SİNGAPUR	18.940	1,1%
19	UKRAYNA	21.189	1,4%	19	GÜNEY AFRIKA	17.764	1,1%
20	CEZAYİR	17.203	1,1%	20	TAYLAND	17.534	1,0%
21	İSRAİL	16.831	1,1%	21	İRAN	16.342	1,0%
22	TAYVAN	16.209	1,1%	22	MEKSİKA	16.268	1,0%
23	FAS	15.167	1,0%	23	ENDONEZYA	16.153	1,0%
24	MISIR	13.942	0,9%	24	UKRAYNA	15.046	0,9%
25	NİJERYA	12.471	0,8%	25	AZERBAYCAN	14.842	0,9%
26	MALEZYA	11.914	0,8%	26	KATAR	13.321	0,8%
27	TAYLAND	11.855	0,8%	27	VİETNAM	12.801	0,8%
28	HRVATİSTAN	11.472	0,7%	28	İSRAİL	12.645	0,8%
29	TUNUS	10.931	0,7%	29	AVUSTRALYA	11.765	0,7%
30	İRAN	10.490	0,7%	30	ŞİLİ	10.873	0,6%
İLK 30 ÜLKE TOPLAMI		1.299.541	84,8%	İLK 30 ÜLKE TOPLAMI		1.452.482	86,2%
TOPLAM		1.531.630	100,0%	TOPLAM		1.685.702	100,0%

Tablo:14Yıllara ve Aylara göre Dış ticaret

Yıllara ve aylara göre dış ticaret						
Aylar Months	Yıl Year	İhracat(FOB) Exports		İthalat (CIF) Imports		Karşılama Oranı
		Değer Value	Değişim Change (%)	Değer Value	Değişim Change (%)	Proportion of imports covered by exports (%)
	1985	7 958 010	11,6	11 343 376	5,5	70,2
	1986	7 456 726	-6,3	11 104 771	-2,1	67,1
	1987	10 190 049	36,7	14 157 807	27,5	72,0
	1988	11 662 024	14,4	14 335 398	1,3	81,4
	1989	11 624 692	-0,3	15 792 143	10,2	73,6
	1990	12 959 288	11,5	22 302 126	41,2	58,1
	1991	13 593 462	4,9	21 047 014	-5,6	64,6
	1992	14 714 629	8,2	22 871 055	8,7	64,3
	1993	15 345 067	4,3	29 428 370	28,7	52,1
	1994	18 105 872	18,0	23 270 019	-20,9	77,8
	1995	21 637 041	19,5	35 709 011	53,5	60,6
	1996	23 224 465	7,3	43 626 642	22,2	53,2
	1997	26 261 072	13,1	48 558 721	11,3	54,1
	1998	26 973 952	2,7	45 921 392	-5,4	58,7
	1999	26 587 225	-1,4	40 671 272	-11,4	65,4
	2000	27 774 906	4,5	54 502 821	34,0	51,0
	2001	31 334 216	12,8	41 399 083	-24,0	75,7
	2002	36 059 089	15,1	51 553 797	24,5	69,9
	2003	47 252 836	31,0	69 339 692	34,5	68,1
	2004	63 167 153	33,7	97 539 766	40,7	64,8
	2005	73 476 408	16,3	116 774 151	19,7	62,9
	2006	85 534 676	16,4	139 576 174	19,5	61,3
	2007	107 271 750	25,4	170 062 715	21,8	63,1
	2008	132 027 196	23,1	201 963 574	18,8	65,4
	2009	102 142 613	-22,6	140 928 421	-30,2	72,5
	2010	113 883 219	11,5	185 544 332	31,7	61,4
	2011	134 971 545	18,5	240 834 392	29,8	56,0
Ocak/January	2011	9 551 225		16 904 736		56,5
	2012	10 374 026	8,6	17 382 776	2,8	59,7
Şubat/February	2011	10 059 527		17 519 998		57,4
	2012					
Mart/March	2011	11 811 797		21 644 149		54,6
	2012					
Nisan/April	2011	11 873 926		20 953 337		56,7
	2012					
Mayıs/May	2011	10 944 479		21 105 593		51,9
	2012					
Haziran/June	2011	11 353 248		21 604 079		52,6
	2012					
Temmuz/July	2011	11 865 007		21 060 939		56,3
Ağustos/August	2011	11 248 299		19 679 263		57,2
	2012					
Eylül/September	2011	10 752 814		21 202 683		50,7
	2012					
Ekim/October	2011	11 917 354		19 919 104		59,8
	2012					
Kasım/November	2011	11 087 608		18 649 198		59,5
	2012					
Aralık/December	2011	12 506 261		20 591 313		60,7

3. İTHALAT

İthalatın Gelişimi ve Dünya Ticareti İçindeki Payı

Türkiye, 1984 yılına kadar ithal ikamesine dayanan ve sadece yerli üretimin bulunmadığı veya yetersiz kaldığı hallerde ithalata izin veren bir dış ticaret politikası izlemiştir. Bunun doğal sonucu olarak Türkiye'nin geleneksel ithalatı, ağırlıklı olarak, enerji hammaddesi, makine ve ulaşım araçları ve kimyasal ürünlerden oluşan bir mal kompozisyonu çizmiş; diğer alanlarda ise ilke olarak piyasa yabancı rekabete kapalı tutularak, yerli sanayi korunmaya çalışılmıştır.

Ancak, 1984 yılından itibaren uygulamaya konulan dışa açık ekonomi politikasının en önemli unsurlarından biri olarak dış ticarete ithal ikameci politikalar yerini rekabete açık ve ihracata dayalı sanayileşme stratejisine terk etmiştir. 80'lerin ikinci yarısı ve 90'ların başında hızlanan ve halen de devam eden gümrük indirimleri, bürokratik işlemlerin azaltılması, şeffaflık, sadelik gibi bir dizi yapısal ve kurumsal yenilikle ithalat gerek mal bileşimi ve menşe çeşitliliği, gerekse değer ve hacim olarak giderek büyümüştür.

1990 sonrası dönemde ithalatta görülen artış eğiliminin temelinde, 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü Anlaşmasının, 1996 yılında da Türkiye-AB Gümrük Birliğinin yürürlüğe girmesinin yanı sıra, ekonomik gelişmeler de etkili olmuş ve yüksek oranlı milli gelir büyümesine paralel olarak ithalatta da artış görülmüştür.

1998 yılından itibaren dünyada giderek derinleşen ekonomik krizler ve yurt içinde izlenen makroekonomik politikalar sonucunda milli gelir artışında bir gerileme, ithalatta ise düşüş olmuştur. Söz konusu yılda, milli gelirin büyüme hızı önemli ölçüde yavaşlayarak yüzde 3,9 olmuş, ithalat ise yüzde 5,4 oranında azalarak 45,9 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

1980-2000 döneminde, Türkiye'nin ithalatının sektörel yapısında önemli değişiklikler meydana gelmiş ve madencilik ürünlerinin 1980 yılında yüzde 53 olan payı 2000 yılında yüzde 21,4'e gerilerken, sanayi ürünlerinin payı yüzde 42'den yüzde 70,6'ya, tarım ürünlerinin payı ise yüzde 5'ten yüzde 8'e yükselmiştir. Bu gelişmede

Türkiye'nin 1980 sonrası ithalat politikasını kademeli olarak liberalleştirmesi etkili olmuştur. Türkiye'nin sanayi üretimindeki artışa paralel olarak da özellikle makine-ekipman, ara girdi ve hammadde ithalatında önemli artışlar görülmüştür.

Türkiye-AKÇT (Avrupa Kömür Çelik Topluluğu) Anlaşması kapsamında olan bu ürünlerde, özellikle üçüncü ülkelerden yapılan ithalatta gümrük vergileri koruyucu etkisini devam ettirmektedir. Otomotiv ürünlerinin payındaki artışın temelinde ise, toplam talepteki genel büyümeye paralel olarak ithal ürünlere yönelik talepteki artışın yanı sıra, sektörün ölçek ekonomisine ulaşamama, yeni teknolojilere uyum sağlayamama gibi yapısal sorunları etkili olmuştur. Diğer taraftan, 1980 sonrası telekomünikasyon alt yapısına yapılan yatırımlar ile iletişim alanındaki küresel gelişmelere uyum sağlanması, iletişim araçlarının ithalat içindeki payında önemli bir artışa neden olmuştur. Tekstil ürünlerinin ithalat içindeki payındaki artışı ise, büyük ölçüde ihracata yönelik üretim yapan hazır giyim sektörünün iplik ve mensucat gibi girdilerini Dahilde İşleme Rejimi kapsamında ithal etmesine bağlamak mümkündür.

Türkiye'nin ithalatı ile dünya ithalatı arasında paralellik, 2000 yılında, 1980 yılına göre önemli oranda artmıştır. Bu durum, 1980 öncesinde dışarıya büyük ölçüde kapalı olan ülke ekonomisinin giderek dışa açıldığı ve dünya ekonomisine entegre olduğunu göstermektedir.

4. DIŞ TİCARETİN ÖNÜNDEKİ TEMEL SORUNLAR

A. Üretim – Yatırım – Maliyet

A1. İç Tasarruflar ve Yatırım Politikaları

Türkiye'de de ihtiyaç duyulan altyapı yatırımlarının boyutu giderek artarak kamu kesiminin imkanlarıyla karşılanabilecek düzeyi aşmıştır. Altyapı yatırımlarında özel sektörün giderek daha fazla yer aldığı görülmekte, birçok ülkede altyapı alanında kamu-özel kesim ortaklıkları teşvik edilmektedir.

Son yıllarda Türkiye'de benimsenen yaklaşım, dünyadaki eğilimlere paralel bir şekilde, geleneksel olarak kamunun faaliyet gösterdiği alanlarda özel kesimin

dinamizminden ve finansman gücünden yararlanılarak, ekonomik ve sosyal altyapı hizmetlerinin zamanında, yeterli miktar ve kalitede sağlanması yoluna gidilmesi ve hatta mümkün olan alanlarda yatırımın tümüyle özel sektöre devredilmesidir. Bu amaçla, temel konularda yasal ve kurumsal reformların gerçekleştirilmesi sonucunda özel kesim için istikrarlı ve güvenilir bir yatırım ortamı oluşturulması gerekmektedir.

Yaklaşık yirmi yıldır devam eden yüksek enflasyonlu dönem, özel sektör yatırım harcamalarını sınırlayan en büyük faktör olmuştur. Yüksek enflasyonun bir sonucu olarak ortaya çıkan yüksek faiz oranları da yatırım harcamalarının sınırlı kalmasına yol açan diğer ana faktörü oluşturmaktadır. Ekonomik istikrarsızlıkların temelinde yatan yüksek oranlı Kamu Kesimi Borçlanma Gereği, faiz oranlarını yükseltmekte ve enflasyonu beslemektedir. Bu ekonomik sorunlar ise özel sektör yatırım harcamalarının son yirmi yılda dünyada yaşanan gelişmelere paralel bir şekilde artmasını önlemiştir.

Türkiye'nin pek çok makro ekonomik sorununun temelinde iç tasarrufların yetersizliği gelmektedir. İç tasarrufların yetersizliği, ekonominin ihtiyaç duyduğu yatırımların finansmanında dışa bağımlılık yaratmaktadır. Dış finansman sağlamanın en kolay yolu dış borç ise de, en tercih edilen yöntem kamu maliyesine ek yük getirmemesinden dolayı doğrudan yabancı yatırımlardır. Ancak bu imkanlardan yeterli ölçüde faydalandığını söylemek mümkün değildir.

Bilindiği üzere ülkemizin doğrudan yabancı yatırımları çekmekte karşılaştığı en büyük sorun, ekonomik istikrarsızlıklar yanında önemli oranlara ulaşan kayıt dışı ekonomi, ağır işleyen bürokrasi, yüksek vergi oranları da sayılabilir. Ekonomik istikrarın sağlanması, özel sektör kuruluşlarımızın yabancı firmalarla stratejik ortaklıklar kurmalarının önündeki en büyük sorunu ortadan kaldıracaktır.

A.2. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

a. Dünyada Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Gelişmekte olan ülkelere sermaye akışının hızlanmasında, üretimi pazara yaklaştırma ve üretim girdilerinin daha ucuz olduğu bölgelerde üretim yapma amaçlı transplantasyon yatırımlarının da etkisi olmuştur. Ülke riskinin önemi ise, yatırım

yapılacak ülkenin seçimini belirleyen önemli bir diğer faktördür. Geçmiş tecrübeler, hem uluslar arası yatırımcıları hem de akademik çevreleri risk analizlerine yöneltmiştir. Ancak, uluslar arası şirket-risk faktörü üzerine yapılan çalışmalar, getiri oranının düzeyi yeterli olduğunda, uluslar arası şirketlerin riskten kaçmadığına işaret etmektedir. Yabancı yatırımcıyı motive eden diğer faktörler ise, taşımacılık, enerji, iletişim ve sanayileşmede ulaşılan aşama gibi altyapı kalitesidir.

b. Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

Yürürlükteki mevzuat çerçevesinde(4875 sayılı yasa);

- Yabancı yatırımcılar, Türk yatırımcılar ile aynı hak ve sorumluluklara sahiptir.
- Yabancı ortak payına ait kısıtlama bulunmamaktadır.
- Yabancı sermaye olarak getirilen dövizler, Türk Lirasına çevrilmeden döviz tevdiat hesabında tutulabilmektedir.
- Kar payı, isim hakkı, tasfiye payı, v.b. gibi kazançlar serbestçe ülke dışına transfer edilebilmektedir.
- Yabancı yatırımcı ihtiyaç duyduğu yabancı personeli istihdam edebilmektedir.
- Lisans, know-how, teknik yardım ve yönetim anlaşmalarının onay mecburiyeti kaldırılmış olup, tescil yaptırılması yeterli görülmektedir.
- Dış kredi anlaşmalarının onay zorunluluğu bulunmamaktadır.

c. Sorunlar

Yabancı yatırım hedeflerine ulaşamamanın ve sermaye çıkışının temelinde ülkede yaşanan siyasal ve ekonomik istikrarsızlığın rolü önemlidir. Son yirmi yılda hükümetlerin ömrü ortalama 18 ay olmuştur. Alınan ekonomik kararların tam olarak uygulanmaması, sık sık değişikliğe uğraması, yatırımcının geleceği görmesine ve uzun

vadeli plan yapmasına engel olmakta, sürekli ve tahmin edilebilir bir politikanın eksikliği potansiyel yatırımcıların endişelerini artırmaktadır.

- Yirmi yılı aşkın bir süredir yüksek enflasyon ortamında yaşayan Türkiye’de, hesaplarını Türk Lirasının yanı sıra yabancı parayla da izleyen yabancı yatırımcılar, enflasyonun yıkıcı etkilerini daha fazla hissetmekte, getirilen sermaye kısa sürede aşınmaktadır. Enflasyona rağmen enflasyon muhasebesinin uygulanamaması, enflasyondan arındırılmış kârlar yerine, enflasyon sebebiyle aşırı ölçüde şişmiş kârların vergilendirilmesi caydırıcı olmaktadır.

- Bugüne kadar yeterli özelleştirmenin yapılamamış olması ve yap-işlet-devret ve/veya yap-işlet modellerinin uygulamaya konulmasındaki gecikme, yabancı yatırım girişini olumsuz yönde etkilemiştir.

- Hukuk sisteminin ve adalet mekanizmasının işleyişindeki aksaklıklar (sistemin yavaş işleyişi), ihtisas mahkemelerinin olmaması (özellikle fikri mülkiyet hakları konusunda), TBMM tarafından çıkarılan yasaların etkin bir şekilde uygulanmaması, yabancı yatırımcı için caydırıcı unsurları oluşturmuştur. Fikri haklar konusunda yaşanan olumlu gelişmelere rağmen, Türkiye’nin bu konuda uluslararası standartların oldukça gerisinde bulunması da, doğrudan yabancı yatırımları olumsuz yönde etkilemektedir.

- Türk bürokrasisi, yabancı yatırımcılarca, Avrupa’nın en az etkin bürokrasisi olarak değerlendirilmektedir. Alınacak bir izin için şirketle alakalı çok sayıda noter onaylı evrak tercüme edilmiş bir şekilde istenmekte, daha sonrası süreçte de tahmin edilemez gelişmeler ortaya çıkabilmekte, prosedür beklenmedik bir şekilde değişebilmektedir. Ayrıca merkezi idarenin izin verdiği bir yatırıma, yerel idare izin vermeyebilmektedir. Bürokratik engeller konusunda Türkiye’den daha kötü durumda olan Merkezi Doğu Avrupa Ülkeleri bile bu hususta çok mesafe kat etmişken, Türkiye’nin ancak 2002 yılının başlarında bu husustaki olumsuzlukları ortadan kaldırmaya yönelik düzenlemelere ihtiyaç duyması gecikmiş, ancak, olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

- Kayıt dışı ekonominin varlığı da yabancı yatırımcı için bir sorundur. Kayıt altında üretim yapan yabancı yatırımcı, vergisini dahi ödemeyen yerli firmalar

karşısında haksız rekabetle karşı karşıya kalmakta, böylece piyasa payını ve müşterilerini kaybetmektedir.

- Türkiye’de faaliyet gösteren uluslar arası şirketlerin bir sorunu da vergi konusunda yaşanmaktadır. Bu şirketler çifte vergileme sorunu ile karşı karşıyadır. Ayrıca şirketin ana merkezi tarafından yapılan ve bağımsız denetim şirketlerince denetlenmekte olan planlama, muhasebe, yatırım, organizasyon, yönetim, ar-ge masrafları da vergiden düşülememektedir.

d. Avantajlar

Türkiye, Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya’nın arasında köprü konumunda olan ve geniş iç pazara, kalifiye ve gelişmiş ülkelere kıyasla düşük maliyetli iş gücüne sahip bir ülkedir. Başarılı yönetici bulunabilirliği sıralamasında dünyada 8’inci sıradadır. Türkiye, dinamik ve birçok OECD ülkesi ile karşılaştırıldığında büyüme potansiyeli yüksek olan bir ülke konumundadır. Dünya Ticaret Örgütü göstergelerine göre Türkiye, dünya ticaretinde en dinamik 20 ülke arasında yer almaktadır. Haberleşme ve diğer altyapı hizmetleri, yatırımcıların ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeydedir. Özelleştirme programı uygulamasının ivme kazanması da doğrudan yabancı yatırım girişini hızlandıracaktır. Uluslar arası tahkime ilişkin yasal düzenlemelerin yapılmış olması, enerji ve diğer altyapı sektörlerinde özel sektörün de yatırım yapmasına olanak tanınması, yabancı yatırım girişlerini özendircektir. Ekonomik ve sosyal reformlar sonucunda ulaşılabilecek makroekonomik istikrar, yabancı yatırımcıların beklentilerini olumlu yönde etkileyecektir.

3. Verimlilik

Dış ticaret artışını etkileyen faktörlerden biri de “verimlilik”dir. *Verimlilik ile üretim* arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Verimlilik artışı üretimi, üretim artışı da ihracatı artıran temel unsurdur. Bu etki sadece doğrudan, ihraç edilecek mal miktarının artmasıyla değil, dolaylı olarak da, fiyatların düşmesi ve böylece rekabet gücü artışıyla da sağlanır.

Verimlilik, bir ülkenin, kaynaklarını üretime yönlendirirken üretim faktörlerini (girdi) ne kadar iyi değerlendirdiğini gösteren bir orandır. Bu yönüyle kaynak dağılımıyla ilişkilidir.

Verimlilik girdilerin çıktılara oranı olarak ölçülebilir. Günümüzde bilgi ve teknoloji, en önemli üretim faktörleri haline gelmiştir. Sektörlerin katma değer oranı ve ödemeler dengesine katkısı da farklı olmaktadır.

Tarım üretiminde en önemli girdilerin başında toprak ve teknoloji gelmektedir. Her ikisinde de verimlilik artışının sağlanabilmesi çok kolay olmamaktadır. Ayrıca Türkiye'nin tarım/işlenmiş tarım ürünlerinden en fazla ihraç ettiği; fındık, kuru kayısı, kuru incir, kuru üzüm, domates salçası, bakliyat, tütün gibi mallarda, dünya pazarındaki payı çok büyüktür. Doygunluğa ulaşmış bir pazarda ihracat artışının sağlanabilmesi, arzın artırılmasıyla ya da fiyatların düşürülmesiyle bile başarılamayabilir.

İmalat sanayii ürünleri ihracatının artırılabilmesinde ise verimlilik önemli bir araç olarak kullanılabilir. Türkiye'de imalat sanayiinde çıktı/girdi kriterine göre, gemi ve hava taşıtları, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri, metalik olmayan diğer mineraller ile tıbbi aletler ve hassas optik aletler en verimli sektörlerdir. Olumlu bir gelişme olarak, "verimli" sektörlerin toplam imalat sanayii ihracatı içindeki payı artarken, ithalatı içindeki payı gerilemektedir.

Verimlilikle fiyatlar arasında ters bir ilişki söz konusudur. Verimlilik artışı maliyetleri düşürür, maliyet düşüşleri ise fiyatları aşağı çeker. Türkiye'de birçok sektörde enerji ve sermaye (finansman) maliyetleri dünya ortalamasına göre daha yüksektir.

Fiyatlar genel düzeyinin istikrarlı olduğu bir ekonomide belli mal gruplarında görülen fiyat artışları, o mal gruplarında yaşanan kıtlığa işaret eden sinyaller olma özelliği taşırlar. Fakat enflasyon oranı arttıkça belli mal gruplarında görülen fiyat artışlarının içerdiği sinyaller gitgide kaybolur. Böyle bir ortamda belli mal gruplarındaki fiyat artışları, o mallarda görülen kıtlığı gösteren fiyat artışları olmak yerine genel fiyat seviyesini yakalamaya yönelik artışlar olabilir. Bu durumlarda, ekonomik birimler fiyat hareketlerini izleyerek üretim ve yatırım miktarını belirlerler.

Enflasyon oranının yüksek ve dalgalı, fiyatların oluşumunda piyasa dışı faktörlerin etkili olduğu bir ortamda, ekonomik birimlerin fiyat tahminleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Göreli fiyat hareketlerinin bilgi aktarma özelliğinin yok olması ile ekonomik etkinlik azalmakta ve büyüme ile kaynak dağılımı olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu durum sonucunda ekonomide verimlilik düşmektedir.

Belirsizliklerin artması yatırım harcamalarının seviyesini de düşürmektedir. Enflasyon ortamında finansal hizmetlerin getirisi diğer sektörlerin getirisinden daha fazla olacağına, üretim ve AR-GE faaliyetlerinden mali sektörlere kaynak ve işgücü akacaktır. Böylece toplam faktör verimliliği enflasyonun artışıyla birlikte düşecektir.

Son olarak, bir ülkede kayıt dışı ekonominin payının yüksek olması –doğruluk oranı tartışılabilir-, o ekonomide verimliliğin düşük ve vergisini ödeyen girişimci için haksız rekabetin olması demektir. Bu nedenle yukarıda bahsedildiği gibi kaynakların etkin dağıtılarak daha fazla katma değer yaratmaya çalışılması kadar, yaratılan ancak kayıt altına alınamayan faaliyetlerin tespit edilerek vergilendirilmesi, hem ülke, hem de vergisini dürüstçe ödeyen vatandaşlarca önemlidir.

4. Enerji

- Enerji Üretim ve Maliyet Problemi

Sahip olduğu doğal kaynaklar açısından zengin olmayan Türkiye’de, mevcut enerji kaynaklarının kalkınma için gerekli olan ölçüde ve kalitede enerjinin sağlanmasında yetersiz kalması, Türkiye'nin bu alanda yüzde 65 oranında dışa bağımlı olması sonucunu doğurmuştur. Ekonomik büyüme ve artan talebe bağlı olarak bu bağımlılığın 2020 yılında yüzde 75'ler seviyesine yükseleceği öngörülmektedir. Buna karşılık, Orta Asya ve Ortadoğu ülkelerindeki zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarının Batı Pazarlarına taşınmasında önemli bir koridor olması Türkiye için büyük bir avantaj teşkil etmektedir.

Türkiye'de enerji sektöründe yapılanma, kalkınma planlarında öngörüldüğü şekilde yürütülememiş, enerji yatırımlarında yaşanan istikrarsızlıklara bağlı olarak bazı

dönemlerde atıl üretim kapasitesi, bazı dönemlerde ise önemli enerji açıklarıyla karşılaşmıştır.

Tarife oluşumunda rekabetçi bir ortam yaratılamamış olması sebebiyle sanayi ve genel ekonomiyi olumsuz bir şekilde etkileyen yüksek enerji maliyetleri ortaya çıkmıştır.

Elektrik enerjisi üretim sistemindeki yetersizlikler yanında, iletim ve dağıtım sisteminde yaşanan sorunlar yüksek enerji kayıp ve kaçaklarına neden olmuştur. 1999 yılında dağıtım sistemlerindeki kayıp ve kaçaklar yüzde 20'ye ulaşmış olup kaçak elektrik tüketimi, Güney Doğu ve Doğu Anadolu Bölgelerinde yüzde 60'lara yükselmiştir. Bu kaçakların yüklediği ilave maliyetin fiyatlara yansıtılması ise vatandaşları yoksullaştırırken sanayicinin rekabet gücünü kaybetmesine sebep olmaktadır.

2020 yılında toplam enerji talebinin yaklaşık 300 Mtep olacağı ve sanayi sektörü enerji ihtiyacının 2000 yılına göre yaklaşık 4,5 kat artacağı dikkate alındığında; uzun dönemli bir planlama ile kaliteli, sürekli, ucuz, yenilenebilir ve güvenilir kaynaklardan enerji temini, sürdürülebilir bir kalkınma için büyük önem taşımaktadır.

- Alınması Gereken Tedbirler

- Enerji ihtiyacının karşılanmasında üretim planlamasının talebin yoğun olduğu bölgelere yönelik olarak yapılması.
- Organize sanayi bölgeleri gibi enerji tüketiminin yoğun olduğu bölgelerde, sanayicilerin ihtiyaç duyduğu enerjiyi üretebilecekleri oto-produktör tesislerinin yaygınlaştırılması.
- Henüz etkin bir şekilde faydalanılmayan yeni ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kısa sürede devreye sokulması.
- Enerji arzında artan ithalat bağımlılığı ve Türkiye'nin bölgesel avantajı göz önünde bulundurularak kaynak çeşitlendirilmesi.

- Enerji yatırımlarında yabancı sermaye girişinin sağlanması ve özelleştirme faaliyetlerine hız verilmesi.
- Enerji üretimi, iletimi ve dağıtımında kayıpların en aza indirilerek verimliliğin artırılmasına yönelik iyileştirme programlarına öncelik verilmesi.
- Enerjide önemli maliyet unsuru oluşturan çevresel sorunların giderilebilmesini teminen AR-GE çalışmalarına önem verilmesi.
- Başta elektrik ve doğal gaz olmak üzere enerji kaynaklarında üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda; etkin, verimli, rekabete açık, şeffaf, tüketici haklarının korunmasını sağlayan bir piyasanın oluşturulması sürecine hız kazandırılması.

5. Serbest Bölgelerin Kısa ve Orta Vadeli Sorunları

AB'ye tam üyelik nihai amacına yönelik olarak taraflar arasında Gümrük Birliğini tesis eden 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca, Türk gümrük mevzuatının AB gümrük mevzuatına uyum yükümlülüğü çerçevesinde hazırlanan 4458 sayılı Gümrük Kanununun serbest bölgelere ilişkin hükümleri, AB'deki serbest bölge sistemine ilişkin düzenlemeler içeren AB Gümrük Kodunun ilgili bölümünden uyarlanmıştır. Ancak, yürürlükteki serbest bölgeler mevzuatı hükümleri ile serbest bölgeleri Türkiye gümrük bölgesinin bir parçası olarak kabul eden 4458 sayılı Gümrük Kanunu hükümleri arasındaki çelişkiler, bölge içi denetim, stok kontrolleri ve malların tüketim ve kullanımına ilişkin olanlar başta olmak üzere, serbest bölge işlemlerinde ve Dış Ticaret Müsteşarlığı ile Gümrük Müsteşarlığının serbest bölgelerdeki idareleri arasında önemli sorunlar yaşanmasına yol açmaktadır.

6. Kurumsal-Yapısal Sorunlar ve Kamu İdaresinin Durumu

Önümüzdeki çeyrek yüzyılda Türkiye ekonomisinin güçlenmesi için değişen şartlara uygun, gerekli kamu alt yapısının oluşturulması ve kamu idaresinin yeniden yapılanması bir zorunluluk haline gelmiştir.

Diğer taraftan, Türkiye'nin tam üyeliğe aday olduğu AB'ce de kabul gördüğü üzere, devlet, kamu hizmetlerini icra etmek yerine, düzenleyici ve denetleyici bir otorite olmalıdır.

Etkin ve verimli bir devlet yönetimi için kurumlar arasında yaşanan ve genellikle görev-yetki çatışmasından doğan kaçınılmaz gerilimleri en aza indirecek, uygulanabilir, toparlayıcı ve etkin bir mekanizma meydana getirilmelidir.

7. Dış Ticaretin Kurumsal Etkinliği

Dış ticaret politikalarının başarısı ve etkinliği için, bu politikayı uygulayacak kurum ve kuruluşların, hem kendi içlerinde hem de birbirleri ile uyumlu çalışması temel bir şarttır.

Kamu yönetiminde politikaların belirlenmesi ve etkin bir şekilde uygulanabilmesi için ilgili kamu hizmetini yürüten kurumun etkinliği ve sürekliliği en önemli faktörlerdir. Bir kurum oluşturulurken belli alandaki hizmetlerin tek çatı altında toplanarak kurumlar arasındaki yetki çatışmasının en aza indirilmesi, yetki kesişmelerinin olduğu alanlarda ise etkili bir koordinasyon mekanizmasının oluşturulması gerekmektedir.

Dış ticaret politikasının, ithalat ve ihracat politikalarının birbirinden ayrılarak sürdürülmesine son verilerek, sektörel bazda ve dış ticaretin uluslararası özelliği de dikkate alınarak ülke/bölge bazında olmak üzere, ikili bir yapılanmaya tâbi tutulması yerinde olacaktır. Ayrıca, ülkenin uzun vadeli dış ticaret stratejisinin belirlenmesinde ve geleceğe ilişkin temel kararların alınmasında danışmanlık hizmeti ifa etmek üzere, sektör ve ülke birimleri ile yurt dışı temsilciliklerde tecrübe kazanmış meslek memurlarının yer aldığı kurum amirine bağlı bir birim oluşturulabilir. Bu tür bir yapılanma kurum içi koordinasyon eksikliğini büyük ölçüde ortadan kaldıracaktır.

Üniversitelerin ilgili bölümlerinin en nitelikli mezunlarını kuruma kazandırmak ve meslek personelinin sahip olduğu nitelikleri çalışırken daha da geliştirebilmelerini sağlamak amacıyla, insan kaynakları planlaması yapılmalıdır. Kurumun ihtiyaçları doğrultusunda akademik çalışma ve farklı diller öğrenme imkanları geliştirilmelidir.

Kurum kültürünü yerleştirmek üzere, meslek personelinin yol haritası niteliğindeki kariyer ve liyakat ilkeleri belirli kriterlere bağlanmalı ve bu kriterler taviz verilmeksizin uygulanmalıdır.

Dış Ticaret Müsteşarlığının yurt içinde ihracatçılara bilgi ve lojistik destek sağlanmasından, yurt dışı pazarlara girişin kolaylaştırılmasına, ikili ya da çok taraflı ticaret müzakerelerinin yürütülmesine kadar uzanan kapsamlı bir görev sahası bulunmaktadır. İcracı birim olan Dış Ticaret Müsteşarlığı ile Dışişleri, Maliye, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları, Devlet Planlama Teşkilatı, Hazine ve Gümrük Müsteşarlıkları ve Eximbank gibi çeşitli nedenlerle dış ticaret ile ilgili hususlarda rol alan kuruluşlar arasında eşgüdüm giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Dış Ticaret Müsteşarlığının yurt dışı ticaret müşavirliklerinin daha etkin bir yapıya kavuşturulması gerekmektedir. Yurt dışındaki her bir büyükelçi, meslek memuru, Hazine, Dış Ticaret, Maliye, Planlama, Çalışma ve Turizm Bakanlığı temsilcileri arasında koordinasyonu geliştirecek bir mekanizma oluşturulmalıdır.

Yurtdışı teşkilatlarının başarısı, öncelikle, personel, ekipman ve ödeneklerinin artırılmasının yanında karşılaştıkları sorunların aşılmasında çeşitli kuruluşlarla işbirliği yapılmasına da bağlı bulunmaktadır. Bu kuruluşların başında TOBB, İGEME ve İhracatçı Birlikleri gelmektedir. Özellikle İGEME ve İhracatçı Birlikleri son yıllardaki faaliyetleri çerçevesinde dış ilişkiler konusunda deneyim kazanmışlardır. Yurtdışı temsilcilikler, ilgili meslek kuruluşlarının madde sektör bazında sağlayacakları personel desteği ile tecrübeleri ve görev yaptıkları ülkede diplomatik sıfatla çalışmanın avantajlarını kullanarak, daha başarılı sonuçlar ortaya koyabileceklerdir.

Yukarıda belirtilenler çerçevesinde, dış temsilcilikler bulunduğu ülkelere ilk aşamada dış ticarete ilk 25 sırada yer alanlardan başlamak üzere, ticaret müşavirlikleri ya da ticaret ataşeliklerine bağlı olarak çalışacak “Ticaret Merkezleri” kurulabilir ve buralara TOBB, İGEME ve İhracatçı Birliklerinden sektör uzmanları gönderilebilir.

8. TÜRK DIŞ TİCARETİ ÜZERİNDE ETKİLİ OLACAK YAPISALLIKLAR

a. Küreselleşme

Dünya 21'inci yüzyıla çok önemli yapısal ve ekonomik bir dönüşüm süreci içinden geçerek girmektedir. Özellikle son on yıllık dönemde gözlenen ve günümüzde ekonomiler üzerindeki etkisini giderek artan oranda hissettiren bu sürecin odağında küreselleşme yer almaktadır. Özellikle son on yılda giderek hızlanan teknolojik devrim, toplumların iletişim, öğrenme ve bilgiye ulaşma yollarını önemli boyutlarda deęiŐtirmektedir.

Dünya ekonomisinde yaşanan değişmenin temel özelliği; bütün ülkelerin dünya pazarı ile bütünleşmesi, mal, hizmet ve sermaye hareketlerinin tamamen serbestleşmesi yönündeki eğilimlerin hız kazanmasıdır.

Günümüzde ekonomik gelişmenin kaynağı, fiziki sermayeden bilgiyi üretebilen ve işleyen işgücüne dönüşmüş; üretim sürecinde araştırma-geliştirme faaliyetleri verimliliğin temel belirleyicisi haline gelmiştir.

b. Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu

Üretimin küreselleŐmesi, çok uluslu şirketlerin dünya üretimi içinde paylarının giderek artması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Emeğin serbest dolaşımının sağlanamamasının dışında, diğer üretim faktörlerinin serbest dolaşımı konusunda giderek daha liberal bir ortam oluşmaktadır. Sınır ötesi sabit sermaye yatırımları hızla artmakta, üretim maliyetin en ucuz olduğu yerde gerçekleştirilmekte, fason imalatta artış kaydedilmektedir. Üretim ağları giderek daha çok ülkeyi kapsar hale gelmekte, bir mal ya da hizmetin üretiminin bir kısmı bir ülkede gerçekleşirken, diğer kısımları başka ülkelerde gerçekleşmektedir. Böylece, dünya üretim yapısı daha entegre hale gelmektedir.

Sermaye kârının maksimize edilmesi çabası, sermayenin, marjinal verimliliğin en yüksek olduğu bölgelere doğru kaymasına yol açmaktadır.

c. Küreselleşme, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketler

Doğrudan yabancı yatırımlar ihracat ve ithalatla da ilişkilidir. DYY'ler üretim kapasitesini ve dolayısıyla ihracat kapasitesini artırmaktadır.

Türkiye'nin yabancı sermaye girişini artıramaması ve özelleştirme sürecindeki gecikme, dış ticareti üzerinde de olumsuz etki yaratmıştır. AR-GE ve yüksek teknoloji yatırımların gecikmesine yol açmıştır.

d. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)

DTÖ Kurucu Anlaşması ekinde Türkiye aşağıdaki anlaşmalara taraf olmuştur:

- ✓ Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması 1994,
- ✓ Tarım Anlaşması,
- ✓ Bitki ve Hayvan Sağlığı Önlemleri Uygulama Anlaşması,
- ✓ Tekstil ve Giyim Anlaşması,
- ✓ Ticaretle Teknik Engeller Anlaşması,
- ✓ Ticaretle Bağlantılı Yatırım Tedbirleri Anlaşması,
- ✓ GATT 1994'ün VI. Maddesinin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma,
- ✓ GATT 1994'ün VII. Maddesinin Uygulanmasına İlişkin Anlaşma,
- ✓ Sevk Öncesi İnceleme Anlaşması,
- ✓ Menşe Kuralları Anlaşması,
- ✓ İthalat Lisansları Anlaşması,
- ✓ Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Önlemler Anlaşması,
- ✓ Korunma Önlemleri Anlaşması,

- ✓ Hizmet Ticareti Genel Anlaşması,
- ✓ Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması,
- ✓ Anlaşmazlıkların Halli Kural ve Yöntemleri Hakkındaki Mutabakat
- ✓ Ticaret Politikalarını Gözden Geçirme Mekanizması.

e. DTÖ Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşmasının 2005 Yılında Kotaları Kaldırmasının Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Üzerine Etkileri

Dünya mal ticaretinde yüzde 6'lar civarında bir paya sahip olan tekstil ve hazır giyim ürünleri üretimi, daha önceleri gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmış iken maliyet avantajından dolayı zamanla gelişmiş ülkelere, işçiliğin ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelere kaymıştır.

Üretimin giderek gelişmekte olan ülkelere kayması, gelişmiş ülkelerin kendi sanayilerini koruma gerekliliğini beraberinde getirmiş ve özellikle sosyal baskılardan dolayı bazı kısıtlayıcı tedbirler almalarını zorunlu kılmıştır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri bu özellikleri nedeniyle, tarım ürünleri gibi ayrı bir takım düzenlemelere tâbi tutulmuştur. İthalatçı ülkeler, yerli sanayilerini korumak adına ticarete en çok miktar yönünden kısıtlama getirmişlerdir.

Avrupa Birliği ülkelerine yoğunlaşmış olan Türkiye'nin ihracatı, pazar açısından son yıllarda biraz daha çeşitlenmişse de ABD ve Japonya gibi pazarlarda henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır.

Diğer taraftan, Gelişme Yolundaki Ülkelerin (GYÜ) önde gelen ihracat kalemlerinden birini oluşturan tekstil ürünlerinin, gelişmiş ülkelerdeki sanayiler üzerindeki olumsuz etkilerinin önlenmesi için bu ülkelere uygulanan tedbirler, önde gelen tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkeler arasında yer alan Türkiye'yi zor duruma düşürmüştür.

Kaliteli üretim için başta hammaddenin kaliteli olması gerekmektedir. Bu açıdan Türkiye avantajlı ülkelere birisi konumundadır. Ancak, bu avantajın bir dezavantaja

dönüşmemesi için kaliteli pamuk türlerinin araştırılması, pamukta kalitenin artırılması, gerek ekimde gerek hasatta yeni teknolojilerin kullanılarak üretim maliyetlerinin düşürülmesi gerekli görülmektedir.

Kaliteli, sürekli ve ucuz hammadde temini, nitelikli işgücü, işgücü ve teknoloji kullanımında verimlilik, pazara yakınlık ve hızlı üretim, hızlı teslimat, pazarlama ve dağıtım kanallarına doğrudan sahip olma, çevre ve insan sağlığına uygun üretim için gerekli teknolojik yenilikler, ürün kalite ve kompozisyonunu zenginleştirecek, birim üretim faaliyetlerinde tasarruf sağlayabilecek Ar-Ge faaliyetleri, sürekli eğitim, moda ve marka olgusu, satış sonrası hizmet ve elektronik ticarete uyum, 2005’den itibaren artan uluslararası rekabet karşısında ülkelerin rekabet üstünlüğünü belirleyecek unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye’nin tekstil sektöründeki mevcut emek maliyeti ile özellikle Çin, Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Tayland, Endonezya, Malezya, Sri Lanka ve hatta bazı Doğu Avrupa ülkeleri ile rekabet etmesi mümkün bulunmamaktadır. Bu itibarla, bu dezavantajı avantaja dönüştürebilecek tedbirlerin alınması gerekmektedir ki, bunun da başında işgücü veriminin eğitim ve yeni teknolojilerle artırılması gelmektedir.

Rekabette önemli unsurlardan birisi de pazara yakınlık olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye, önemli ithalatçı ülkelerden birisi olan AB pazarında, kaliteli hazır giyim üretimi, hammadde kaynakları nedeniyle Orta ve Doğu Avrupa ile Kuzey Afrika ülkelerine kıyasla göreceli bir avantaja, Uzak Doğu ülkelerine kıyasla bunlara ek olarak pazara yakınlık avantajına sahiptir. Ancak, ülkemiz, ABD ve Japonya gibi diğer iki büyük ithalatçı ülke grubuna olan coğrafi uzaklık nedeniyle de dezavantajlı konumdadır.

İthalatçı firmaların stoksuz çalışma ve depolama maliyetlerinden kurtulma yönündeki talepleri, üreticileri hızlı üretim ve zamanında teslimat, hatta doğrudan mağazalara teslimat yapma zorunda bırakacaktır. Bu itibarla firmaların şimdiden bu yönde çalışmalara başlayarak ithalatçı ülkelerde dağıtım organizasyonu yapmaları gerekmektedir. Hızlı teslimat açısından yol, liman ve havaalanı gibi firmaların

inisiyatifinde bulunmayan altyapı ihtiyaçlarının da üretimdeki artışa paralel olarak hızla geliştirilmesi ve modernleştirilmesi gerekmektedir.

Ambalajlama konusu da rekabette önem taşıyan unsurlar arasında yer almaktadır. Dünyada tekstil ve konfeksiyon arzının talepten fazla artacağı düşünüldüğünde, pazarlamanın önemi bir kat daha artacaktır. Bu anlamda, yurtdışı fuarlara katılım, yurtdışında ofis ve mağaza açılması, alıcıların yurtiçine davet edilmesi, tanıtım için web sayfası oluşturulması ve enformasyona ulaşım için internet gibi iletişim hizmetlerinden faydalanılması kaçınılmaz hale gelecektir.

Çevreye ve insan sağlığına uygun üretim için de firmaların zaman kaybetmeksizin gerekli yatırımları yapmaları gerekmektedir.

Özellikle 2005 sonrasında rekabet edebilmenin en güçlü yolunun marka yaratmaktan geçtiği bilinmelidir. Dünyanın önde gelen markalarına üretim yapabilen bir hazır giyim sektörüne sahip olan Türkiye, belli bir kaliteyi yakalamış durumdadır. Bu itibarla kademeli olarak fason üretimden, katma değeri yüksek markalı ürünlerin üretimine geçilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir.

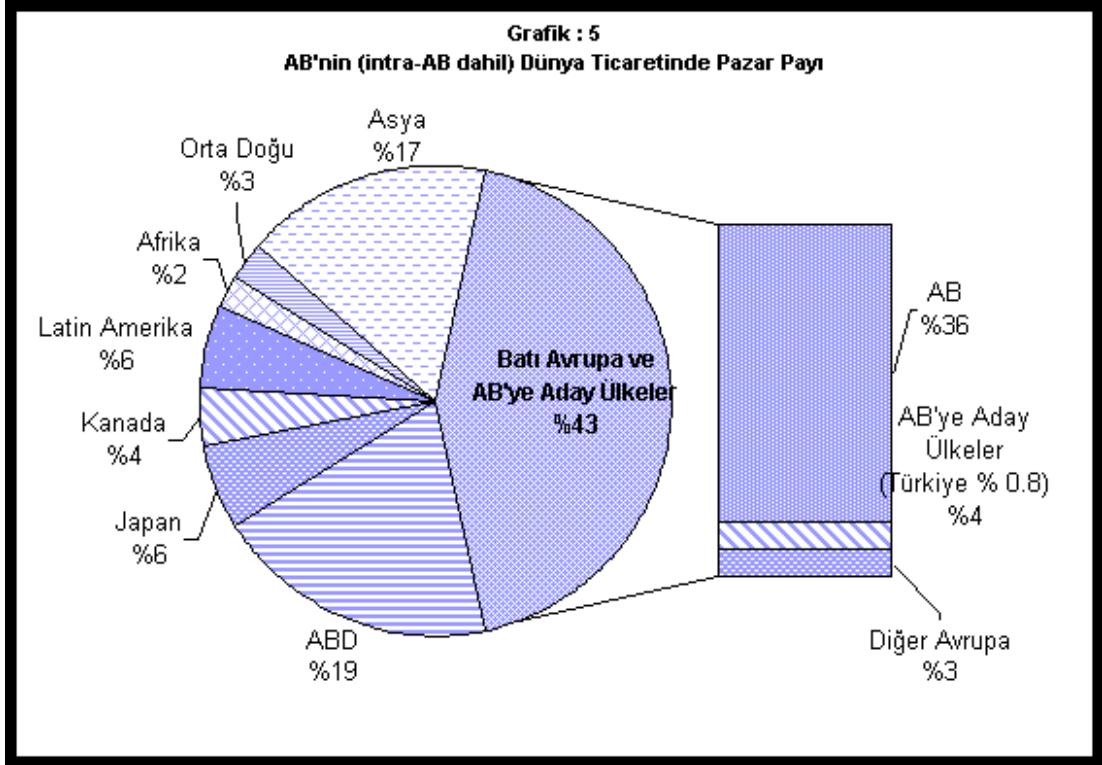
f. Gümrük Birliği

- Türkiye-AB Gümrük Birliği

Türkiye ile AB arasındaki 1963 yılında imzalanan Ankara Anlaşması ile başlayan ve tam üyelik perspektifini öngören ortaklık ilişkisi, süresi ve usulleri Ankara Anlaşması ile belirlenen ve ticari hükümleri 1971 yılında uygulamaya konulan gümrük birliği modeli üzerine inşa edilmiştir.

Gümrük birliği, ileri düzeyde bir entegrasyon için sağlam bir temel oluşturmaktadır. Gümrük birliği olmaksızın, ortak ticaret ve kalkınma, ortak tarım, ekonomik ve parasal politikaların uygulanması ve bunlara uyum sağlanması mümkün görülmemektedir.

Grafik 12:AB'nin Pazar payı

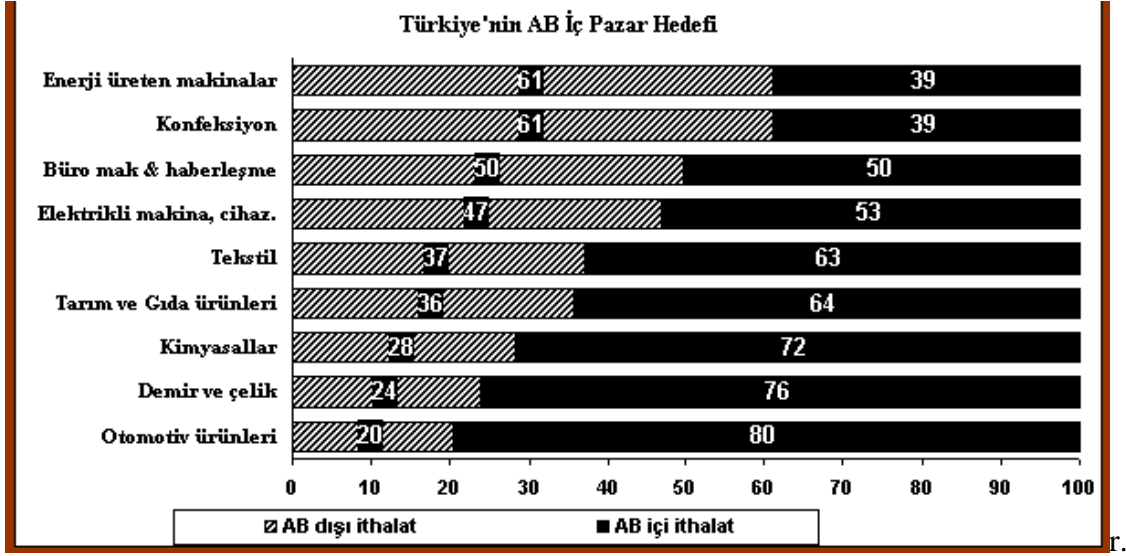


AB ve Türkiye birbirleri için sadece önemli pazarlar değil aynı zamanda istikrarlı pazarlardır. Türkiye ise, AB'nin en önemli beşinci pazarı konumundadır. Batı Avrupa pazarının büyüklüğü ve bu pazardaki yüksek satın alma gücüne sahip tüketici topluluğunun varlığı, coğrafi yakınlık, ortak yatırım potansiyeli ve Türkiye'deki yabancı yatırımlar içinde AB kökenli firmaların yoğunluğu bu istikrarın sağlanmasında önemli bir rol oynamıştır.

Türkiye'nin ithalatının yüzde 85-90'lık bölümünü yatırım ve ara malları oluşturmaktadır. Ancak, tüketim malları ithalatı gümrük birliği sonrası dönemde hızlı bir artış göstermiş, söz konusu mallarda ithalat giderek artmaktadır.

AB içi ticarete konu olan ürünler temel olarak yüksek teknolojiyle üretilen, daha yüksek kalitede, moda ve markaya dayalı ürünlerdir. Bu nedenle, Türkiye öncelikle, AB'nin ticari ve hukuki normlarını benimseyip, Topluluk sanayii ile bütünleşerek kendisine hedef olarak Topluluk-içi piyasadaki payını artırmayı seçmelidir. Topluluk içi ticaretin payının büyüklüğü, Türkiye için potansiyel pazarın büyüklüğünü de göstermektedir.

Grafik 13: Türkiye'nin AB iç Pazar hedefi



-AB'nin Ortak Dış Ticaret Politikası

Türkiye'nin temel stratejik yaklaşımı, AB ile mevcut ilişkisini çevresel ekonomik bütünleşme faktörlerini de dikkate alarak sürdürmesi şeklindedir. AB ile diğer Avrupa ülkeleri arasındaki tercihli ticaret anlaşmalarının gümrük birliği kararı kapsamında üstlenilmesi sonucunda toplam ticaretin yüzde 60'ının bu pazarlarda libere olması sağlanmıştır.

Türkiye'nin AB'nin ortak dış ticaret politikasının oluşturulması ve karar sürecine katılmayışı, gümrük birliğinin işleyişinde sorunlara yol açmaktadır. Bu sorunlar sadece Türkiye'nin ticaret politikalarını etkilemekle kalmayıp, Türkiye'nin üçüncü ülkelerle AB'ye paralel tercihli rejimler kuramaması sonucu ülkemizin mali kayıplara uğramasına da yol açabilmektedir.

-Tek Pazara Uyum

İster gümrük birliği, ister tam üyelik şeklindeki ilişki biçiminin Türkiye'ye sağlayacağı yararlar, sadece ticari imkanlar ve vergi kolaylıklarının ötesinde, sınır kontrollerinin kaldırılmasının getireceği ticaret kolaylığı, tarife dışı engeller şeklinde ortaya çıkan uygulamaların kaldırılması, ortak standartların benimsenmesinin malların serbest dolaşımına getireceği katkı, vergi mevzuatı uyumunun sağlayacağı mali ve pratik faydalar, büyük bir pazarda dağıtım ve pazarlama yapabilme imkanları, kurumsal

düzyeyde AB standartlarına yaklaşma, büyük bir pazarın üretim ve hammadde maliyet avantajlarından yararlanabilme imkanlarıdır.

- Gümrük Birliğinin Derinleştirilmesi

Türkiye'nin gelecekteki rekabet gücünün belirleyicisi, yeni teknolojilere yapılacak yatırımlar olacaktır. Türkiye için AB pazarında rekabet edebilmenin temel koşulu, "bilgi çağının" gereklerine uygun eğitim ve teknoloji alanlarına yönelik yatırımlar ile inovasyon ve girişimciliğin teşvik edilmesidir. Batı Avrupa gibi bir pazarda en önemli sermaye birikimi "bilimsel bilginin" kendisi ve paylaşılabilirliği olacaktır.

- Gümrük Birliğinin Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYY) Üzerindeki Etkisi

Türkiye'deki yabancı sermaye yatırımlarının yüzde 65'i AB kaynaklıdır. Bu oran aslında tüm dünya genelindeki yabancı sermaye akımına paralel bir yapı arz etmektedir.

Türkiye'nin yabancı sermaye yatırımları içerisindeki rakipleri, Latin Amerika veya Uzakdoğu ülkeleri değil, MDAÜ ve Kuzey Afrika ülkeleridir. Zira Türkiye için ana-yakın pazar Batı Avrupa'dır.

AB üyesi ülke şirketleri tarafından DYY için Türkiye bölge ülkeleri arasında Polonya'dan sonra en çok tercih edilen ülke olarak gösterilirken, birebir görüşülen ABD'li Çok Uluslu Şirket yetkilileri Türkiye'yi bölgedeki en uygun yatırım merkezi olarak görmektedir. Ancak, bu olumlu görüşler, Türkiye'nin özellikle AB'ye uzun vadeli tam üyelik perspektifi eksikliği nedeniyle, fiili yatırımlara dönüşmemektedir.

Avrupa ile bütünleşmiş, ticari konularda hukuki altyapısını evrensel düzeye yükseltmiş olan Türkiye'nin yabancı sermaye yatırımları açısından bir çekim merkezi haline gelmesi doğal olacaktır.

Tam üyelik perspektifinin veya karar alma sürecine katılımın mevcut olmadığı bir ortamda, Türkiye'nin AB'nin ortak dış ticaret politikasını tatbik edebilmesi uzun dönemde mümkün olamayacaktır.

Gümrük Birliği, temel olarak AB'ye tam üyelik yolunda tamamlanması öngörülen bir aşamadır.

Tam üyeliğe kadar geçecek süre içerisinde Türkiye'nin ODTP karar alma sürecine katılımına imkan tanınması ve Türk KOBİ'leri başta olmak üzere, işletmelerin Tek Pazar kapsamında rekabet edebilmeleri için gerekli mali desteğin Topluluktan temin edilmesidir.

9. TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİNİN YAPISAL ANALİZİ

a. TÜRKİYE'NİN DIŞ PAZARLARDA ((RCA) KULLANILARAK TESPİT EDİLEN) REKABET GÜCÜ YÜKSEK MALLARI

Türkiye'nin AB ülkelerine ihracatında karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü olan malların sektörel yapısına bakıldığında, ağırlığın yüzde 80 ile sanayi ürünlerinde olduğu görülmekte, özellikle “sebze ve meyveler”in ağırlıklı olduğu tarım ürünlerinin bunu takip ettiği gözlenmektedir. Sanayi ürünleri ise, daha çok “hazır giyim” ve “dokumacılık ürünleri” ağırlıklıdır. Bunun yanı sıra, Türkiye, dünya ticareti içindeki payı giderek artan “makine ve ulaşım araçları” içerisinde sadece renkli televizyonda son iki yılda uzmanlaşmış durumdadır.

Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkelerine ihracatta karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü olan ürünlerin bu ülkelerin toplam ithalatları içerisinde düşük oranlara sahip olması, Türkiye'nin ihracatının yapısal bozukluğunun göstergesidir.

Son 10 yılda Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkeleri pazarında karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü olan maddelerden, “dokumacılık” ve “sebze ve meyveler” ithalatının diğer AB ülkelerinin toplam ithalatları içerisindeki payı giderek azalmıştır.

Türkiye'nin ihracatında en başta gelen mal grubu olan dokuma sanayii ürünleri içerisinde yer alan dokunmuş hazır eşyanın (SITC:658) AB ülkelerine ihracatındaki

durumuna bakıldığında ise söz konusu malda Türkiye'nin ihracatının özellikle Almanya ve İngiltere üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu ürünlerde tüm ülkelere Türkiye'nin RCA katsayıları 1990 yılından bu yana artış göstermiştir. Buna karşılık bu ülkelerin dokunmuş hazır eşya ithalatlarının toplam ithalatları içindeki payı 1990 yılından bu yana çok fazla değişmemiştir.

Türkiye'nin tüm ihracatının yarıya yakınına gerçekleştirdiği AB ülkelerinin ithalatı içinde dokuma ve giyimin payı düşerken, Türkiye'nin bu ülkelere dokuma ve giyim ürünleri ihracatının artması, kısa vadede olumlu bir gelişme olarak değerlendirilse bile, uzun vadede, Türkiye'nin adeta çıkmaz bir sokakta ilerliyormuşçasına, AB ülkelerine dokuma ve giyim ürünleri ihracatında büyük gelişme olmayacağını işareti olmasındır.

AB pazarında Türkiye'nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerin, bu ülkelerin ithalatları içerisindeki payının giderek azalması, ihracatın daha da artırılabilmesi için, başka malların ihracatının geliştirilmesini gerektirmektedir.

Bu durum, Türkiye'nin Avrupa Birliğine ihracatının kırılgan bir yapıda olduğunu ispatlamaktadır. Avrupa Birliğinin ağırlıklı olarak, Türkiye'nin rekabet üstünlüğüne sahip olmadığı ürünlerde ithalatçı olması ve Türkiye'nin rekabet gücü yüksek mallarda gerçekleştirmekte olduğu ithalatının toplam ithalatları içerisindeki payının azalması, Türkiye'nin diğer mallarda rekabet gücünün artmasını sağlayacak önlemlerin alınmasını zorunlu kılmaktadır. Sınırlı sayıda malda pazara giriş, aşırı oranda sektörel bağımlılık yaratmaktadır.

AB ülkelerinde başarılı bir ihracat performansı yakalayabilmek için, özellikle Almanya'nın ithalatı içerisinde payı artan ve Türkiye'nin ihraç edebileceği ürünlerden olan, bilgi işlem makineleri elektrikli makineler, aksam ve parçaları ve mobilya üretimine yönelmesi gerekmektedir.

b. NAFTA⁸⁰

Türkiye'nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerin NAFTA'nın genel ithalatı içindeki payının yüzde 9,8 olduğu görülmektedir. Diğer taraftan Türkiye'nin bu ürünlerden NAFTA'ya yaptığı ihracat, NAFTA'ya toplam ihracatının yüzde 73,3'ünü oluşturmaktadır. Bu farkın açılması, Türkiye'nin NAFTA bölgesinde, örneğin AB bölgesine göre, daha az malda karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü olduğunu göstermektedir.

c. Orta Doğu

Ortadoğu'da rekabet gücü yüksek mallar ülkelere göre farklılık göstermekle birlikte, birçok Ortadoğu ülkesinde kakaosuz şeker mamulleri ve çikolatalı gıda ihracatında rekabet gücü kazanılmıştır.

d. Kuzey Afrika

Türkiye'nin Kuzey Afrika ülkelerine ihraç ettiği malların başlıkları hazır giyim ile motosiklet ve bisiklette Türkiye rekabet gücüne sahip durumdadır. Bir diğer ifadeyle söz konusu ürünlerin ithalatı giderek artan bir oranda Türkiye'den karşılanmaktadır. Bir diğer RCA endeksi yüksek mal olarak otomobilde özellikle Mısır'a önemli oranda ihracat gerçekleştirilmektedir. Ancak son yıllarda otomobil pazarında Türkiye'nin payında azalma görülmüştür.

10. TÜRKİYE'DE YARATILAN KATMA DEĞERE GÖRE REKABET GÜCÜ YÜKSEK MALLAR

İhracat içinde önemli paya sahip sektörler bakıldığında, bunlar içinde üst sıralarda yer alanların yüksek oranlı katma değer oluşturamayan sektörler olduğu görülmektedir. Özellikle, ihracatta ilk iki sırayı alan “giyim eşyası (kürk hariç)” (ISIC:1810) ve “örme ürünler” (ISIC:1730) toplam ihracatın yaklaşık 1/4'ünü oluşturmaktadır. Bu sektörler içinde “giyim eşyası (kürk hariç)” (ISIC:1810) yaratılan katma değer sıralamasında 1,5 çıktı/girdi katsayısı ile 86'ncı sırada yer almaktadır. Yine

⁸⁰Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi: Bu anlaşmanın tarafları Kanada, ABD ve Meksika'dır

“örme ürünler” (ISIC:1730) 1,6 katsayı ile 64’üncü sıradadır. İhracatta ilk 25 mal grubu içinde ve yaratılan katma değerde ilk 25 arasında yer alan ürünler karşılaştırıldığında:

- “rafine edilmiş petrol ürünleri” (ISIC:2320)
- “cam ve cam ürünleri” (ISIC:2610)
- “çimento, kireç ve alçı” (ISIC:2694)
- “motorlu kara taşıtları ve parça ve aksesuarları” (ISIC:3430)

göze çarpmaktadır.

Diğer taraftan, ihracat içinde üçüncü sırada yer alan “demir-çelik sanayii” yaratılan katma değer sıralamasında 1,7’lik oran ile 57’inci sırada yer almaktadır. Yine “motorlu kara taşıtları imalatı” ihracat sıralamasında 5’inci olurken katma değer sıralamasında 99’uncudur. Bir diğer önemli ihracat sektörü olan “televizyon ve radyo alıcıları 1,4 katma değer oranı ile 91’inci sıradadır.

Sonuç olarak, 1998 yılı verileri kullanılarak yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, yüksek oranlı katma değer yaratan ürünlerden ziyade, Türkiye’nin ağırlıklı olarak düşük oranlı katma değer yaratan ürünler ihraç etmekte olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan yüksek oranlı katma değer yaratan sektörlerin yatırım teşviklerden yeteri kadar faydalanamadığı görülmektedir. “Kağıt ve kağıt ürünleri”, “makine imalatı”, “cam ve cam ürünleri” ve “mesleki bilimsel ölçme ve optik aletleri” yüksek oranlı katma değer yaratan sektörler arasında olmasına rağmen, bu sektörlerde yeteri ölçülerde teşvik talebi görülmemektedir.

Gerek yatırım teşviklerinden, gerekse dahilde işleme belgelerinden en çok pay alan sektörler girdi başına katma değeri düşük sektörler olarak ortaya çıkmaktadır.

Yapılan hesaplamalar neticesinde Türkiye’nin ihracatında ilk sırada yer alan sektörlerin girdi başına katma değer yaratmada aynı başarıyı gösteremedikleri tespit edilmiştir.

Bu gelişmeler ışığında, girdi başına katma değeri yüksek olan sektörlerde gelecek dönemlerde uzmanlaşmak için gerekli önlemlerin alınması ve bu sektörlerin yatırım için cazip hale getirilmesi zorunlu görülmektedir. Yüksek oranlı katma değer yaratan sektörlerde rekabet üstünlüğünü sağlayıcı altyapı oluşturularak, girdi başına yüksek katma değer yaratan sektörlerde üretimin artırılması, Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü artıracaktır.

11. ENDÜSTRİ İÇİ TİCARET

Endüstri içi ticaretin, daha çok gelişmişlik düzeyi birbirine yakın ülkeler arasında gerçekleşmektedir. Sanayi malları imalatında gelişmiş ülkeler ürün farklılaştırmasına gitmekte, bu durumda ürün yelpazesi genişlemektedir. Bunun sonucunda daha fazla uzmanlaşmaktadır. Ürünlerin bir kısmının ithali ya da tekrar ithal edilmek üzere diğer ülkeye ihracatı endüstri içi ticareti artırmaktadır. Ürün farklılaştırması ve ölçeğe göre artan getiri, endüstri içi uzmanlaşmayı geliştirmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu uzmanlaşma daha çok imalat sanayiinde yoğunlaşmıştır ve bunun getirdiği kazançlar endüstriler arası uzmanlaşmanın getirdiği kazançtan çok daha yüksek olmaktadır. Yapılan akademik çalışmalar endüstri içi uzmanlaşma sonucu ortaya çıkan endüstri içi ticaretle hem üreticilerin hem de tüketicilerin tatmin olduğunu ve ülke ekonomisinin gelişmesine yol açtığını göstermiştir. Bu tür uzmanlaşma yoluyla tüketicilerin daha zengin ve daha kaliteli mal yelpazesine ulaşabilmesi mümkün olabilmektedir.

12. TEKNOLOJİK YAPI İTİBARIYLA İHRACAT

Yıllar itibariyle yaşanan gelişmeler Türkiye'nin ihracatının yapısını dünya trendine çok yaklaştırmıştır.

Türkiye'nin ihracatının günümüzde yarısından çoğunu düşük teknoloji yoğun mallar oluşturmaktadır. Son yirmi yılda düşük teknoloji yoğun malların ihracat içindeki payı yüzde 20,9'dan yüzde 55,4'e yükselmiştir. Oysa dünyada bu tür malların payı az da olsa gerileyerek yüzde 20'lere düşmüştür. Düşük teknoloji yoğun mallar; genel olarak tekstil elyafi ve mamulleri, metal dışı mineral mamulleri, demir-çelik, hazır

deriler, giyim eşyaları, ayakkabılar, mobilyalar, seyahat eşyaları, fotoğraf sinema vb. alet ve cihazları, ısıtma ve aydınlatma cihazlarından oluşmaktadır.

Türkiye'nin ihraç ettiği mallar arasında yüksek teknoloji yoğun ürünler; en düşük paya sahiptir. Başlıca yüksek teknoloji ihtiva eden ürünler arasında ise, büro makinaları, elektrikli makinalar ve cihazlar (Örn: Radyo-tv, telefon telsiz vb. cihazlar, elektronik devreler, kablolar), dürbünler, teleskoplar, tıbbi cihaz ve eşyalar, vitaminler ve ilaçlar sayılabilir.

Düşük teknoloji yoğun mallarda ihracatın yoğunlaşmış olması, işgücü fazlası olan bir ekonomi için tabii bir durum olabilir. Bu yapıdaki bir ihracatın sürdürülebilirliği, ancak düşük teknoloji ürünleri ihraç eden diğer ülkelerin pazar paylarını ele geçirmekle sağlanabilir. Öte yandan yüksek teknoloji yoğun sektörlere sahip olduğunda, öğrenme-uygulama için harcanan çabaların getirisi, düşük teknoloji için harcanan çabaların getirisinden daha fazla olacaktır. Ayrıca teknolojik gelişmeleri takip edebilme yeterliliği de artacaktır. Düşük teknoloji yoğun ürünlerde rekabet, kalite ve markadan çok, fiyat ile sağlanabilir.²⁴ Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin büyük bir çoğunluğunun düşük teknoloji yoğun olması nedeniyle, vasıfsız emek yoğun ürünlerin ihracatında kalite ve marka yaratmak yerine fiyat avantajı sağlayacak düzenlemelere gidilmesi, ihracatın artırılması açısından daha gerçekçi olacaktır.

Türkiye'nin ihracatının yaklaşık yüzde yirmisi tek ülkeye (Almanya), yarısı da altı ülkeye yapılmaktadır. Sektörler arasında belirli ülkelerde yoğunlaşma açısından bir farklılık olup olmadığına bakılmak üzere, (ISIC-Rev.3) dört haneli sektörler itibarıyla ihracatta ilk dört ülkenin payı (ihracat-ülke CR4) hesaplanmış ve bu oranın yüzde 30 ile yüzde 100 arasında değiştiği belirlenmiştir. Örneğin, önde gelen ihracat sektörlerinden demir çelik sektöründe ilk dört ülkeye yapılan ihracat toplam ihracatın yüzde 30'ları civarındayken, tekstil ve hazır giyim sektöründe daha az sayıda ülkeye yoğunlaştığı, ihracatın yaklaşık yüzde 70'inin sırasıyla Almanya, ABD, İngiltere ve Fransa'ya yaptığı görülmektedir.

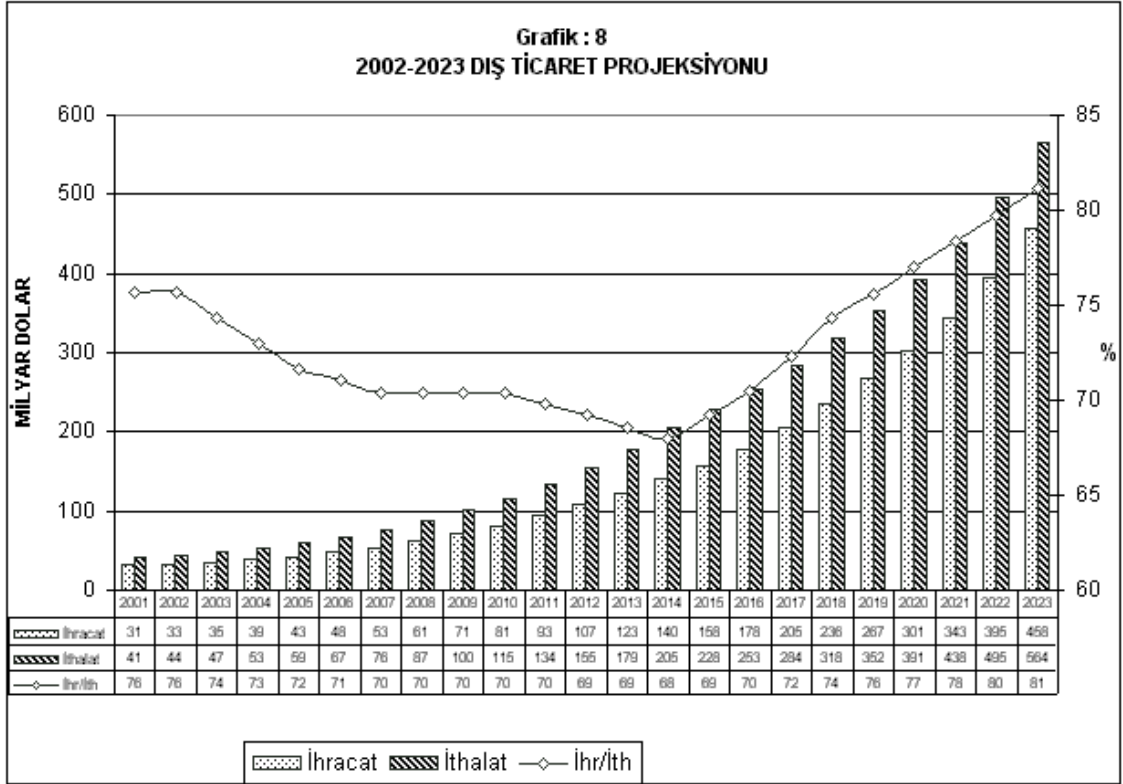
13. TÜRKİYE’NİN UZUN DÖNEMLİ BÜYÜME, İTHALAT VE İHRACAT PERFORMANSI

Türkiye’nin ihracatında katma değeri yüksek ürünlerin payında son yıllarda görülen tedrici artışın belirgin bir hal alması ve genel ihracat içindeki payı yüzde 30 olan orta ve yüksek teknoloji yoğun malların ihracat içindeki payının yüzde 50’nin üzerine çıkması beklenmektedir.

Diğer taraftan 2010 ve sonrasında Türkiye’nin AB ile muhtemel olan bütünleşmesinin, AB içi ticaretten daha büyük ölçüde pay alınmasının yanında üçüncü ülke pazarlarında rekabet gücümüzün artmasında etkili olacağı öngörülmektedir. Bu kapsamda yabancı yatırımların girişinin hızlanması, Türkiye’nin üretim kapasitesinin artması ve ürün kalitesinde iyileşme sağlanması değerlendirmede dikkate alınmıştır.

2000 yılında yaşanan ve etkileri hâlâ sürmekte olan ekonomik krizin sonuçları da göz önüne alınarak, dış ticaretin bir trend analizi yapılmıştır. Ekonominin önümüzdeki yirmi yıl içerisinde kaydedeceği gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, yıllık ortalama yüzde 5-6 büyüme oranıyla ihracatın yaklaşık 460 milyar, ithalatın ise yaklaşık 560 milyar dolar seviyelerinde olacağı tahmin edilmektedir. Dünya ekonomisinin de daha iyi bir gelişme göstereceği beklentisi içerisinde, mevcut politikalar ve teknolojik açıdan olumlu yönde değişeceği beklenen ekonomik yapıyla 2023 yılında dış ticaret açığının yaklaşık 100 milyar dolar olacağı beklenmektedir.

Grafik 14: Dış Ticaret Projeksiyonu



14.PAZARA GİRİŞ STRATEJİSİ

Pazara Giriş Stratejilerinin hayata geçirilmesi, iş dünyasına ve yatırımcılara uluslar arası ticarete karşılaşılan tarife dışı engelleri aşmada yardım edecektir. Bu strateji kapsamında, kısıtlayıcı yabancı piyasa düzenlemeleri, standartlar, testler, etiketleme ve sertifikasyon, kamu alımları, ihracat teşvikleri, fikri mülkiyet hakları yetersizliği, hizmet engelleri, yatırım engelleri, rüşvet ve yolsuzluk gibi tarife dışı engellerin kaldırılması amaçlanmaktadır. Ülkeler arasında imzalanan ticaret anlaşmalarının sağladığı pazara giriş imkanlarından tam olarak yararlanılabilmesi için, özellikle küçük ve orta ölçekli firmaların bu anlaşmaların hükümleri hakkında detaylı bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu bilgilerin firmalara yönelik olarak hazırlanması ve kullanıma sunulması Pazara Giriş Stratejisinin hedefi durumundadır. Verilen bu hizmet, iş dünyasının dünya pazarlarına girebilmesinde ve pazar paylarını artırabilmesinde hayati derecede öneme sahiptir.

Türkiye 1996 yılı başında Avrupa Birliği ile gümrük birliği sürecini tamamlamış ve AB'nin ortak dış ticaret politikasını benimsemiştir. Buna bağlı olarak da Avrupa Birliğinin serbest ticaret anlaşması yaptığı 12 ülke ve EFTA ile serbest ticaret anlaşması imzalanmış ve yürürlüğe koyulmuştur. Bu gelişmeler neticesinde üçüncü ülke pazarlarına giriş konusunda ihracatçılara yeni imkanlar sağlanmıştır.

Türkiye, bu süreçte gelişmiş ülke örneklerine paralel olarak, Türk ihracatçıların üçüncü ülke pazarlarında karşılaştıkları haksız ticari uygulamalar, pazara giriş engelleri, tarife dışı engeller ve idari zorluklar konusundaki şikayetleri değerlendirmek ve diğer ülkelerin yükümlülüklerinin yerine getirip getirmediğini izleyebilmek amacıyla 2000 yılı başında Pazara Giriş Projesi çalışmalarını başlatmıştır.

İhracatçıların üçüncü ülke pazarlarına girişlerini kolaylaştırmak amacıyla yürütülmekte olan projenin bir parçası olan pazara giriş veri tabanı ile bu enformasyonun, başta ihracatçılar olmak üzere bütün ilgili tarafların hizmetine sunulması hedeflenmektedir. Yürütülmekte olan pazara giriş projesi kapsamında temel olarak;

➤ Tarife dışı engel şeklinde uygulanan etiketleme, standart uygulamaları, bitki ve hayvan sağlığına ilişkin kurallar, dampainge karşı vergiler, miktar kısıtlamaları, Türkiye'nin taraf olduğu ikili ve çok taraflı anlaşmalara aykırı eylemler şeklinde ortaya çıkan pazara giriş engellerinin tespit edilmesi ve bunların ortadan kaldırılmasına dönük çalışmaların yapılması,

➤ Türk ihracatçılarının dış pazarlar konusunda detaylı olarak bilgilendirilmeleri, özellikle KOBİ'lerin dışa açılmalarının kolaylaştırılması amaçlanmaktadır.

Pazara giriş projesi ile uygulamaya konulan "Pazara Giriş Stratejisi"nin temel amacı, DTM ve onun yurtdışı temsilcilikleri ve bağlı kuruluşları vasıtasıyla, Türk işadamlarının üçüncü ülke pazarlarına girişte karşılaştıkları engelleri aşmalarında onlara teknik, diplomatik ve hukuki destek sağlamaktır. Bu amaçla, sayıları her geçen gün artan Ticaret Anlaşmaları ve çok taraflı ticaret müzakereleri sonucunda akdedilen anlaşmaların getirdiği imkanlardan azami ölçüde yararlanılması için, özellikle KOBİ düzeyindeki ihracatçı ve yatırımcıların bilgilendirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca,

Pazara Giriş Veri Tabanında, ülke raporları ve ticaret anlaşmalarının arşivinin de kurulması hedeflenmektedir.

Pazara Giriş Stratejisinin hayata geçirilmesi sonucu Türk ihracatçıların karşılaştıkları engellerin ortadan kaldırılması, diğer ülkelerin ithalat ve ihracat düzenlemeleri ve gümrük uygulamaları ile ilgili enformasyonun firmalara sunulması, ihracatçıların dış pazarlar konusunda daha kapsamlı olarak bilgilendirilmeleri, genel ihracat stratejisinin ana hedefi olması gereken sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması amacıyla hizmet etmektedir.

15. KALİTE ALTYAPISININ VE ÇEVREYE UYUMLU TEKNOLOJİLERİN GELİŞTİRİLMESİ

a. Sanayi Ürünleri

Kalite altyapısının geliştirilmesinin teşvik edilmesi konusunda seçici davranılması gerektiğidir. Çünkü, kalitenin, temel gerekleri sağlamanın ötesinde başka özellikleri de bulunmaktadır ve bu özellikler firmalara mikro düzeyde rakip firmalar karşısında karşılaştırmalı üstünlük kurmaları bağlamında avantaj sağlamaktadırlar. Mezkûr kalite bileşenlerinin gelişmesinin teşvik edilmesi yerine, bu unsurun firmaların tercihine bırakılması, kısıtlı kaynakların etkin kullanımını açısından daha uygun olacaktır.

Kalite altyapısının güçlendirilmesi, dış ticaret stratejisinin bir aracı olmaktan çok, genel sanayi stratejisinin bir aracı olma hüviyetini taşımaktadır.

Avrupa Birliği teknik müktesebatının Türkiye’de de benzer bir biçimde uygulanabilmesi için gerekli olan hukuksal altyapıyı 11.1.2002 tarihinde yürürlüğe giren 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun (Çerçeve Kanun) ile oluşturulmuş bulunmaktadır. Mezkûr Kanun ile birlikte, uyum yükümlülüğü bulunan diğer teknik mevzuat uyumunun tamamlanması halinde;

▪ AB'nin kabul ettiği test, muayene ve belgelendirme işlemleri Türkiye'de de yapılabileceğinden, AB ülkelerine ihraç edilecek ürünlerin maliyeti azalacak, bu da ürünlerin rekabet gücünü artıracaktır,

▪ İhraç ürünlerinin kalitesi ve güvenliği artacak ve dünya pazarlarında da rekabet gücü yükselecektir,

▪ Kaliteli ve güvenli üretilen ürünlerinin iç pazarda ithal ürünler karşısında rekabet gücü yükselecektir.

b. Tarım ürünleri

Türkiye'nin sahip olduğu zengin biyoçeşitlilik ve gen kaynağı, ekolojik tarım ve AB ile olan dış ticareti transgenik ürünlere hassas bir biçimde yaklaşım gerektirmektedir. TÜBİTAK koordinasyonunda yürütölen Ulusal Bio-güvenlik Kurulu kurulmuştur. Söz konusu Kurul, bio-teknoloji/gen mühendisliği alanındaki teknolojilerin Türkiye'de geliştirilmesinde ve ürünlerin dışarıdan getirilerek pazara sunulmasında, insan sağlığı ve çevre açısından oluşabilecek sonuçların tespit edilerek gerekli önlemlerin alınabilmesi için, bio-güvenlikle ilgili olarak ihtiyaç duyulan düzenlemeleri yapacak ve izleyecektir.

16. İTHALAT POLİTİKASI ARAÇLARI

a. Gümrük Vergileri

Genel olarak tarım sektörünün düşük fiyatlı ve sübvansiyonlu ithalata karşı korunmasını ve desteklenmesini teminen gümrük vergisi ve Toplu Konut Fonları; yerli üretimi iç piyasa ihtiyacını karşılayacak seviyede olan ve ihraç potansiyeli bulunan ürünler ile koruma ihtiyacı duyulan ürünlerde Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) tarife taahhütlerinin en üst seviyesinde uygulanırken, hammadde niteliğinde olan ya da yerli üretimi iç talebi karşılayacak düzeyde bulunmayan ürünlerde gıda güvencesinin de sağlanması amacıyla, Türkiye'nin DTÖ'ye verdiği tarife taahhütlerinin altında tespit edilmiş bulunmaktadır.

b. İthalatta Korunma Önlemleri Mevzuatı

Kota ve gözetim uygulamasında entegrasyon ve liberalizasyonlar AB uygulamasına paralel olarak uygulanmaktadır.

c. Ticaret Politikası Araçlarına (TPA) İlişkin Yapılanma Önerisi

Dünyada da TPA'ların giderek daha sık kullanılması yönünde bir eğilim vardır. Bu durum ihracat açısından ise bir tehdit oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, halen İthalat Genel Müdürlüğü bünyesinde bulunan dairelerce uygulanan TPA'ların daha etkin kullanılabilmesi ve ihracata karşı açılacak soruşturmalarda ülke menfaatlerinin aktif bir şekilde savunulması için Ticaret Politikası Araçları Genel Müdürlüğü'nün kurulması yerinde olacaktır.

d. Tarife Kontenjanları

Tarım ürünlerindeki kontenjan uygulaması, hem iç koşullara hem de uluslar arası yükümlülüklerle bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Mevsim ve iklim şartlarına geniş ölçüde bağımlı bulunan tarımsal üretimin, miktar ve kalite olarak yetersiz kaldığı durumlarda başvurulacak yollarından birisi tarife kontenjanı açılması olmaktadır. Tarife kontenjanlarının, gümrük vergilerinin indirilmesine kıyasla, ithalatın kontrolü, yönlendirilmesi, belirli miktarlarla sınırlandırılması ve izlenmesi gibi avantajları bulunmaktadır.

Sanayi ürünlerinde açılan genel tarife kontenjanları, hammadde ihtiyacının ucuz yoldan temini amacına yöneliktir.

e. Genelleştirilmiş Preferanslar Sistemi (GSP)

Bilindiği gibi, GSP kapsamında indirimli veya sıfır vergi ile hammadde ve ara girdi ithal eden Topluluk üreticileri, elde ettikleri maliyet avantajıyla Türkiye ve AB pazarında Türk üreticilerine karşı karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedir. Ayrıca, trafik sapması sonucunda da Türkiye'nin vergi kaybı da ortaya çıkabilmektedir.

Bu çerçevede bir taraftan gümrük birliğinden doğan yükümlülükler yerine getirilirken, diğer taraftan Türk sanayiinin düşük maliyetli hammadde ihtiyacının karşılanmasına imkân tanıyan GSP uygulamasına 2002 yılı İthalat Rejimi çerçevesinde başlanmıştır. Anılan sistem başlangıçta sanayi ürünlerinden yerli üretimi bulunmayan 2459 gümrük tarife istatistik pozisyonu için düzenlenmiş olup, ileride madde kapsamının, girdi ihtiyacı doğrultusunda artırılması öngörülmektedir.

17. İHRACAT POLİTİKASI ARAÇLARI

a. İhracata Yönelik Devlet Yardımları

Türkiye’de planlı dönemde ve özellikle de dışa açık büyüme modelinin benimsendiği 1980 sonrası dönemde, ihracatın teşvik edilebilmesi amacıyla, ihracata nakdi ödeme yapılması veya ihracatçıların kamu kurumları nezdindeki harcamalarının devlet tarafından karşılanmasını öngören değişik sistemler uygulanmıştır.

Ancak, Uruguay Round Nihai Senedi çerçevesinde imzalanan ve ülkemizin de taraf olduğu DTÖ’nün “Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Önlemler Anlaşması” uyarınca ihracata yönelik sübvansiyon verilmesinin yasaklanmış olması ve Türkiye ile AB arasındaki gümrük birliğinin kurulmasına ilişkin 6 Mart 1995 tarih ve 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararında belirtilen yükümlülükler nedeniyle, ihracatın gerçekleştirilmesini müteakip yapılan direkt parasal ödeme şeklindeki “ihracat performansına dayalı sübvansiyonlar” 1994 yılı sonunda yürürlükten kaldırılmıştır.

Diğer taraftan, gerek 1996-2000 yılını kapsayan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında ve gerekse 2001-2005 yılını kapsayan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, ihracat artışına süreklilik kazandırılabilmesi için, uluslararası yükümlülüklere aykırı olmayan Ar-Ge, çevre koruma, bölgesel kalkınma amaçlı sübvansiyonların etkin bir şekilde kullanımının sağlanacağı, ayrıca, tanıtıma yönelik faaliyetler ile “Türk” markasının uluslararası kullanımının teşvikine önem verileceği ifade edilmektedir.

Yukarıda belirtilen Kalkınma Planlarında yer alan hedefler çerçevesinde ve Bakanlar Kurulunun 27.12.1994 tarih ve 94/6401 sayılı Kararınının 4’üncü maddesinin verdiği yetkiye dayanılarak aşağıda belirtilen Devlet Yardımları yürürlüğe konulmuştur.

Söz konusu yardımlara ilişkin Tebliğler, Türkiye'nin taraf olduğu bu iki önemli anlaşmanın öngördüğü kurallara uygun olarak yürütülmekte ve günün koşullarına göre revize edilmektedir.

1. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarları Yardımı
2. Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım Yardımı
3. Pazar Araştırması Yardımı
4. Eğitim Yardımı
5. İstihdam Yardımı
6. Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Tescil Yardımı
7. AR-GE Yardımı
8. Yurtdışında Ofis, Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Yardımı
9. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
10. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Tanıtımı ve Tutundurulması ile Türk Malı İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi

Ayrıca, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Türk ürünlerinin uluslararası pazarlarda sahip olduğu imajı iyileştirebilmek ve bu pazarlarda tutunabilmelerini sağlamak üzere, sadece belli kriterlere uyan Türk mallarına verilmesi öngörülen bir sembolün oluşturulmasını teminen çalışmalar başlatmış, bu çalışmaların sonucunda ise “**Turquality**” kavramı ortaya çıkmıştır.

25.03.2000 tarih ve 24000 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren Turquality Tebliği ile kaliteden ödün vermemiş ve dış pazarlarda yer edinmiş firmalara söz konusu ibarenin kullanılması ve böylece ürün imajı ile birlikte ülke imajının da ön plana çıkarılması hedeflenmiştir.

Bu çerçevede, Türk ürünlerinin uluslararası pazarlarda sahip olduğu imajı iyileştirebilmek amacıyla, ilk etapta ihracatın yüzde 40'ını oluşturan tekstil ve konfeksiyon sektörüne yönelik olmak üzere dünyanın en ünlü moda merkezleri Paris, Londra ve New York'ta kaliteli ve markalı ürünlerin sergilenebileceği ve satılabileceği "Turquality" mağazalarının açılmasına ilişkin çalışmalara başlanılmıştır.

Öte yandan; DTÖ Tarım Anlaşmasına ilişkin yükümlülüklerle uygun olacak şekilde, "Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi" Kararı kapsamında 19 ürün grubunda tarım ürünleri ihracatı desteklenmekte ve sınırlı sayıda üründe sözleşmeli tarım uygulamasına geçilerek üretim aşamasından itibaren tarım ürünleri ihracatına dış pazarın talebine yönelik bir yapı kazandırılması hedeflenmektedir.

b. İhracata Yönelik Örgütlenme Modelleri

Firmaların dış pazarlara açılmalarını sağlamak, ihracata ivme kazandırmak ve ülkenin uluslararası ticarete ekonomik ve siyasi büyüklüğü ile orantılı bir paya ulaşmasını temin etmek amacıyla genel ihracat stratejisinin bir parçası olarak çeşitli teşvik, destekleme ve firmaların ihracat hedefi doğrultusunda örgütlenmelerini politikalarına başvurulmuştur.

1980'li yılların başında "ihracat seferberliği"nin temeli, sahip olduğu pazar bulma, dış ticaret işlemlerini yürütme, tanıtım gibi hizmetleri profesyonelce gerçekleştirme avantajlarından yararlanmak amacıyla büyük şirketlere dayalı bir modele oturtulmuştur. Bu çerçevede, Japonya, Güney Kore, Tayland, Brezilya ve ABD'de de örnekleri bulunan Genel Ticaret Şirketleri modeli, 18.07.1980 tarihli 8/1173 sayılı İhracatçı Sermaye Şirketlerini Teşvik Kararı ile Türkiye'de uygulamaya konulmuştur.

İhracat alanında yeterli bilgi ve deneyime sahip olmayan, kalifiye eleman, finansman sıkıntısı çeken ve ihracatları potansiyellerinin çok altında olan KOBİ'lerin sektörel düzeyde birleşerek ortak bir ihracat şirketi kurmaları ve ihracatlarını bu dışticaret şirketi aracılığıyla gerçekleştirmelerini öngören "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" modeli 29.04.1994 tarihli Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır. Bilahare, sözkonusu modele ilişkin olarak zaman içerisinde değişen koşullar ve ihtiyaçlar dikkate alınarak 2

adet Tebliğ ile yeni düzenlemeler yapılmış ve 26.12.1996 tarih ve 22859 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan "96/39 sayılı Tebliğ" ile sisteme nihai şekli verilmiştir.

SDŞ modeli, dış pazarlara açılmada yönetim etkinliği sağlamanın yanısıra firmaların bir araya gelerek maliyet avantajı ve sinerjik avantajlar elde etmelerine yardımcı olmaktadır. Diğer taraftan, yeni uluslararası ticaret kurallarına uygun bir şekilde KOBİ'ler devlet desteklerinin hedef kitlesi kabul edilerek, gerek vergi, gerek yatırım ve gerekse ihracat teşviklerinden öncelikle yararlandırılmaktadırlar.

Ekonomi üzerinde büyüme ve istihdam yaratma yönlü etkileri de önemli boyutlara ulaşan ihracata yönelik örgütlenmelerin daha etkin bir şekilde yaygınlaştırılması, ihracata kazandıracığı ivmenin yanısıra, yan sanayi gelişmesi, bölgesel kalkınma ve istihdama sağlayacağı katkı açısından büyük önem taşımaktadır.

c. Dahilde İşleme Rejimi

İhracatçıların rekabet gücünü doğrudan etkileyen üretim girdilerinin uluslararası piyasalardaki fiyatlardan temin edilebilmesine imkan sağlayan Dahilde İşleme Rejimi çerçevesinde girdi maliyetlerinin azaltılarak, ihraç ürünlerine dünya piyasalarında rekabet gücü kazandırılması amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda, Dahilde İşleme Rejiminde iki farklı sistem yer almaktadır:

1. İthalatta şartlı muafiyet,
2. İthalat esnasında alınan vergilerin geri ödenmesi.

İthalatta şartlı muafiyet, Türkiye gümrük bölgesinde yerleşik firmalar tarafından, Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında, ihracı taahhüt edilen işlem görmüş ürünlerin üretimi için gerekli olan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ile ambalaj ve işletme malzemelerinin, bedelli veya bedelsiz olarak ticaret politikası önlemlerine tabi olmaksızın, ithal esnasında alınması gereken her türlü vergi tutarı kadar teminat yatırılmak kaydıyla (indirimli teminat uygulaması saklı olmak üzere) gümrüksüz olarak ithal edilebilmesidir.

İthalat esnasında alınan vergilerin geri ödenmesi ise, Dahilde İşleme Rejiminde belirtilen istisnalar hariç olmak üzere, Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında, ithali esnasında her türlü vergi ödenerek serbest dolaşıma girmiş bir eşyanın işlem görmüş ürünler şeklinde belge kapsamında ihraç edilmesinden sonra, ithalat esnasında ödenen vergilerin geri alınmasını ifade etmektedir.

Dahilde İşleme İzin Belgelerinin düzenlenmesi esnasında göz önünde bulundurulmuş en önemli unsurlardan birisi, iç piyasadaki üretim dengelerinin ve rekabetin bozulmasını önlemektir. Bu nedenle, yurt içi üretim miktarı, birim fiyat, kapasite kullanım oranı ile birlikte ithal eşyasının birim fiyatı ve miktarı da dikkate alınarak, iç piyasa dengeleri üzerindeki muhtemel etkilerinin değerlendirilmesinden sonra belge düzenlenmesi ve belge kapsamında yapılan ithalat ve ihracatın düzenli olarak izlenebilmesi amacıyla Ulusal Program çerçevesinde, Avrupa Topluluğunun teknik yardımı ile bir veri tabanı oluşturulması amaçlanmaktadır.

d. Offset Uygulamaları

Kamu kurum ve kuruluşları ile bağlı ortaklıkları tarafından açılan ihaleler kapsamında yapılan ithalat önemli miktarlara ulaşmaktadır. Söz konusu alımların ödemeler dengesindeki olumsuz etkisini azaltmak, yabancı sermayeyi çekmek ve teknoloji ithal eden konumdan çıkarak teknoloji üretir hale gelebilmek için dünyada pek çok ülke, kamu alımı politikalarının ayrılmaz bir parçası haline getirdikleri offset uygulamalarından geniş ölçüde yararlanmaktadırlar.

Karşılıklı ticaretin bir türü olarak offset Türkiye tarafından da uygulanmaktadır. Ancak, offset uygulamalarından, askerî ithalat, savunma ve havacılık sektörleri dışında yeterince faydalanılmamaktadır.

Özellikle sivil offset uygulamalarının artırılması yoluyla, son yıllarda duraklama, hatta bazı dönemlerde gerileme eğilimine giren ihracata somut bir katkı sağlanacağı, bu uygulamaların genişletilerek sürdürülmesi durumunda ise, orta ve uzun vadede offset sayesinde geri dönen dövizin, ülkenin toplam ihracatı içinde giderek artan oranlarda önemli bir yer tutacağı düşünülmektedir.

Ülkemizdeki sivil offset uygulamaları Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından hazırlanan “Offset Uygulamalarına İlişkin Tebliğ (İhracat 98/27)” çerçevesinde yürütülmektedir. Söz konusu Tebliğ kapsamında Dış Ticaret Müsteşarlığı, sivil kamu alımlarında yapılan offset sözleşmelerinin incelenmesi ve offset taahhütlerinin faaliyet raporları yoluyla izlenmesi ile görevlendirilmiş olup, kamu kuruluşlarının offset teklifi almalarını özendirecek herhangi bir mevzuat bulunmamaktadır.

e. Tanıtım Faaliyetleri

Halen Dış Ticaret Müsteşarlığı bünyesinde sürdürülen tanıtım faaliyetleri temel olarak Ticaret Heyetleri, Alım Heyetleri organizasyonları ve Yurt Dışı Fuarlara Milli Düzeyde Katılım, Sanal Fuarçılık ve Dünya Türk İşadamlarına yönelik faaliyetler programlarını kapsamaktadır.

1995 yılından beri gerçekleştirilmekte olan Ticaret Heyeti programları kapsamında; Türkiye ile seçilen hedef ülke arasındaki ticaret, yatırım ve işbirliği olanaklarının değerlendirildiği seminerler, her iki ülke işadamlarının ikili iş görüşmeleri, kamu ve özel sektör kurumları ile tesis ziyaretlerini içeren bir program uygulanmaktadır. Bir Bakan veya Dış Ticaret Müsteşarı başkanlığındaki Ticaret Heyetinde tüm sektörlerden veya gidilen ülkede hedef olarak seçilen sektörlerden (*nokta hedef*) ihracatçı ve girişimciler yer almaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen Ticaret Heyeti programlarını müteakip, ziyaret edilen ülkedeki iş çevrelerinde Türkiye'ye karşı yaratılan ilginin kalıcılığının sağlanması ve Türkiye'de ihracata yönelik faaliyet gösteren tesislerin ziyaretiyle güven yaratılması amacıyla, ziyaret edilen ülkedeki ilgili sektörlerin ithalatçı ve yatırımcılarından oluşan Alım Heyetleri programları düzenlenmektedir.

İnternet üzerinde bir web sitesi aracılığı ile sanal fuarcılık hizmeti sunulması yönündeki çalışmalar tamamlanmıştır. Nihai hedefi e-ticaret olan "Sanal Fuar" sitesi aracılığı ile ülke ihracatçılarının ürünlerinin geniş kapsamlı tanıtımının yapılması öngörülmektedir.

Tanıtım faaliyetlerinin, “Sektörel Bağımlılık”, “Bölgesel Bağımlılık” ve “İstikrarlı Artış Sağlanamaması” olarak belirlenmiş olan ihracatın temel yapısal

sorunlarının bertaraf edilmesi amacıyla yönelik olarak, hedef bölge/hedef ülke/hedef ürün anlayışı temelinde planlanması ve uygulama sürecinin ise yatırım, Ar-Ge, üretim, pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin sistematik olarak şekillendirildiği bir çerçevede gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır.

Bu faaliyetlerin bir “Türkiye Tanıtım Stratejisi” çerçevesinde Dış Ticaret Müsteşarlığı koordinasyonunda devlet ve özel sektörün tüm ilgili kurum ve kuruluşlarının işbirliğiyle oluşturulan ve yürütülen sistematik bir program olarak ele alınması ihracata daha önemli, istikrarlı ve kalıcı bir fayda sağlayacaktır.

Bu çerçevede; “Yurt dışında faaliyet gösteren Türk işadamları”, Türkiye'nin ihracat ve ekonomisinde halen gerektiği ölçüde faydalanılmayan önemli imkanlardan birisi olarak değerlendirilmektedir.

f. İhracatın Finansmanı

En genel tanımı ile ihracatın finansmanı; ihracatçının ve/veya ihracatçının sevkiyat yapacağı alıcının sevk öncesi ve/veya sevk sonrası dönemde kredi ve/veya sigorta yöntemleri ile desteklenmesidir. Bu çerçevede ihracat finansmanı bankacılık ve sigorta mekanizmalarının bir karışımıdır.

İhracat kredileri vadelerine göre iki gruba ayrılabilir: Birinci kategori “satıcı kredileri”dir. Satıcı kredileri ile desteklenen ithalatçıya, vadeli ödeme imkanı tanınmaktadır. İkinci kategoride ise “alıcı kredileri” yer almaktadır. Burada ihracatçının bankası ve/veya başka bir finans kuruluşu ithalatçıya veya bankasına kredi açabilmektedir.

İhracat yapan ülkeler, ihracatçıları ve ihracata fon desteği sağlayan bankaları doğacak risklerden korumak için düzenlemeler yapmışlardır. Yapılan düzenlemeler sigorta kavramlarına dayanmakta ve ihracata konu olan mal ve hizmetlerin alıcıları ve satıcıları ile ihracatın desteklenmesi için gerekli fonu sağlayan bankacılık sistemi arasında köprü kurulmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda devlet, kaçınılmaz olarak söz konusu sistemde bir dizi rol üstlenmektedir.

Hiçbir ülkenin ihracat kredi sistemi birbiri ile aynı değildir. Her sistem kendi politik ve ticari ortamında kendi koşulları ile gelişmiştir. Her ülkenin ekonomik yapısı, başlıca sanayi kollarının ve pazarlarının durumu, bankacılık ve sigortacılık sektörlerinin gelişmişlik derecesi o ülkenin ihracatçısına sunulan imkanları ve uygulama esaslarını belirlemektedir. Sistemler arasında, en büyük benzerlik, ilgili ihracat kredi kuruluşu aracılığıyla devletin konunun içinde yer alması ve ticari bankaların da sistemin işleyişinde etkin rol oynamasıdır

Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde ihracatçıların en önemli problemlerinden biri işletme sermayesi eksikliğidir. Bu ülkelerde *sevk öncesi kredi* programları bu nedenle önem kazanır. İşletme sermayesi yetersizliği çeken bir işletme, uluslar arası piyasalarda rekabet edebilecek nitelik ve fiyatta ürün üretme kapasitesine sahip olsa dahi ihracat gerçekleştiremez. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde ticari bankalar kredi verme konusunda genellikle gelişmiş ülke bankalarından daha tutucu olmaktadır. İhracatçılar kredi kullanabilmek için ticari bankaların sıkı testlerinden geçmek, garanti ve ipotek vermek zorundadırlar. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerde ihracatçıların finansman gereksinimi çoğunlukla *devlet destekli ihracat kredi kuruluşları* tarafından sağlanır.

Genel olarak gelişmekte olan ülkelerdeki ihracat finansman kuruluşları, özel olarak da Eximbanklar, fonksiyonları ve misyonları itibariyle ticari bankalardan önemli ölçüde farklı kurumlardır.

Türk Eximbank, ihracatçıların dış pazarlarda rekabet gücünü artırmak ve ülkenin ihracata yönelik ekonomik büyüme stratejisini desteklemek amacıyla, nakdi teşviklerin yanı sıra, ihracat, kredi ve sigorta yolu ile desteklerini uygulamaya koymuştur. Özellikle, 1990'lı yıllarda dünya ekonomisindeki gelişmelere paralel olarak ülkemizde de 1995 yılından bu yana ihracata yönelik doğrudan parasal teşviklerin uygulamadan kaldırılmasıyla birlikte, Türk Eximbank'ın uygulamakta olduğu kredi, garanti ve sigorta programları ihracatın desteklenmesinde daha da önem kazanmıştır.

- İhracatın Finansmanında Eximbankların ve Ticari Bankaların Rolü

Bazı gelişmiş ülkelerde ihracat kredi garanti kuruluşları ve sigorta kuruluşları ayrı ayrı örgütlendikleri halde Türkiye’de bu iki iş aynı kurum otoritesi altında toplanmıştır. Tüm ihracat kredi kuruluşlarında olduğu gibi Türk Eximbank’ın üstlendiği politik risk devlet garantisi altında bulunmaktadır.

Türk Eximbank, ihracat kredilerinin uygulanmasında uluslar arası işbirliğinin sağlanmasını amaçlayan anılan oluşumlara taraf olmuş, çalışmalarını uluslar arası uygulamalara paralel bir şekilde yürütmektedir.

Diğer taraftan, resmi destekli ihracat kredi kuruluşlarının temel amaçlarından birisi de ticari bankacılık sistemini, ihracatın daha fazla kredilendirilmesine yönelik olarak harekete geçirmektir. Bu amaç genellikle iki şekilde gerçekleştirilmeye çalışılır:

- Kredilendirme işlevine ticari bankaların katılımının sağlanması,
- Ticari bankalar tarafından finanse edilen vadeli ihracat işlemlerinin sigorta ve garanti edilmesi.

Bu kapsamda, Türk Eximbank da ülkenin son yıllarda içinde bulunduğu ekonomik koşulları göz önünde tutarak, özellikle kamunun mali piyasalar üzerindeki baskısı sebebiyle, ticari bankaların ihracata ve KOBİ’lere yönelik kredi programlarının ihtiyaca cevap vermekte zorlandığı dönemlerde, ticari bankalardan kredi temin etme yoluna giderek dolaylı da olsa ticari banka kaynaklarının ihracatın finansmanına yönlendirilmesini sağlamaya çalışmıştır. Ancak, söz konusu çabalar yine de ticari bankaların ihracatın finansmanında oynadıkları rolün sınırlı kalmasını engelleyememiştir. Diğer taraftan, ticari bankaların ihracatın finansmanında etkin bir şekilde yer alamaması Türk Eximbank’ın da faaliyetlerinin etkinliğini olumsuz yönde etkilemektedir. İhracatın finansmanını sınırlı kaynak imkanları ile sağlayan Türk Eximbank, kurulduğundan bu yana ihracatın gelişimini olumlu yönde etkileyecek orta ve uzun vadeli kredi sağlamayı amaçlamasına rağmen, ticari bankaların kısa vadeli kredi sağlamada sisteme dahil olamamalarından ötürü bu işlevi yerine getirmekte kaynak sıkıntısı ile karşılaşmaktadır.

- Türk Eximbank'ın 21'inci Yüzyıl Hedefleri ve Stratejisi

Türk Eximbank ihracatın, ürün ve ülke bazında çeşitlenmesine katkı sağlamak üzere uyguladığı programlarda gerekli düzenlemeleri yapacak, gerektiğinde yeni programlar ortaya koyacaktır. Ayrıca, mevcut pazarlarda Türkiye'nin payının artırılması amacıyla özellikle Orta-Batı Asya Cumhuriyetleri ve komşu ülkelerle ilişkilere önem verilecek, Türkiye açısından öncelik taşıyan pazarlarda ihracatçı ve yatırımcıların uzun vadede kalıcılığını temin için gerekli önlemler alınacaktır. Bunlara ilave olarak, KOBİ'lere yönelik desteği devam edecektir.

Türk Eximbank, bugüne kadar zorunlu olarak ihracatın kısa vadeli finansmanında yoğunlaşmıştır. Türkiye ekonomisinin son yıllarda içinde bulunduğu durum bu desteği kaçınılmaz kılmaktadır. Ancak, Türk Eximbank kurulduğu günden bu yana ilke olarak ihracatı orta-uzun vadeli programlarla desteklemeyi amaçlamış, orta-uzun vadeli kredi ile sigorta ve garanti faaliyetlerinde etkin bir kuruluş haline gelmeyi planlamıştır. Dolayısıyla, Türk Eximbank'ın orta-uzun vadeli hedefi, kısa vadeli ihracatın finansmanını ticari bankacılık sektörüne bırakarak, gelişmiş ülkelerdeki ihracat finansman kurumları gibi ihracat kredi sigortası ve garanti faaliyetlerinde uzmanlaşmaktır.

Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin yaklaşık yüzde 90'ının kısa vadeli finansmanı gerektiren ürünler olduğu dikkate alınarak, bu ürünlerde rekabet gücünü artırmak için kısa vadeli ihracat kredisi kullanılması sürdürülecektir.

Ancak, Türkiye ekonomisinde, temel makro ekonomik göstergelerde sağlanacak iyileşme ve istikrara bağlı olarak, genelde reel sektörün, özelde ihracatçıların yatırım-üretim-satış kararlarında kısa vadeli bekleyiş ve etkilerden uzun vadeye geçildikçe, ihracatçıların uzun vadeli finansman ihtiyaçları da artacaktır. Türk Eximbank'ın kısa vadeli ihracat kredilerine olan talebin azalması ile birlikte artan kaynaklarının ihracata yönlendirilmesi amacıyla, özellikle orta-uzun vadeli kredi gereksinimi olan sermaye ve yarı sermaye malı üreten firmalar ile yüksek teknoloji kullanan ve katma değeri fazla olan malları üreten firmalara destek sağlanacak, uluslar arası piyasalarda "Türk Malı"

imajını güçlendirecek ve yerleştirecek ihracat desteklenecek ve ihracatçıların yeni taleplerine uygun, müşteri odaklı programlar uygulamaya konulacaktır.

Türk Eximbank, ülke kredi/garanti programları kapsamında muhtelif ülkelerde Türk müteahhitlerince üstlenilen projelere finansal destek sağlayabilmek için bu ülkelerden devlet garantisi teminatı talep etmektedir. Ancak, bazı ülkelerde IMF kısıtlamaları vb. nedenlerle devlet garanti mektubu temininde zorluklarla karşılaşmakta, bu durum söz konusu ülkelerde yeni projelerin desteklenmesi imkanını, dolayısıyla yatırımcıların yeni projeler üstlenme olanağını belirli ölçülerde kısıtlamaktadır. Devlet garantisi uygulamasının yarattığı sorunları aşabilmek amacıyla, 2001 yılında iki yeni imkan uygulamaya konulmuştur. Bunlardan birincisi; dayanıklı tüketim malları ile ulaşım araçları, telekomünikasyon cihazları ve makina ekipman gibi sermaye ve yarı sermaye malları için 2-5 yıl gibi nispeten daha kısa bir vade ve Türk Eximbank tarafından muteber kabul edilen muhatap banka garantileri ile finansman desteği sağlanması ve geri ödeme performansı dikkate alınarak bu imkanın genişletilmesidir. Diğeri ise ticaretin geliştirilmesi ve ihracatın artırılmasına katkıda bulunulması amacıyla, azami 2 yıl vadeli mal kredilerinin yine Türk Eximbank tarafından muteber kabul edilen muhatap banka garantileri ile sağlanmasına yöneliktir.

Üçüncü ülkelerde Türk ve yabancı firmaların ortaklaşa üstlendiği projelerin diğer ülkelerin ihracat destek kurumları ile birlikte değerlendirilmesi, finansmanının sağlanması ve sigortalanması amacıyla çeşitli ülkelerin ihracat kredi ve sigorta kurumları ve uluslar arası kuruluşlarla imzalanan müşterek finansman ve müşterek sigorta anlaşmalarına yenilerinin eklenmesi çalışmaları artırılarak sürdürülecektir. Böylelikle özellikle yüksek teknoloji içeren büyük hacimli projelere destek olunabilecek, çok uluslu projelerde yer alacak Türk müteşebbislerinin kendilerini geliştirmelerine ve dünyada tanınmalarına da fırsat yaratılmış olacaktır.

Türk Eximbank'ın ihracata sağlayacağı desteğin artırılması stratejilerinin belirlenmesine yönelik çalışmalarda üzerinde hassasiyetle durulan diğer bir husus da muhtelif ülkelere finansman desteği sağlanırken Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu sektörleri olumsuz yönde etkileyecek rakiplerin yaratılmamasına özen gösterilmesidir. Bu nedenle kredi açılacak ülkelerin kalkınma stratejilerini izlemek,

bu ülkelerdeki kalkınma planlarının Türkiye'nin hedefleriyle ne ölçüde örtüştüğünü veya çeliştiğini tespit etmek, ihracatı olumsuz etkileyecek unsurları belirlemek ve uygun tedbirleri alabilmek üzere muhtelif ülkelere yönelik sağlıklı verilerin elde edilebilmesi doğrultusunda araştırmaların yapılması büyük önem taşımaktadır.

Türk Eximbank, proje kredileri kapsamında finanse edilecek projelerin ilgili ülke ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinde uzun dönemde olumlu etkiler sağlayacak nitelikte olmasına önem vermektedir. Bu doğrultuda, uzun vadede, Türkiye'den talep yaratabilecek projeler desteklenmektedir. Bu çerçevede, uluslar arası ticaret merkezleri ve zincir mağazalar, Türk ihracatına uzun vadede katkı sağlayacak "Türk malı" imajını yurt dışında yerleştirecek nitelikte yatırımlar olarak değerlendirilmektedir.

Uluslararası alanda keskinleşen rekabet koşulları, garanti ve sigorta programlarının önemini giderek artırmaktadır. Sigorta programları çerçevesinde ticari ve politik risklerden arındırılmış bir ortamda çalışma imkanı bulan ihracatçıların ticari bankalardan daha kolay finansman temin edebilmelerine olanak sağlayacak mekanizmalara ağırlık verilecektir. Bu kapsamda, orta ve uzun vadede uygulamaya konulması düşünülen *İşletme Sermayesi Garanti Programı* ile ticari bankaların firmaların ihracata yönelik faaliyetlerine işletme sermayesi kredisi sağlamanın teşvik edilmesi amaçlanmaktadır.

Orta ve uzun vadeli sermaye ve yarı sermaye malları ihracatının teminat altına alınması amacıyla uygulanmakta olan ve hedef pazarı Orta-Batı Asya Cumhuriyetleri olan Spesifik İhracat Kredi Sigortası programının söz konusu ülkelerdeki finansal piyasaların gelişmişlik düzeyinin artması ve bu ülkelerden güncel ve güvenilir enformasyon temin edilmesi halinde devlet garantisi talep edilmeksizin muteber kabul edilecek bankalarca verilecek teminatlar çerçevesinde yürütülmesi planlanmaktadır.

Bu faaliyetlerin yanı sıra, Türk Eximbank ülke ekonomisine sağladığı yüksek katma değer ve ileri teknoloji imkanlarını göz önüne alarak, yatırım ve sermaye malları ihracatını orta ve uzun vadeli sigorta programları kapsamında desteklemeye devam edecektir.

Ayrıca, Türk Eximbank, orta-uzun vadeli hedefleri doğrultusunda sigorta ve garanti faaliyetlerine ayrı bir önem vermekte, bu konuda ulusal ve uluslar arası gelişmeleri yakından takip ederek, Türk ihracatçıları lehine çeşitli düzenlemeler yapmaktadır. Bu çerçevede, ihracatçı firmalar için potansiyel pazar teşkil etmekle birlikte, finansal piyasaları yeterince gelişmemiş olan politik riski yüksek ülkelerde, ihracatçıların karşılaştığı güçlükleri aşmak amacıyla muteber kabul edilen bankalarla Türk Eximbank arasında imzalanan “sigorta anlaşmaları”na yenilerinin eklenmesi için çalışmalar sürdürülecektir.

Türk Eximbank’ın kaynaklarının artırılması büyük önem taşımaktadır. Proje kredilerinin geri ödemelerinde yaşanan gecikmelerin, Türk Eximbank’ın zaten kısıtlı olan kaynaklarını azalttığı bir gerçektir. Bu nedenle Banka sermaye ve yarı sermayesinin artırılarak kaynak hacminin genişletilmesine imkan sağlayacak tedbirlerin yaratılmasının, Türk Eximbank’ın finansman desteğini artırmasına çok büyük katkısı olacaktır.

Bankanın bu piyasalarda getiri eğrisinin oluşturulmasını hedeflemektedir. Buna ek olarak, Banka alternatif finansman teknikleri arayışını da sürdürmektedir.

18. KUR POLİTİKASI

Türkiye’ye Uygun Kur Politikası

Burada üzerinde durulması gereken asıl husus döviz kurunun dış ticaret üzerindeki etkisidir. Bilindiği gibi döviz kurunun dış ticaret üzerindeki etkisi, ancak ithalat ve ihracat fiyatlarını değiştirmesi durumunda ve Türkiye’nin ithalat talep esnekliği ile ihracat arz esnekliğinin ne olduğuna bağlı olarak ortaya çıkar. Eğer söz konusu esnekliklerin toplamı 1’den büyükse TL’nin değer kaybı dış ticaret dengesinde bir iyileşme sağlayacaktır

Ancak döviz kuru enstrümanının kullanılmasında dikkat edilecek hususlar bulunmaktadır. Zira ekonomik etkinliğin azalması gibi bir risk de mevcuttur. 2000 yılında uygulanan, döviz kurunu çapa olarak kullanan programın benzerleri 1990’larda bir çok ülkede uygulanmıştır. Brezilya, Meksika, Rusya’da uygulanmış olan bu sistem,

bu ülkelerde de krizlere yol açmıştı. Çünkü döviz çapa yapmak bir kredibilite sağlasa bile, bir süre sonra sistem üzerindeki baskılar artmaktadır. Döviz kuru artışının enflasyona göre düşük kalması (TL'nin reel olarak değerlendirilmesi) hem bir fiyat (ikame) etkisi hem de gelir etkisi ortaya çıkarmıştır. Bu etkiler yoluyla ithalat talebi hızla yükselmiştir.

Kur sistemleri seçilirken dikkat edilen en önemli unsurlar, söz konusu sistemin esnekliği ve kredibilite yaratma gücüdür. Serbest kur sistemlerinde esneklik avantajı varken sabit kur sistemlerinde kredibilite avantajı öne çıkmaktadır.

Döviz kuru politikasının istikrarlı bir şekilde sürdürülebilmesi, reel kurun takip edilmesini gerektirmektedir.

19. BİR POLİTİKA ARACI OLARAK SERBEST BÖLGELER

Ülkemizdeki serbest bölgeler ise hem üretim hem de ticarete yönelik olup, karma özellik göstermektedir.

Türkiye'de serbest bölgelerin kurulmasıyla ilgili en önemli gelişmeler 1980'li yıllarda ekonomide dışa açılma ve liberalleşmenin, yabancı sermaye yatırımları için teşvik edici politikaların, daha güvenli ve istikrarlı iş ortamının ve daha az bürokrasinin hedeflendiği bir dönemde yaşanmıştır. 15 Haziran 1985 tarihinde yürürlüğe giren 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunuyla bugünkü serbest bölgelerin tabi olduğu yasal düzenlemelerin çerçevesi çizilmiştir.

Serbest bölgelerin geleceğine ilişkin beklentileri ve Türkiye serbest bölgecilik stratejisinin ana hatlarını şu şekilde ortaya koymak mümkündür:

- o İdaresinin etkinliğini ve bölgelerin verimliliğini artırmak üzere, zaman ve enerjinin büyük bölümünün yeni serbest bölge kuruluş projeleri yerine, yatırım ve ticaret potansiyeli yüksek, ancak istenilen doluluk ve verimlilik oranına henüz ulaşmamış mevcut serbest bölgelerin bu potansiyelinden maksimum ölçüde yararlanmayı sağlayacak çalışmalara yöneltilmesi planlanmaktadır.

o BÖlgelerde yaşanacak sektörel kümeleşmenin, bugünün ve geleceğin öncü sektörü olan yüksek teknoloji alanında olması amacıyla alınması gerekli önlemler, sunulabilecek yeni hizmet ve teşvikler ve yapılabilecek tanıtım faaliyetlerinin araştırılması, bölgelerden en etkin bir şekilde yararlanmak yolunda hayati önemdedir.

Bu amaçla;

- ❖ TÜBİTAK MAM Teknopark Serbest Bölgesinin AR-GE araştırmalarının yapılacağı bir merkez olarak çalışmasının temini,
- ❖ Silikon vadisi benzeri bilgisayar yazılımı ve elektronik üretiminin yapıldığı serbest bölge oluşumunun sağlanması,
- ❖ Mevcut bölgelerde AR-GE faaliyetleri yapabilecek firmaların yatırım yapmalarının cezbedilmesi, bölgeler bazındaki ana hedefler arasında yer almaktadır.

20. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA (DYSY) İLİŞKİN BAZI TESPİT VE ÖNERİLER

Aslında, yabancı sermayenin Türkiye'ye girişte karşılaştığı önemli sayılabilecek bir problemi bulunmamaktadır.

Bu maksatla alınması gereken önlemler arasında aşağıdaki tedbirleri saymak mümkündür:

➤ Karmaşık olan vergi mevzuatı sadeleştirilmeli ve vergi tabanı yaygınlaştırılmalıdır. Yabancı sermaye vergi tabanını yaygınlaştırmamış ve harcamalarına göre düşük vergi toplayan ülkelere, bu yapının krize gebe olması nedeniyle yatırım yapmaktan çekinmektedir.

➤ Hukukî sisteminin ve adalet mekanizmasının işleyişindeki aksaklıklar giderilmelidir. (İhtisas mahkemelerinin kurulması, bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin adalet sisteminde kullanılması gibi)

➤ Keyfi uygulamalara son verilmeli, Kamunun karar alma süreci şeffaflandırılmalıdır,

- Teşvik sisteminde daha net/belirgin teşvikler yer almalı ve uygulanmalıdır,
- DYSY'lere makul bir süre vergi muafiyeti tanınmalı, gerekli durumlarda arazi tahsisi uygulamasının kapsamı genişletilmelidir.
- Yurtdışındaki vatandaşların Türkiye'de yatırım yapması teşvik edilmelidir. Son beş yıldır ortalama 40 milyar dolar yabancı sermaye yatırımının yapıldığı Çin'in, bu tutarın yarısını ülke dışında bulunan Çin kökenli gerçek ve tüzel kişilerden aldığı tahmin edilmektedir. Yurtdışında yaşayan ikinci ve üçüncü kuşak soydaşların da artık müteşebbis olmaya başladıkları düşünülürse, yurtdışındaki Türkler ile olan sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkilerin gözden geçirilip, yeniden düzenlenmesi DYSY girişlerinin artmasında faydalı olacaktır.
- Komşu ülkelerle olan siyasi ve ekonomik ilişkiler geliştirilmelidir. Türkiye'nin coğrafi konumu, bölgedeki en istikrarlı ülke olması, yıllardır yabancı sermaye için bir tercih sebebi olarak sunulmuştur. Ancak unutulmamalıdır ki politik risk modellerinin tümünde komşu ülkelerle ilişkiler önemli bir risk unsuru olarak yer almaktadır. Politik riski yüksek bölgede yer alan ülkeler, her ne kadar kendi içlerinde istikrarlı olsalar bile, komşu ülkelerin yüksek riske sahip olması nedeniyle, kötü politik risk notu almaktadırlar. Bu da yabancı sermayenin anılan ülkede yatırım yapmasını etkilemektedir. Türkiye'nin bu risklerini azaltmak amacıyla, komşularıyla karşılıklı güvene dayanan ekonomik, ticari münasebetlerle desteklenmiş ve derinleştirilmiş ilişkiler kurmasının ülkeye sermaye akımında önemli olduğu açıktır.
- İhracatın artırılması için nasıl hedef ülkeler/pazarlar seçiliyorsa, DYSY çekmek için de hedef ülkeler ve sektörler seçmelidir.
- Bilgi teknolojilerinde liderliğini sürdüren ABD şirketleri ile Türkiye'yi bölgesel güç ve lider konumuna getirecek ortak yatırımlar öngörülmesi, stratejik ortaklıklar kurulmalıdır.
- Türkiye'de özellikle bilgi ve bilgiye dayalı teknolojilerde, yeni ekonominin yatırım alanlarında nitelikli işgücü eksikliği, eğitim ile giderilmeli bu alanda iş çevreleri ile işbirliği kurulmalıdır.

21. ETKİN DAĞITIM SİSTEMİ VE LOJİSTİK YÖNETİMİ

Dış Ticaretin çok büyük bir kısmı karayolu ile yapılmaktadır. Bunun sonucu olarak Türkiye, Avrupa'nın en büyük kara taşıma filosuna sahip olmuştur. Birim değeri yüksek olan mallar kara ve havayolu, hammadde ve ihrac değeri düşük olan mallar ise denizyolu ile sevk edilmektedir. Demiryolları ile yapılan sevkiyatlar sınırlıdır.

Türkiye'nin uluslar arası taşımacılıkta karşılaştığı en büyük sorun geçiş belgelerinin teminidir. Denizyolu taşımacılığı açısından limanlarımızda alt yapı ve işletmeden kaynaklanan yetersizlikler bulunmaktadır. Ayrıca liman ücretleri yüksek, konteyner elleçlemesi genel kargo miktarının üzerinde bulunmaktadır.

Mevcut demiryollarının düşük olan fiziki standartları yeterince düzeltilememiş, artan maliyetler ile paralel gelir artışı yaratılamamıştır.

Ulaştırma sektöründeki altyapı eksiklikleri Asya ile Avrupa arasında köprü konumunda olan Türkiye üzerinden yapılan taşımacılığın gelişmesine engel oluşturmaktadır. Transit taşımacılık önündeki bir diğer olumsuzluk ise, modern yük-bilgi ve dağıtım sistemlerinin uygulanmamasıdır.

Dış ticaretin bölgesel dağılımı ve sektörel yapısı dikkate alındığında, mevcut taşıma biçimlerinden birinin bir diğerini ikame etmesinin kısa ve orta vadede imkan dahilinde olamayacağı bu nedenle Türkiye'nin sahip olduğu ulaştırma alt yapısının değişmeyeceği ve dış ticarete taşımacılıkta denizyolu ve karayolunun ağırlığının devam edeceği düşünülmektedir. Aslında, taşıma biçimleri birbirinin alternatifi olarak görülmemeli, uluslar arası piyasalara açılımda ülkemiz için en ekonomik taşıma biçiminin kombine taşımacılık olduğu gerçeğinden hareketle genel bir ulaştırma stratejisi içerisinde en ekonomik taşıma biçimlerini birbiriyle uyumlu hale getirmek gerekmektedir.

Özellikle uzun mesafeli uluslar arası taşımalarda, denizyolu-demiryolu kombine taşıma sisteminin geliştirilmesi yönünde önlem alma zarureti doğmaktadır.

Limanların, ithalat ve ihracat yüklerinin elleçlenmesine uygun nitelik ve nicelikte hizmet verecek şekilde geliştirilmesi, modernleştirilmesi, kapasitelerinin artırılması ve transit taşımacılık faaliyetlerinde trafiğin geçiş koridoru olma özelliğine kavuşturulması gerekmektedir.

Limanların dünya ulaşım yolları ağı içerisinde yer almasını teminen yönetim biçimi ve hizmet anlayışı yönünden de yapılandırılması önem arz etmektedir.

Taşıma sistemlerinde demiryolunun daha fazla pay alması için ise ülkemizin yine önemli alt yapı yatırımlarına yönelmesi gerekmektedir. Yatırımlar içerisinde, öncelikle doğu-batı taşıma koridoruna işlerlik kazandıracak projelere ağırlık verilmelidir.

Dış ticaret açısından öncelikli projelerin, İstanbul Boğazı Demiryolu Tüp Geçişi, Kars-Tiflis Demiryolu Projesi olduğu düşünülmektedir.

Ancak, finansmana dayalı bu önlemler orta ve uzun vadede sonuç verecektir. Ayrıca, söz konusu projeler tamamlansa bile mevcut hatların yenilenmesi, konteyner taşımacılığının geliştirilerek, konteyner terminallerinin kurulması, modern yük izleme bilgi sisteminin oluşturulması ve en önemlisi işletmecilik anlayışının değiştirilmesi gerekmektedir.

Bu tür önlemler alınmadan, ülkemizin uluslar arası transit taşımacılıkta önemli bir üs olması beklenilmemelidir.

Diğer taraftan, Avrupa'ya yönelik taşımalarda talebin karayolu ile karşılanması uzun vadede sürdürülebilir bir politika olarak görülmemektedir. Avrupa ülkeleri geçiş belgeleri yoluyla ülkemiz araçlarının taşıma yapmasını engellemektedir. Bu ise ulaştırma maliyetlerini artırmaktadır. Avrupa, BDT ülkeleri ile Ortadoğu'ya yönelik taşımalar, transit geçilen diğer ülke uygulamalarına açık olup, ülkemiz araçlarınca söz konusu bölgelere yönelik taşımacılıktan bugünkü duruma göre daha fazla pay alınması muhtemel görülmemektedir.

Yabancı TIR filoları ile taşıma ise maliyet unsurunu artırmaktadır. Ülkemizin ihrac pazarlarına ekonomik olarak ulaşmasında en düşük maliyetli taşıma biçimlerinden yararlanamadığı, bunun nedenlerinin ise dış etkenler, altyapı ve finansman eksikliği olduğunu görmekteyiz.

Ancak önemli olan; dış pazarlara sürekli bir şekilde mal akışı sağlamak yoluyla maliyetlerin düşürülmesidir. Yani doğru mallar, doğru yerlerde, doğru zamanlarda ve en az maliyette bulundurulmalıdır.

Pazara girişte taşıma yönünden engellerle karşılaşmakta ve bu durum maliyetleri yükseltmekte ise genel pazarlama stratejisi içerisinde yurtdışı depolama faaliyetlerine ağırlık vermek suretiyle sorunun çözüleceği düşünülmektedir.

Kira ve verginin düşük olduğu, aynı zamanda kıtalardaki ulaştırma ağına kolay erişimde bulunulan yerlerde depoculuğa önem verilmelidir. Yurtdışında oluşturulacak depolar ülkemizden en ucuz taşıma yoluyla muhtemelen denizyolu ile çıkacak malların varış noktası olacaktır. Mallar buradan da piyasaların ihtiyaç duyduğu anda piyasaya sevk edileceklerdir. Depolama yerleri mal akışını sürekli hale getirecektir. Ayrıca depolar, ithalatçıya malın teslim edilebileceği noktalar da olabilecektir. Depo faaliyetlerinde ise kar amacı güdülmeyeceğinden ihracatçıya çok uygun fiyatla hizmet verilebileceği gibi devletin serbest piyasa ekonomisindeki rolü ile uyumlu olarak ihracatçıya alt yapı desteği de sağlanacaktır.

Türkiye'nin uluslar arası taşıma yolları üzerinde tercih edilen bir nokta olması için taşıma sistemi altyapısını geliştirici yatırımlara yönelme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Uluslar arası piyasalara zamanında ve rekabetçi fiyatlarla ulaşmada bu yatırımlar önem arz etmektedir. Ancak, yatırımların gerektirdiği büyük finansman ihtiyacı ile mevcut işletmecilik anlayışının değiştirilmesinin zaman alacağı dikkate alınarak, kısa ve orta vadede uluslar arası piyasalara düzenli mal akışını sağlamak üzere genel pazarlama stratejisi içerisinde yurtdışı depolama faaliyetlerine önem verilmesi gerekli görülmektedir.

22. ELEKTRONİK TİCARET

Elektronik ticaret, özellikle dijital ortamda sunulabilen mal ve hizmetlerde hızla artmaktadır. Yazılım, bilgisayar, müzik, kitap ve eğlence sektörleri, elektronik ticaretin en önemli paya sahip olduğu alanlardır.

Türkiye’de, internet erişim maliyetlerinin OECD ortalamasına yakın olmasına rağmen, internet kullanım alışkanlığının olmaması, güvenli ağların tesis edilememesine ve hızlı erişim imkanlarının düşüklüğüne, ayrıca bilgisayar kullanabilecek nitelikli kişi sayısının azlığına dayandırılabilir. Web sitelerinin yüzde 59’unu veri tabanı hizmetlerinde, yüzde 27’sini yayın amaçlı, yüzde 9’unu online hizmetlerinde kullanan Türkiye’nin, ne yazık ki güvenlik politikaları ile ilgili web siteleri henüz mevcut değildir.

Oysa piyasalarda şeffaflık sağlanarak giriş fırsatlarının artırılması, fikri ve sınai hakların korunması ve benzeri koşulların sağlanması, elektronik ticaret sayesinde gelişmekte olan ülkelerde daha kıt olan beşeri, doğal ve fiziki kaynakların etkin şekilde kullanımını artıracaktır.

Elektronik ticaret ile kamu yönetimlerinin firmalarla olan mali ilişkilerinde ve enformasyon sağlamada zaman ve maliyet tasarrufları da sağlanabilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki bürokratik yapının hantal oluşu ve prosedürlerin zaman alması nedeniyle ortaya çıkacak kayıpların önüne geçilmesi için imkanlar sağlanabilecektir.

Elektronik Ticaret ve Türkiye

İnternet kullanımı bakımından bazı Avrupa ülkelerinin üzerinde yer alan Türkiye, elektronik ticaret konusunda daha alt sıralarda bulunmaktadır.

Türkiye’de elektronik ticaretin öncülüğünü finans sektörü yapmaktadır. Finans kuruluşlarının çoğu internet üzerinden hizmet verebilmektedirler

Kullanım genellikle reklam amaçlı olmakta, firmaların e-posta imkanlarını bile tam olarak kullanamadığı görülmektedir. Büyük firmaların tedarik zincirlerini

oluşturmak amacıyla e-ticarete yönelmesi firmalar arasında e-ticaretin giderek yaygınlaşmakta olduğunu göstermektedir.

Tarımda internet uygulamaları, Polatlı Hububat Borsası gibi bazı ürün borsalarında kullanılmaya başlanmıştır.

Kamu ve özel sektörlerdeki bu gelişmelere rağmen internet hızının çok yavaş olması, dijital telefon hatlarının her yere ulaşamaması, internet kullanım ücretlerinin yüksek olması, internet servis sağlayıcılarının kaliteli hizmet verememesi, kargo hizmetlerinin güvenli olmaması, en önemlisi de elektronik ticaret alanında hukuksal altyapının oluşturulamaması, elektronik ticaretin gelişmesi önündeki engellerden bazılarıdır. Ayrıca, internette kullanılan dilin ağırlıklı olarak İngilizce olması da yabancı kuruluşlarla olan irtibatı zayıflatmaktadır.

Ülkemizde elektronik ticaretin geliştirilebilmesi için devletin öncelikle dört ana görevi yerine getirmesinin gerekli olduğu, ilk defa bu raporlarda vurgulanmıştır.

- Gerekli teknik ve idari alt yapının kurulmasını sağlamak,
- Hukuki yapıyı oluşturmak,
- Elektronik ticareti özendirilecek önlemleri almak,
- Ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunu sağlamak.

Sonuç olarak elektronik ticaretin çok yeni bir kavram olması, boyutunun ve gelişme trendinin tam olarak bilinmemesi ekonomik etkilerini tespit etmeyi zorlaştırmaktadır.

Elektronik ticaret, gelişmekte olan ülkelerde makro ve mikro ekonomik birimler açısından kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayacak fırsatlar sunan bir gelişmedir. Gelişmekte olan ülkelerin bu fırsatları değerlendirmesi, elektronik ticaretin önündeki yasal ve kurumsal engellerin kaldırılmasına ve teşvik edilmesine bağlıdır. Türkiye'deki nüfusun yaklaşık yüzde 70'inde bilgisayarın olmaması, bilginin mobilitesini, özellikle eğitimde olumsuz yönde etkilemektedir.

23. DIŞ TİCARET STRATEJİSİ GENEL DEĞERLENDİRME

Oluşturulacak yeni dış ticaret stratejisi ve alınacak önlemler ile sürdürülebilir ihracat artışının gerçekleştirilerek, yıllık ortalama yüzde 5-6 oranında büyüme beklentisiyle 2023 yılında ihracatın yaklaşık 460 milyar, ithalatın ise yaklaşık 560 milyar dolar seviyelerinde olacağı tahmin edilmektedir.

Ayrıca Cumhuriyetin yüzüncü yılında daha rekabetçi ve dışa açık fakat aynı zamanda yurtiçi sanayiin haksız rekabetten korunduğu bir ekonomik yapı ve daha dengeli bir dış ticaret yapısı oluşturulması hedeflenmektedir.

1980’den itibaren uygulanan politikalar neticesinde önemli oranda artış gösteren ihracatın, sanayileşmenin ilk aşamaları olarak kabul edilen tekstil-konfeksiyon sektöründe gerçekleştirdiği atılımın bir benzerinin 2000’li yıllarda teknolojik yoğunluğu yüksek diğer sektörlerde de gösterebilmesi, Türkiye’nin yatırım-üretim-ihracat politikalarının dünya ticaretindeki muhtemel sektörel gelişmelere paralel bir şekilde belirlenmesiyle mümkün olabilecektir.

Türkiye’nin yeni kuşak teknoloji transferi alabilmesi, bunu ekonomik bünyesine uyumlu hale getirebilmesi ve dünyanın hızlı gelişmesine ayak uydurabilmesi için geliştirilmiş ve farklılaştırılmış sanayii ürünlerinin üretimine ve endüstri içi ticarete önem vermesi gereklidir.

Türkiye’de dışa açık sektörler olarak kabul edilebilecek ihracatı 500 milyon doların üzerinde olan sektörler; tekstil ve giyim eşyası, televizyon ve radyo alıcıları, işlenmiş sebze meyveler ve motorlu kara taşıtlarının motor aksam ve parçalarıdır. Bu sektörlerin piyasa yapıları incelendiğinde tekstil ve giyim eşyası ile işlenmiş sebze meyveler sektöründe çok sayıda firmanın üretim ve ihracat yaptığı görülmekte ve bu sektörlerde tam rekabetçi bir piyasa yapısının olduğu söylenebilmektedir. Ancak Türkiye’nin ihracatının kalan büyük bir kısmı az sayıda büyük firma tarafından gerçekleştirilmektedir.

Pazar ve ürün çeşitlendirmesine gidilmesi, tarım ürünleri ihracatını artırıcı bir yöntem olabilecektir.

Ekolojik üretim teşvik edilmeli ve organik tarımsal üretim alanları genişletilmeli ve bu alanlar koruma altına alınmalıdır.

Türkiye'nin imalat sanayiinde çıktı/girdi kriterine göre en verimli sektörleri; gemi ve hava taşıtları, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri, metalik olmayan diğer mineraller ile tıbbi aletler ve hassas optik aletlerdir. Ancak bu sektörlerin ihracatının, imalat sanayii ihracatı içindeki payı günümüzde sadece yüzde 9'dur. Katma değer sıralamasında 15 ve 18'inci olan tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ihracatının payı ise yüzde 40'tır.

Özellikle, yatırım teşviklerinin bu açıdan değerlendirilmesi ve yüksek oranlı katma değer yaratan sektörlerde rekabet üstünlüğünü sağlayıcı altyapının oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye'nin temel dış ticaret politikalarından birisi, ülkenin ekonomik ve ticari sisteminde büyük bir dönüşüm sağlayan, ticari ve hukuki altyapının uluslararası standartlara çıkarılmasına yardımcı olan gümrük birliğinin, tam üyelik müzakereleri çerçevesinde derinleştirilmesi olarak görülmektedir.

Türkiye'nin AB ile ilişkilerini gümrük birliği modeli kapsamında uzun vadede sürdürebilmesi için; kısa bir dönem içerisinde (2004-2005 yılları arasında) tam üyelik müzakere sürecinin başlatılması veya Türkiye'nin karar alma sürecine katılımını sağlayacak hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu stratejinin tamamlayıcı diğer bir unsuru ise, Türk KOBİ'leri başta olmak üzere, işletmelerin Tek Pazar kapsamında rekabet edebilmeleri için gerekli mali desteğin Topluluktan temin edilmesidir.

Ülkemizin dış ticaret dağılımı üzerinde coğrafi yakınlığın avantajı Avrupa ile olan ticarete kullanılırken, diğer bölgelerle ekonomik ve ticari ilişkilerde yeterince kullanılamamaktadır. Avrupa hariç, diğer komşu ve yakın ülkelere yönelik ticaretin gelişmemiş olmasının en önemli sebebi siyasi ilişkilerin, ticari ilişkilerin önüne geçmesidir. Oysa ulaştırma maliyetleri, tüketim kalıplarındaki benzerlik, kültürel yakınlık gibi faktörlerin dış ticaret işlemleri üzerindeki bilinen etkileri göz önüne alındığında Türkiye'nin çevresinde çok büyük bir pazar ortaya çıkmaktadır.

21'inci yüzyılda Türkiye'nin arzulanan gelişmişlik seviyesine gelebilmesi ancak ve ancak siyasi ilişkilerin, ticari çıkarlara göre şekillendirmesi ile mümkün görülmektedir.

Bu çerçevede toplam ithalatı 150 milyar doları bulan Ortadoğu bölgesinin, Türkiye'nin ihracatı içerisindeki payının, önümüzdeki sekiz yılın sonunda, yüzde 25-30'lara yükseltilmesi hedeflenmektedir. 2001 yılında ulaşılan pay, bu hedefin gerçekleştirilmesi yönündeki kararlılığı yansıtmaktadır.

On yıllık geçiş süreci sonunda yapısal pek çok sorunları geride bırakan Orta Asya Türk Cumhuriyetleri daha istikrarlı ve büyümeye yönelik bir döneme girmişlerdir. Bu süre zarfında Türkiye bölgedeki ülkelerle ticaretini geliştirme yolunda önemli adımlar atmış, bu yönde gereken siyasi iradeyi göstermiştir. Bundan sonra da ilişkilerin ticari boyuttan daha ileride ekonomik bir perspektif içerisinde geliştirilmesi, Türkiye'nin bölgede ağırlığını artırmasını sağlayacaktır.

Mevcut enerji kaynaklarının, kalkınma için gerekli olan ölçüde ve kalitede enerjinin sağlanmasında yetersiz kalması, Türkiye'nin bu alanda yüzde 65 oranında dışa bağımlı olması sonucunu doğurmuştur. Ekonomik büyüme ve artan talebe bağlı olarak, bu bağımlılığın 2020 yılında yüzde 75'ler seviyesine yükseleceği öngörülmektedir. Buna karşılık, Orta Asya ve Ortadoğu ülkelerindeki zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarının Batı Pazarlarına taşınmasında önemli bir koridor olması Türkiye için büyük bir avantaj teşkil etmektedir.

Türkiye'de, Gümrük Birliği Kararının hayata geçmesiyle birlikte, dış ve iç piyasa ayrımı söz konusu olmaktan çıkmıştır. Böylece iç piyasa için üretilecek herhangi bir ürünün, potansiyel olarak, herhangi bir engelle karşılaşmadan, AB pazarında serbest dolaşıma girmesi mümkün olmuştur. Bu bağlamda, kalite altyapısının güçlendirilmesi, dış ticaret stratejisinin bir aracı olmaktan çok, genel sanayi stratejisinin bir aracı hüviyeti taşımaktadır. Bu hususlara önem verildiği takdirde kalite yükseleceğinden ürünün rekabet şansı ve getirisi de artacaktır.

Henüz etkin bir şekilde faydalanılmayan yeni ve yenilenebilir enerji kaynaklarının (rüzgar ve su enerjisi) kısa sürede devreye sokulması ve başta elektrik ve

doğal gaz olmak üzere enerji kaynaklarında üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda; etkin, verimli, rekabete açık, şeffaf, tüketici haklarının korunmasını sağlayan bir piyasanın oluşturulması sürecine hız kazandırılması gerekmektedir.

Türkiye'nin genel ihracat stratejisinin tamamlayıcı bir unsuru olan Pazara Giriş Stratejilerinin hayata geçirilmesi, iş dünyasına ve yatırımcılara, uluslar arası ticarete karşılaşılan kısıtlayıcı yabancı piyasa düzenlemeleri, standartlar, testler, etiketleme ve sertifikasyon, kamu alımları, ihracat teşvikleri, fikri mülkiyet hakları yetersizliği, hizmet engelleri, yatırım engelleri, rüşvet ve yolsuzluk gibi tarife dışı engeller konusunda yardım edecektir.

Türk Eximbank'ın, 2000'li yıllarda da öncelikli hedefinin, dış ticaret politikaları çerçevesinde ihracatın desteklenmesine devam etmesi olmalıdır. Bu çerçevede, Türk Eximbank'ın ihracatın, ürün ve ülke bazında çeşitlenmesine katkı sağlamak üzere uyguladığı programlarda gerekli düzenlemeleri yapması, gerektiğinde yeni programlar ortaya koyması önemlidir.

Türk firmalarının bu yüzyılda uluslararası rekabet gücünün artırılması yönünde atılacak en önemli adım, innovasyon alt yapısının güçlendirilmesi olacaktır. Dünya ticaretinde önemli pay sahibi olan gelişmiş ülkeler ve dünya ticaretinden aldığı payı artıran gelişmekte olan ülkelerin elde ettiği başarılar; yapılan icatların, üretilen yeni teknolojilerin veya varolan teknolojilerin yeni ihtiyaçlara uyarlanması bir neticesidir.

Yeni icatların gerçekleştirilmesi, ülkede varolan bilimsel, teknolojik araştırmaların, bunu gerçekleştirecek araştırmacı ve bilim adamı mevcudiyetinin ve yeniliğe talep yaratacak sanayi kesiminin ve tüm katılımcı çevrelere gerekli ivmeyi sağlayacak kurumsal bir altyapının yani üniversite-sanayi-kamu kesimi işbirliğinin sonucu olacaktır. Rekabet üstünlüğü bakımından yeni araştırmalardaki en önemli husus, geliştirilen yeni teknolojilerin veya yapılan icatların ticari hale getirilmesidir.

Türkiye için reel kurun takip edilmesi günümüz koşullarında dış ticaret açısından daha gerçekçi bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Reel değişimlerin sağlıklı bir şekilde takip edilebilmesi için sepetteki dövizlerin ağırlığının sabit olması

gerekmektedir. Ayrıca kullanılan sepetteki dövizlerin ağırlıkları, Türkiye'nin dış ticaretinin yapısını iyi temsil edecek şekilde dağıtılmalıdır.

Karşılıklı ticaretin bir şekli olan off-set uygulamalarının, dış ticaretimizin geliştirilmesi kapsamında önemli bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tanıtım faaliyetlerinin bir "Türkiye Tanıtım Stratejisi" çerçevesinde devlet ve özel sektörün tüm ilgili kurum ve kuruluşlarının işbirliğiyle oluşturulan ve yürütülen sistematik bir program olarak ele alınması ihracata, istikrarlı ve kalıcı bir fayda sağlayacaktır. Diğer taraftan dünyanın birçok bölgesinde izlenen TRT kanallarından birinin, sektörlerle işbirliği yapılarak, belli saatlerde reklam amaçlı yayın yapılması, ihraç ürünleri ve turizm potansiyelinin tanıtımı bakımından faydalı olacaktır.

Dış ticaretin bölgesel dağılımı ve sektörel yapısı dikkate alındığında, mevcut taşıma biçimlerinden birinin yerine bir diğerinin ikame edilmesinin kısa ve orta vadede imkan dahilinde olamayacağı, dış ticarete taşımacılıkta denizyolu ve karayolunun ağırlığının devam edeceği anlaşılmaktadır. Aslında, taşıma biçimleri birbirinin alternatifini olarak görülmemeli, uluslar arası piyasalara açılımda Türkiye için en ekonomik taşıma biçiminin kombine taşımacılık olduğu gerçeğinden hareketle, genel bir ulaştırma stratejisi içerisinde en ekonomik taşıma biçimlerini birbiriyle uyumlu hale getirmek gerekmektedir.

Çok uluslu şirketlerle Türk firmalarının kuracakları stratejik ortaklıklardan ortaya çıkacak bir diğer önemli fayda da, bu şirketlerin sahip oldukları küresel dağıtım kanallarına ve pazarlarına erişim imkanıdır. Türk firmalarının teknolojik seviyelerinin yükselmesi bu ortaklıklarla gerçekleşecek teknoloji transferini ve buna bağlı olarak yeni pazarlara erişim imkanlarını artıracaktır. Bu stratejik ortaklıklar ihracatın yapısal sorunlarından olan endüstri-içi ticaret oranının azlığını da ortadan kaldıracaktır. İhracat içerisinde endüstri-içi ticaretin artması, ihraç pazarlarında derinleşmeyi de beraberinde getirecek ve ihracat sağlıklı ve sürdürülebilir bir artış trendi yakalayacaktır.

KOBİ'ler sahip oldukları esnek yapıları ile ulusal inovasyon sisteminin güçlendirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Sabit maliyetlerinin düşük olması, büyük

ölçekte stok bulundurmamaları gibi sebeplerle KOBİ'lerin üretim yapılarının yeni teknolojilere adaptasyonu daha kolay ve kısa sürede gerçekleşmektedir. Bu sebeple KOBİ'lerin yapacakları AR&GE faaliyetleri desteklenmeye devam edilmelidir.

Dünyada endüstri-içi ticaret de hızla gelişmektedir. Bu gelişimin doğal sonuçlarından en önemlisi teknoloji transferidir. Ülkemizin yeni kuşak teknoloji transferi alabilmesi, bunu ekonomik bünyesine uyumlu hale getirebilmesi ve dünyanın hızlı gelişmesine ayak uydurabilmesi için, farklılaştırılmış sanayi ürünlerinin üretimine ve ticaretine önem vermesi gereklidir. Bu kapsamda endüstri-içi ticarete müsait sanayi dallarının eğitim, enerji, girdi ve finansman yönünden desteklenmesi ihracat ve ekonominin bütünü için büyük önem arz etmektedir.

Önümüzdeki çeyrek yüzyılda Türkiye ekonomisinin güçlenmesi için değişen şartlara uygun, gerekli kamu alt yapısının oluşturulması ve kamu idaresinin yeniden yapılanması bir zorunluluk haline gelmiştir. Devlet, kamu hizmetlerini icra etmek yerine, düzenleyici ve denetleyici bir otorite olmalıdır. Bu bağlamda etkin ve verimli bir devlet yönetimi için kurumlar arasında yaşanan ve genellikle görev-yetki çatışmasından doğan gerilimleri en aza indirecek, uygulanabilir, toparlayıcı ve etkin bir mekanizma meydana getirilmelidir.

Dış ticaret politikalarının başarısı ve etkinliği için, bu politikayı uygulayacak kurum ve kuruluşların, hem kendi içlerinde hem de birbirleri ile olan ilişkilerinde uyumlu çalışmaları temel şarttır.

Ülkelerin bu sürece kayıtsız kalmaları mümkün olmadığından, kalkınma yolunda ilerleyebilmeleri ve dünya refahından daha fazla pay alabilmeleri ancak bu süreci doğru algılamaları ile mümkün olacaktır.

Türkiye'nin bu süreci doğru algılayıp değerlendirmesi ve "bilgi çağı" olarak adlandırılan bu dönemde, ekonomik ve sosyal gelişmesini, ülke refahını artıracak şekilde, dış ticaret politikasıyla desteklemesi ve böylece uluslar arası rekabetin hakim olduğu pazarlara daha çok ve katma değeri yüksek mal ve hizmet satması stratejik hedefimizdir.

24.TÜRKİYE DIŞ TİCARET STRATEJİSİNE ELEŞTRİSEL YAKLAŞIM

Türkiye Dış ticaret stratejisi ile 2005 yılından başlayarak 5 yıllık periyotlarla ülkemizin 2023 yılına kadar ki sürede dış ticarete izleyeceği strateji çok yönlü olarak belirtilmeye çalışılmıştır. Ancak gerek belirtilen hususlar gerekse stratejinin oluşturulma biçimi açısından bir takım eksiklikler ve eleştiriler göze çarpmaktadır.

Programda 1980 yılından başlayarak dünya ve Türkiye ekonomisinde ve dış ticaretinde gelişmeler belirtilmiştir. Dünyada yaşanan gelişmelerin Türkiye üzerindeki etkisi ve paralelinde Türkiye'nin iç politikalarının dış ticarete etkisi anlatılmıştır. Dünya ülkelerinde ve bölgelerinde çeşitli sektörel bölgesel ve ekonomik gelişmeler ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bu arada dünya dış ticaretinin gelişmelerinden ve gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere bahsedilmiştir. Gelişmiş ülkelerin teknoloji yoğun ve getirisi yüksek malların dış ticarete kaydığına değinilirken Türkiye'nin neden bu konuda geç kaldığı ya da Türkiye'nin ne zaman bu konuma geleceğinden bahsedilmemiştir.

Türkiye'nin dış ticaretinde ihracat payı yükselmekle birlikte 20 yıllık süreçte gelişme gösterememiştir. Ülkenin siyasi karışıklıkları dünyadaki krizlere ve dalgalanmalara açık olması ülkemizde istikrarsızlıklara açık bir konum oluşturmuş ve gerek büyüme gerekse dış ticaret artışları dalgalı bir seyir izlemiştir. Ülkemizde örneğin iki büyük ürün tekstil ve hazır giyim grubu dış ticaret kompozisyonunda büyük pay almaktadır.Tarım ürünlerinde olağanüstü bir düşüş yaşanmış bunun nedenlerine ise stratejide değinilmemiştir. Ayrıca ihracatın, tekstil-hazır giyim sektöründe gerçekleştirdiği atılımın bir benzerini 2000'li yıllarda başka sektörlerde de gösterebilmesi, Türkiye'nin yatırım-üretim-ihracat politikalarının dünya ticaretinde yaşanan sektörel gelişmelere paralel bir şekilde belirlenmesiyle mümkün olabileceği belirtilirken bunun nasıl yapılacağı ya da konu üzerinde ne gibi çalışmalar yapıldığından bahsedilmemiştir. 1990'lı yıllarda Türkiye ihracatının bölgesel dağılımı ile dünya ithalatının bölgesel dağılımı karşılaştırıldığında, dünya ithalatında önemli paya sahip olan Kuzey ve Latin Amerika ile Asya bölgelerinde makul düzeyde pazar payına ulaşamadığı görülmektedir. Bunun sağlanması için Türkiye'nin neler yapacağı hangi

stratejilerle sürekli büyüyen Pazar olan Latin Amerika pazarına yerleşeceğinden bahsedilmemiştir.

Ülkemizi dış ticaret yönünden etkileyen en önemli uluslar arası iki kurum AB ve Dünya ticaret örgütü olmuştur. AB ile imzalanan Gümrük birliği anlaşması ve DTÖ ile imzalanan Uruguay raundu anlaşmaları Ülkemizi dış ticaret yönünden etkileyen gelişmeler olmuştur. Bu stratejide özellikle bu Anlaşmanın etkileşimleri anlatılmış avantajları yanında dezavantajlarından çok fazla bahsedilmemiştir.

Ülkemizin ihracat ve üretimin artması için gereken alt yapı yatırımlarındaki izlediği politikalar ve özellikle teknolojik alt yapı yapılması konusundaki gelişmelere değinilmemiştir. Telekomünikasyon iletişim, elektronik alt yapı yatırımlarının gerekliliği su götürmez bir gerçektir. Bu anlamda alt yapı yatırımlarını yapma görevi devlete düşmektedir. Bu anlamdaki strateji ve yapılması gerekenlerin planlaması yapılmalıdır.

Dış ticaretimizin önündeki temel sorunlar tek tek belirtilirken bu sorunların çözümü için yapılması gerekenler ve bu sorunlardan çıkarılan derslere yer verilmesi veya daha fazla yer verilmesi gerekmektedir. Bu temel sorunların çözümü için iç politikada alınması gereken önlemler bulunmaktadır. Bunların çözümü ve ileriki dönemde bu sorunların önüne nasıl geçileceği konusuna mutlaka değinilmelidir. Bu sorunları çözümü iç politikadaki istikrarsızlıkların çözümü aynı zamanda doğrudan yabancı yatırımcıları da ülkemize çekecektir. Şu nu da belirtmek gerekir ki alt yapının hazır olduğu bölgelerde yabancı yatırımcılar daha fazla yer almaktadır. Gerekli siyasi ve ekonomik istikrarın olduğu bölgenin yabancı yatırımcılar tarafından daha fazla tercih edileceği aşikârdır. Ülkemizde yabancı sermayenin çoğu bankacılık sektöründedir. Bu da bir risktir Ancak bunun değiştirilip ürün yelpazesinin artırılması gerektiği stratejide önemle belirtilmemiştir. Ülkemizin yabancı sermaye için yapması gerekenler ve alması gereken önlemler üzerinde durulmamıştır.

Türkiye’de imalat sanayinde çıktı/girdi kriterine göre, gemi ve hava taşıtları, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri, metalik olmayan diğer mineraller ile tıbbi aletler ve hassas optik aletler en verimli sektörlerdir. Söz konusu sektörlerde bir birim

değerinde girdi ile iki birim veya üzerinde çıktı elde edilmektedir. Ancak bu sektörlerin ihracatının, imalat sanayi ihracatı içindeki payı günümüzde sadece yüzde 9'dur. Katma değer sıralamasında 15. ve 18. olan tekstil ve hazır giyim ürünlerinin ihracatının payı ise yüzde 37'dir. Bunun değiştirilmesi katma değeri yüksek ürünlerinin ihracatı artırılması gerekir bunun gerçekleşmesi içinse alınan veya alınması gereken önlemlere değinilmelidir. Türkiye verimliliği yüksek ürünlerin ihracatındaki payını arttırmalı ve bunun için gerekli politikaları uygulamalıdır.

Enerjide gerekli yatırımların yapılması gerekirken diğer önemli sorunda kaçak kullanılan enerjinin halk üzerinde ve sanayi üretiminde yarattığı olumsuz yükür. Türkiye enerjide ki dış bağımlılığını azaltacak yatırımları yapmalıdır. Enerji kayıpları en alt seviyeye indirmelidir.

Serbest bölgelerin Devlet kurumlarıyla olan ve süre gelen kısa ve orta vadeli sorunları çözümlenmeli bu anlamda yapılması gerekenler üzerinde durulmalıdır.

Devletim kurumsal ve idari anlamda yapısal bozuklukları çözümlenerek gerekli her türlü önlemleri ihracatçılar veya buna birlikler ile koordineli bir şekilde yürütmelidir. Dış ticaret politikalarının başarısı ve etkinliği için, bu politikayı uygulayacak kurum ve kuruluşların, hem kendi içlerinde hem de birbirleri ile uyumlu çalışması temel bir şarttır. Dış Ticaret Müsteşarlığının yurt dışı temsilcilerinin daha etkin bir yapıya kavuşturulması gerekmektedir. Ayrıca Üniversitelerde mesleki bilgiye sahip ilgi bölümlerden mezun kişiler yetiştirilerek sektörlere kazandırılmalıdır. Bu anlamda beşeri sermaye arttırılmalıdır.

Dış ticaret stratejisinde etki olacak yapısalıklar açıklanırken dünyada var olan ve geçmişte yaşanan gelişmeler anlatılırken söz gelimi Örneğin DTÖ veya IMF gibi kurumların etkisi yanında bundan sonraki olası gelişmelerden veya ilişkilerden bahsedilmemiştir. Küreselleşmeden bahsedilirken küreselleşmenin ülkemiz üzerindeki reel etkisine değinilmemiştir. Aynı şekilde ülkemizin küreselleşme ile dünya ticaretinden veya pazarından ne kadar pay aldığı bunun ülkemiz üzerindeki etkisinden bahsedilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin yabancı sermaye girişini artıramaması ve özelleştirme sürecindeki gecikme, dış ticareti üzerinde de olumsuz etki yaratmıştır. AR-GE ve yüksek teknoloji yatırımların gecikmesine yol açmıştır. Türkiye'nin neden ithalatında hala ara ve yatırım mallarının payının yüksek olduğu ve bu payın neden azaltılmadığı konularından bahsedilmemiştir. Ülkemizin yapması gereken çok uluslu şirketlerin yapacağı yatırımları ülkemize çekmek ve bunun için gerekli çalışmaları yapmaktır.

DTÖ kapsamında imzalanan Uruguay raundunda tarım sektörü ile ilgili kararların Türkiye üzerindeki özellikle tarım üzerindeki etkilerinin olumsuz özellikleri üzerinde durulmamıştır. Türkiye'nin ihracatı içinde halen bir numaralı sektör olan hazır giyim ve tekstil sektörünün, dünyada yaşanan son gelişmeler sebebiyle, gelecekte çeşitli zorluklarla karşılaşması muhtemeldir. Özellikle, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri" anlaşması ile 2005 yılından itibaren tamamen kalkacak olan kota uygulaması ile birlikte tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde görülecek serbest ticaret ortamı bu ürünlerin ihracatçıları zor durumda bırakacaktır. Bu nedenle alınması gereken tedbirler belirtilmelidir. Aynı zamanda ülkemizin bu durum için süratle diğer sektörlerdeki gibi ürün yelpazesini genişletmelidir. DTÖ kapsamında engellerin kaldırılması ile Anti-damping ve anti-sübvansiyon soruşturmalarına, ürünlerin çevre ve insan sağlığına uygun olup olmadığının değerlendirilmesine (çevre damping), sosyal damping olarak nitelendirilen çocuk işçi istihdamı ve sosyal güvenlik sistemi dışında kalan bir istihdam olup olmadığının tespitine yönelik olarak aranacak bürokratik şartlarla gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere kaynaklanabilecek artan ithalata karşı, sayılan tedbirlere sıklıkla başvurmaktadır. Gelişme Yolundaki Ülkelerin (GYÜ) önde gelen ihracat kalemlerinden birini oluşturan tekstil ürünlerinin, gelişmiş ülkelerdeki sanayiler üzerindeki olumsuz etkilerinin önlenmesi için bu ülkelere uygulanan tedbirler, önde gelen tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkeler arasında yer alan Türkiye'yi zor duruma düşürmüştür. Ülkemizde bu konudaki aldığı önlemler ve yapması gerekenler belirtilmeli, bu anlamda da strateji oluşturulmalıdır.

Avrupa Birliği ülkelerine yoğunlaşmış olan Türkiye'nin ihracatı, pazar açısından son yıllarda biraz daha çeşitlenmişse de ABD ve Japonya gibi pazarlarda

henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Bu pazarın genişletilmesi veya yeni pazarlar elde edilmesi için mutlaka bir Pazar stratejisi geliştirilmelidir.

Ar-Ge faaliyetleri, sürekli eğitim, moda ve marka olgusu, satış sonrası hizmet ve elektronik ticarete uyum rekabet üstünlüğü açısından önemli olmakla birlikte ülkemizde bunun ne kadar yapıldığı yada bunun için nelerin yada hangi önlemlerin alınacağı dış ticaret stratejisi içerisinde yer almamaktadır.

Tekstil üretiminde ülkemizin daha iyi hammaddeler (özellikle de pamuk) üretebilmesi bun içinde bazı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Böylece üretim maliyetleri düşebilecektir. Ülkemizin söz konusu ürünlerde pazarda devamlığını sağlaması gerekmekte aynı zamanda yeni pazarlara açılmalıdır.

İhracatçı için çok fazla önem taşıyan konularda ambalajlama, satış sonrası hizmet, enformasyon, çevre sağlığı gibi konularda eğitici önlemler almak zorundadır. Tekstil sektöründe Türkiye'nin oluşturduğu markanın devamının sağlanması ve katma değeri yüksek ürünlerin üretiminin fason üretimin yerine geçmesi için gerekli önlemlerin alınması ve bu konuda hem eğitim verilmeli hem de teşvik edilmelidir.

Stratejide bazı eksiklikler belirtilmiş ancak yapılması gereken veya alınması gereken önlemlere değinilmemiştir. Örneğin Gümrük birliğinde ithalat artmış ancak İhracatta bir sıçrama gerçekleşmemiştir. Bu gibi durumların nedenleri üzerinde durulmalı ve sorgulanmalıdır. Ülkemiz AB ülkeleri ile ticareti toplam ticarete oranı batı Avrupa ülkeleri arasında en düşük ülke konumundadır.

Türkiye İthalatının hala en çok ithalat yaptığı mallar yatırım ve ara mallarıdır. Bunun için ülkemizin yapması gerekenler belirtilmemiştir. Dolayısı ile ülkemizin ithalatı sürekli yüksek olmaktadır. Bunun için ülkemizin üretimini arttırması ve Katma değeri yüksek ürünlere yönelmelidir.

Ülkemiz AB ile olan ticaretinde ürün yelpazesinin yanında, Pazar payını arttırmalıdır. Bunun için yapılması gerekenler yine strateji içerisinde yer almamıştır. AB ile olan sürüncemeli ilişkiler ticaretimizi de etkilemektedir. Bundan dolayı bu büyük

pazarın nimetlerinden ülkemiz tam olarak yararlanamamaktadır. Gümrük birliğine tabi olmayan malların ülkemiz için oluşturduğu sorunlar ortadan kaldırılmalıdır.

Türkiye için AB pazarında rekabet edebilmenin temel koşulu, “bilgi çağının” gereklerine uygun eğitim ve teknoloji alanlarına yönelik yatırımlar ile inovasyon ve girişimciliğin teşvik edilmesidir. Ancak bu konuda yapılması gerekenler üzerinde durulmamıştır. Ayrıca en önemli konulardan olan AB ile Eğitim politikalarına uyumdan ve eğitimin öneminden yeterince bahsedilmemiştir.

Yabancı sermayenin önemine değinilirken Türk Cumhuriyetleri ile olan ilişkilerinin de yabancı sermaye girişleri açısından avantaj yaratabileceği değerlendirilmektedir. Ancak bu ilişkilerin ticari anlamda bugüne kadar yapılan ticaretten ve bu pazardan kültürel ve birazda olsa dil birliğinden yararlanarak pay alınmasının ve bunun için yepyeni politikalar uygulama zorunluluğundan bahsedilmemiştir. Ülkemiz Avrasya pazarının en önemli üyesi olmalıdır.

Nitekim AB üyesi ülke şirketleri tarafından DYY için Türkiye bölge ülkeleri arasında Polonya’dan sonra en çok tercih edilen ülke olarak gösterilirken, birebir görüşülen ABD’li Çok Uluslu Şirket yetkilileri Türkiye’yi bölgedeki en uygun yatırım merkezi olarak görmektedir. Ancak, bu olumlu görüşler, fiili yatırımlara dönüşmemektedir. Bu nedenle yabancı sermayenin ülkemize yatırım yapması için gerekli hangi önlemlerin alınacağı ve uygulanacak politikalar belirlenmelidir. Hukuki ve bürokratik anlamda oluşturulacak alt yapı ile ülkemiz daha cazip bir ülke konumuna gelecektir. Ülkemiz gerekli mali desteği AB’den sağlayamamaktadır. Bu yüzden bazı gelişmeler engellenmektedir.

İhracatımızda yapısal aksaklık olduğu belirtilmiş ancak strateji içerisinde bu yapısal aksaklıkların üzerinde durulmamış, ayrıca bunların çözümüne yönelik öneriler yer almamıştır. Ayrıca uzun vadede bununla ilgili yapılması gerekenler sıralanmalıdır. Bu anlamda zorunlu olarak alınacak önlemler belirtilmelidir. İhracatta birkaç malda olan ağırlığı ürün çeşitlendirmesi ile dağıtmak ve daha yüksek katma değer üreten ürünlere daha fazla ağırlık verilmelidir.

Ülkemiz bazı mallarda ihracat olarak üstünlüğü bulunmaktadır ancak bu ürünler katma değeri veya rekabet gücü düşük mallardır. Bu durumun değiştirilmesine yönelik adımlar veya politikalar belirlenmelidir. Rekabet üstünlüğü olan mal sayısı ve çeşidi arttırılmalıdır. Bazı mallarda bulunan riskin azaltılması veya bu ürünlerle ilgili önlemlerin azaltılması için bazı adımlar atılmalıdır. Örneğin üstünlüğümüz bulunan ve giderek ihracatı azalan ürünlerin yerini giderek diğer ürünler almalı bunun için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

Türkiye'nin özellikle yakın olduğu Orta doğuya yaptığı ihracatı arttırmalı, bunun için fuarlar düzenlenmeli veya tanıtım faaliyetlerine hız verilmeli bu pazardan daha çok yararlanması gerekmektedir ve bunun için uygulayacağı politikaları belirlemelidir.

Ülkemiz ürettiği ürünlerin birçoğunda ithal girdiler kullandığından dışa bağımlılığımız devam etmektedir. Bu yüzden ülkemiz yüksek katma değer üreten sektörleri teşvik edecek önlemleri almalıdır. Bununda dış ticaret için önemi üzerinde durulmalı ve verilecek teşviklerin cazibi yetinden bahsedilmelidir. Ayrıca bu sektörlerin bu teşviklerden yararlanması sağlanmalıdır. Böylece rekabet gücü artacaktır. Bu nedenle gerekli politikanın uygulanmasının önemi üzerinde durulmalıdır.

Dünyada giderek artan ölçüde yüksek teknoloji yoğun mallar ihracatı artarken ülkemizde neden hala düşük teknoloji yoğun mallar kullanılmaktadır? Bu soruya verilecek cevap ve alınacak önlemlerin belirtilmesi gerekmektedir. Ayrıca ülkemizin yaptığı ihracatın yine bazı ülkelere yoğunlaştığı görülmektedir. Bu anlamda da Pazar çeşitlendirmesine gidilmeli ve ülke riskleri dağıtılmalıdır. Ülkemizin gümrük birliği ve AB süreçlerinin tamamlanması ile karşılaşacağı yoğun rekabet için bir politika belirlemesi ve gerekli önlemleri alması gerekmektedir.

Ülkemizde bazı ürünlerin üretimi sadece birkaç firma ile sınırlı kalmıştır dolayısıyla bunun hem üretiminin hem de ihracatının artırılması, aynı zamanda da bu sektörlerde firma sayısının arttırılması ve bunun için çeşitli teşvik edici politikalar uygulanmalıdır. Örneğin tekstil sektöründe rekabet olmasına rağmen bazı ihracatçı firmaların ağırlığı dikkat çekmektedir.

Ülkemiz için belirlenen hedefte 2023 yılında ihracatın yaklaşık 500 milyar, ithalatın ise yaklaşık 600 milyar dolar seviyelerinde olacağı tahmin edilmektedir. Ancak bunun için hangi sektörlerin lokomotif olacağı ya da hangi sektörde hangi artışın beklendiği analizi yapılmamıştır. Ayrıca dış ticaret açığının 100 milyar dolar olmasının bir hedef olarak belirlenmesi düşündürücüdür. İthalat ve ihracatta meydana gelecek artışın nasıl olacağı stratejide yer almamaktadır. İhracatın artırılmasına yönelik stratejide belirlenmemiştir.

Ülkemizin Pazara giriş stratejisi belirtilmemiştir. Bu amaçla 2000 yılında başlayan pazara giriş stratejisinde hangi durumda olduğumuz ve bu amaçla bahsedilen hedeflerin gerçekleşmesine yönelik uygulanacak yöntemlerin belirtilmesi de faydalı olacaktır. Özellikle KOBİ'lere yönelik yapılan veya yapılacak olan çalışmalara değinilmesi çok önemli durmaktadır.

Ülkemizin tarım ürünlerinin ihracatında da gerekli önlemleri alması ve özellikle ekolojik ve doğal ürünlerin ihracatını artırıcı önlemler almalıdır. Bu arada Tarım ürünleri için çok önemli olan pazarların tespiti ve bu pazarlarda önemli bir yer edinilmesi gerekmektedir. Ülkemiz tarım ürünleri konusunda elinde bulunan fırsatları değerlendirmeli ve bu fırsatların tespitini yapmalıdır ancak Dış ticaret stratejisi bu yönde eksik kalmıştır.

Ülkemizin AB sürecinde uygulamak zorunda olduğu ortak tarım politikaları yine ülkemizin politikalarına yön verecektir dolayısıyla özellikle işlenmiş tarım ürünleri ile ilgili gerekli önlemleri almalıdır. Tarım ürünlerinin hassasiyeti göz önüne alınmalı ve uygulanacak politikalar üretici odaklı olarak gerçekleşmelidir. Zira ülkemizde tarım istihdamı hala çok yüksek seviyelerdedir. Tarım ihracatına yönelik hedeflerde sınırlı ve yetersiz kalmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde gerek yerli üretim dalı adına haksız rekabete karşı şikâyetlerin hazırlanmasında gerek soruşturma sırasında kullanıcılar ve tüketicilerin haklarının savunulmasında meslek kuruluşları önemli görevler üstlenmektedir. Ülkemizde de meslek kuruluşlarının şikâyet ve soruşturma sürecine aktif katılımında fayda mütalaa edilmektedir. Ancak bu anlamda Ticaret Politikası Araçları Genel

Müdürlüğünün kurulması amaçlandığı belirtilmiş sadece böyle bir kurumun kurulmasının yerinde olacağı belirtilmiştir. Oysa bu kurumun vizyon ve misyonu da belirtilmelidir.

Dış ticaret sermayeli şirketlere verilen destek ve teşviklerden bahsedilmiştir. Ancak bu şirketler için aranan koşullar her firmanın gerçekleştiremeyeceği unsurlardır bu nedenle bu şirketlerin ihracatı kutuplaşma oluşturarak İhracatımızın % 40'ını gerçekleştirmiştir.

Diğer bir model olan sektörel dış ticaret şirketleri ülkemizde yetersizdir. KOBİ'lerden oluşan bu birliklerin verilecek teşviklerle ve desteklerle artırılması gerekmektedir. Böylece ülkemizde yoğun bulunan KOBİ'ler ihracatta daha yoğun olarak yer alacaklardır. Bu anlamda da bazı hedefler konmalıdır. Bu SDŞ'lerin yaptıkları ihracata da hedef konmalı ve mümkün olduğunca bu miktar arttırılmalıdır.

Dahilde işlem rejiminin ülkemiz için avantajları daha fazla anlatılmalı ve bu işlemin yarattığı avantajlardan firmaların daha fazla yararlanması sağlanmalıdır.

Ülkemizin offset uygulamalarından bazı alanlar hariç fazla yararlanmadığı anlaşılmaktadır. Pek çok ülkenin değişik avantajları nedeniyle çokça faydalandığı bu uygulamadan yararlanılmalıdır. Ayrıca bu uygulama için destek politikaları uygulanmalı ve bu politikalar ile ilgili yol haritası çizilmelidir. Özellikle ofset uygulaması ile ilgili kamu kuruluşlarının teklif almalarını özendirecek bir mevzuat bulunmaması eleştirilecek konulardan biridir.

Ülkemizin dış ticaret yapabilmesinde en önemli konulardan biri de tanıtım faaliyetleridir. Gerek Pazar elde edilmesi hedef bölge veya hedef ülke konuları açısından önem taşıyan bu hususta Sistemli bir faaliyet güdülmeli ve gerekli kaynaklar bu alana ayrılarak tanıtım politikası oluşturulmalıdır. Tanıtım faaliyetleri ihracata katkı yapacak şekilde oluşturulmalıdır. Bu anlamda yurt dışında yaşayan Türk iş adamlarından veya Türk girişimcilerinden maksimum fayda sağlanacak şekilde destek faaliyetleri yapılmalıdır.

Ülkemizde en önemli konulardan biri de ihracatın finansmanıdır. Bu anlamda gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de ticari bankaların ihracat finansmanında daha aktif ve daha fazla rol oynamalıdır. Bunun içinde devlet bazı tedbirleri almalı veya ticari bankaları bu anlamda teşvik etmelidir.

Bazı gelişmiş ülkelerde ihracat kredi garanti kuruluşları ve sigorta kuruluşları ayrı ayrı örgütlendikleri halde Türkiye’de bu iki iş aynı kurum otoritesi altında toplanmıştır. Tüm ihracat kredi kuruluşlarında olduğu gibi Türk Eximbank’ın üstlendiği politik risk devlet garantisi altında bulunmaktadır. Ticari bankaların üstlendiği görev ihracatın finansmanında arttırılmalıdır. Mümkün olduğunca ticari bankalar etkinleştirilmelidir. Eximbank gibi ticari bankalarda kısa vadeli kredi verme olanaklarına sahip olmalıdır. Böylece Eximbank vereceği orta ve uzun vadeli kredilerde de rahatlayacaktır.

Türk Eximbank’ının KOBİ’lere yönelik destek faaliyetleri artmalı ve devamı sağlanmalıdır. Eximbank da izlenecek stratejiye uygun hareket ederek ihracatçıya destekleri devam etmelidir. Eximbank’ın orta ve uzun vadeli kredileri arttırması ve ihracat sigorta ve garantilerinde etkinleştirilmelidir. Bu anlamda ticari bankaların da daha esnek bir yapıda ihracatçıya daha fazla destek olması gerekmektedir. İhracatçıdan istenen teminat ve garantilerin daha yumuşatılması ticari bankaları tercihli hale getirecektir. Örneğin uygulanacak olan etkin ihracat sigortası ile ihracatçı daha güvende olacak ve daha etkin bir ticaret gerçekleştirecektir. Ticari bankaların vereceği kredilerde de Eximbank’ın vereceği garantiler çok önemlidir. Bunun mümkün olduğunca arttırılacağı politikaların devreye sokulması gerekmektedir. Bir diğer husus da Eximbank’ın finansman desteği sağlanan ihracatın yapılacağı ülkelerin iyi izlenmesi rekabeti önleyecek yapıların tespiti ve risklerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmasıdır. Uluslararası alanda keskinleşen rekabet koşulları, garanti ve sigorta programlarının önemini giderek artırmaktadır. Sigorta programları çerçevesinde ticari ve politik risklerden arındırılmış bir ortamda çalışma imkânı bulan ihracatçıların ticari bankalardan daha kolay finansman temin edebilmelerine olanak sağlayacak mekanizmalara ağırlık verilmeli ve bunun ile ilgili izlenecek yol hemen ve süratle belirlenmelidir. Böylece ihracatçı rahatlayacaktır. İhracatçıların karşılaştığı güçlükleri

aşmak amacıyla güvenilir kabul edilen bankalarla Türk Eximbank arasında imzalanan sigorta anlaşmalarına yenilerinin eklenmesi için çalışmalar yapılmalıdır Bu güvenli bankaların tespiti ve anlaşmaların devreye girmesi ile ihracatçılarımız da rahatlayacaktır. Eximbank'ın kaynaklarının artırılması ve yararlanılacak olan kaynakların belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca Var olan kaynakların artırılması için çalışmalar yapılmalı ve ihracatçıya verilen finansman desteğinin artırılmasına yönelik politikalar dış ticaret hedefleri arasında yer almalıdır.

Dış ticaret stratejisinde yer alan kur politikaları daha çok geçmişte uygulanan kur politikalarına atıfta bulunurken önümüzdeki dönemde yer alacak olan veya uygulanacak olan kur politikasına veya hangi konjonktürel durumda hangi politikaların uygulanacağına çok fazla değinilmemiştir. Ayrıca ülkemizde yıllar boyu neden sabit kurda ısrar edildiğini, ortaya çıkan krizlere rağmen aynı sistemlerin neden devam ettirildiğine yer verilmemiştir. Mali sistemde kur politikaları gerek ithalat için gerekse ihracat için önemli iken bu politikaya yönelik gelecekte uygulanacak olan politika veya önlemlere yer verilmemiştir. Oysaki kur riski dış ticaret firmaları için en önemli hususlardan biridir. Ayrıca merkez bankasının para ağırlığı da bir eleştiri konusudur. Bu anlamda ağırlık USD yerine EURO birimi üzerinden olması daha uygun olacaktır.

Dış ticaret stratejisinde yer alan serbest bölge politikaları ile ilgili olarak devletin bu bölgelere ağırlık vermesi gerekmektedir. Gerekli alt yapı ve diğer yapılar tamamlanarak doluluk oranı artırılmalıdır. Mümkün olduğunca fazla sayıda kurulacak olan 'teknocity' veya 'teknoparklar' hem verimliliği hem de etkinliği arttıracaktır.

Ülkemize gelen yabancı sermaye miktarının artırılmasına yönelik herhangi bir stratejinin bulunmaması bir eksikliklerdir. Ayrıca ülkemize yabancı sermaye gelmesini engelleyen unsurların azaltılmasına ve ya ortadan kaldırılmasına yönelik bir yol belirlenmelidir. Teknolojiye ve eğitilmiş ya da nitelikli işgücü ile daha yüksek ve verimli yabancı sermaye sağlanacaktır.

Taşımacılık konusunda Demir yolu kullanımında yıllar boyu neden sevkiyatın düşük kaldığı ve var olan eksikliklerin neden hala giderilmediği tartışılmalıdır. Ayrıca maliyet artışı ile birlikte neden gelir artışının da sağlanamadığı belirtilmemiştir. Asya ile

Avrupa arasında köprü konumunda olan Türkiye üzerinden yapılan taşımacılığın gelişmesine engel oluşturan unsurlar tespit edilmişken bu sorunların çözümü için yeterli yol veya politika belirtilmemiştir. Ülkemiz için en uygun taşıma veya lojistik biçiminin kullanılması gerekmektedir. Üç tarafı denizlerle çevrili olan yurdumuzun limanlardan daha aktif yararlanması ve limanlardan yapılacak taşımacılık için her türlü eksikliği gidermesi ve bunun için kendine bir yol çizmesi gerekmektedir. Birçok anlamda yol üzerinde olan veya üs konumunda olan ülkemizin bunu özellikle transit çalışmacılıkta kullanması gerekmektedir. AB'nin Asya ülkeleri ve diğer ülkelerle yaptığı ticaret için kullandığı yollardan dönen paranın 1 trilyon dolar olduğu düşünülürse bu taşımacılığın veya yolların önemi daha iyi anlaşılacaktır. Özellikle Ortadoğu ve diğer Asya ülkelerine yapılan ticaretten pay almak için mutlaka bir patika belirlenmelidir. Bu anlamda Taşımacılık konusunda devam eden çalışmalar süratle bitirilmeli, yapılması gerekenler sıralanmalı ve süratle bir strateji oluşturulmalıdır. Taşımacılık alanında işletmecilik anlayışının da değiştirilmesi için faaliyetler yapılmalıdır. Alt yapı ve finansman eksikliğinin giderilmesi için mümkün olduğunca etkili önlemler alınmalı ve uygulamalar hayata geçirilmelidir. Ayrıca antrepo konusuna da değinilmeli ve depolama faaliyetleri için en etkin yol belirlenmelidir.

Elektronik ticarete dünyada var olan ticaretten ülkemizin nasıl daha fazla pay alabileceği ile ilgili bir yol belirlenmemiştir. Ayrıca e – ticaret için gerekli güvenli web politikaları maalesef yetersiz düzeydedir. Elektronik ticaretin nimetlerinden ülkemizin daha fazla yararlanmasını sağlayacak uygun politikalar üretilmelidir. Özellikle elektronik ticaretin oluşmasında bürokratik yapının daha hızlı çalışması gerekmektedir. Bunun ile ilgili eğitim politikalarına öncelik verilmelidir.

BÖLÜM XVI. DIŞ TİCARET STRATEJİSİ İL İL DEĞERLENDİRME⁸¹

Dış Ticaret Müsteşarlığı olarak hayata geçirdiğimiz "İhracata Dönük Üretim Stratejisi" ile bugüne kadar, her bir ilimizin hali hazırda ürettiği ürünleri nasıl dünya

⁸¹İl İl Dış Ticaret Potansiyeli Araştırması, T.C. Ekonomi Bakanlığı
<http://www.ekonomi.gov.tr/upload/7EF56F48-D8D3-8566-452092D48A1F70B1/kitapmakro.pdf>

pazarlarında rekabetçi bir şekilde satabilir sorusunun cevabını aradık. "İl İl Dış Ticaret Potansiyeli" çalışmamız ile birlikte bu bilincin daha da pekişmesi hedeflenmektedir.

Bunun için öncelikle, her bir ilimizin üretim ve ihracat potansiyelinin hangi ülkelere yönlendirilmesi gerektiğini belirledik. Artık illerimiz en rekabetçi ve kolay şekilde ürünlerini hangi ülkelere ihraç edebileceklerini biliyor olacaklar.

Her ilin ihracat sepeti en hızlı ve kolay nasıl daha nitelikli ürünler ile doldurulabilir onu tespit ettik. Buna göre Türkiye genelinde 200'den fazla sektör potansiyel arz ediyor. Her bir ilimizde, mevcut üretim ve ihracat deseni ile yeni hangi sektörlerin hayata geçirilebileceğini tek tek belirlenmiştir. Her ilde güçlü sektörleri ve hedef sektörleri bulundu. İllerimizin her birini bir ülke olarak kabul ettiğimizde, dünya pazarlarında hangi ürünler ile rekabet edebilecekleri ortaya çıktı.

Her bir il için belirlediğimiz bu sektörler, uygun destek ve teşvik mekanizmaları ile desteklendiğinde, illerimizin sanayisine, ticaretine, istihdamına ve kalkınmasına önemli derecede katkıda bulunacaktır.

İhracatımızın ürün çeşitliliğini, bu ürünlerin niteliğini, sofistikasyonunu tüm ayrıntıları ile analiz ettik. Gördük ki; halihazırda BRIC ülkelerinden; Brezilya, Rusya ve Hindistan'dan daha sofistike bir ihracat yapısına sahip olan ülkemiz, mevcut durumda ihracatını %23-%30 artırma imkanına sahip durumdadır.

Sanayi Stratejisi ile ortaya konulan "Avrasya'nın mal ve hizmet üretim üssü haline gelme" vizyonunun ve İhracat Stratejisi ile belirlenen "ihracatta yüksek teknolojili ve katma değerli ürünlerin ihracatına geçme" amaçlarının hem sektörel hem de coğrafi alanlar bazında detaylandırılması, ortaya konulan vizyonların hayata geçirilmesinde önemli bir adım teşkil edecektir.

2010 yılında illerdeki firmaların ticari satışları esas alındığında, ticari hareketliliği en yüksek ilk beş ilimiz şu şekilde sıralanmaktadır:

Tablo15: İllerimizin Ülkemize Yaptığı Katkı

İL İSMİ	ÜLKEDEKİ PAYI
İSTANBUL	% 52,3
BURSA	% 9,17
İZMİR	% 5,99
KOCAELİ	% 5,65
ANKARA	% 4,74

2000 yılı ile kıyaslandığında 2010 yılında 55 sektörde rekabetçi avantaja sahip il sayısı artarken yalnızca 7 sektörde rekabetçi il sayısında bir azalma yaşanmıştır.İllerimizin sektörlerdeki rekabet güçlerini 2000 ve 2010 için karşılaştırdığımızda Türkiye genelinde emek yoğun sektörlerden sermaye yoğun sektörlerde rekabetçi il sayısında bir artış vardır.

Tablo 16:İllerimizin İhracat Payları⁸²

İL ADI	Orta ve İleri Teknolojili
	Mal İhracatı (milyon ABD \$)
İstanbul	20.280
Bursa	7.990
Kocaeli	1.948
Ankara	1.846
İzmir	1.597
Sakarya	1.519
Manisa	545
Gaziantep	415
Konya	413
Adana	393
Eskişehir	309
Kayseri	280
Denizli	252
Tekirdağ	187
Hatay	158
Aydın	123
Antalya	104

2001 ve 2009 yıllarında, Türkiye'nin ihracatta rekabetçi avantaja sahip olduğu sektörlerin ürün değişimi incelendiğinde, özellikle otomotiv, makine, elektronik ve kimya sektörlerindeki ihracatta Türkiye'nin önemli bir başarı elde ettiği anlaşılmaktadır.

⁸²Maliye Bakanlığı, İl Bazında Toplam Satışlar Verisi- 2 Dijit / (NACE Rev.2.1 formatında düzenlenmiştir)

52 ilimizde hem yüksek teknolojili ürünlerin ihracatının payının hem de orta teknolojili ürünlerin ihracatının payının, 2000 yılından 2010 yılına artış gösterdiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan 43 ilimizin doğal kaynağa dayalı ihracatının payının ve 31 ilimizin düşük teknolojili ürün ihracatının payının son 10 yılda artış göstermesi, özellikle bu illerimize yönelik ihracat politikalarımızın teknoloji seviyesi yüksek ürünleri hedeflemesi gerektiğini bize söylemektedir.

İllerimizden, ihracata konu malların üretiminde en çok çeşitliliğe sahip olan ilk on ilimiz sırasıyla İstanbul, İzmir, Ankara, Konya, Adana, Mersin, Kocaeli, Tekirdağ, Antalya ve Kayseri'dir.

İllerimizin ihracatta çeşitlilik performansları incelendiğinde, endeks değeri hesaplanan 76 ilimizin üretip rekabetçi bir şekilde ihraç ettiği ürün çeşitliliği ortalamasının 40 olduğu anlaşılmaktadır.

Bir diğer performans kriteri "sıradanlıktır". İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde üretilip rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Ürünün sıradan olup olmadığının belirleyicisi, o ürünün kaç ilin ihracat sepetinde bulunduğuyla bağlı olarak değişmektedir. İllerin ürettiği ve aynı zamanda ihraç ettiği ürünlerin sıradanlık değerlerini gösteren yukarıdaki grafikten, sıradanlık değeri en düşük olan ilk on ilimiz sırasıyla İstanbul, Rize, Sakarya, Ankara, İzmir, Bursa, Kocaeli, Manisa, Tekirdağ ve Adana'dır.

İl ya da benzer il grupları bazında tespit edilecek politikalar temelinde illerin ihraç ürünleri üretiminde çeşitliliğinin artırılması ya da daha nadir ürünlerin üretimine geçilmesi, bir bütün olarak Türkiye'nin ihraç ürünlerinin çeşitliliğinin ve sıradanlığının olumlu yönde gelişmesine ve böylece aşağıdaki grafikte yer verilen Türkiye'nin dünyadaki konumunun iyileşmesine imkan tanıyacaktır.

2009 yılı itibari ile ülkelerin ihracatta çeşitlilik ve sıradanlıkta konumlarını gösteren yukarıdaki grafiğe göre Türkiye hem çeşitlilikte hem de sıradanlıkta dünya ortalamasına göre oldukça iyi konumdadır.

Ülkemizin ihracat ürünleri çeşitliliğinin dünya ortalamasından daha fazla arttığı, buna karşılık ihracat ürünlerinin niteliğinin ancak dünya ortalamasına paralel bir şekilde yükseldiği anlaşılıyor. Buradan hareketle Türkiye'nin en önemli önceliklerinden birinin, üretim yapısının ihracata konu ürünlerin niteliğinin artırılmasına imkan sağlayacak şekilde dizayn edilmesi olduğu sonucu çıkmaktadır.

1995-2009 yıllarına ilişkin dünya verisi baz alınarak, ülkelerin ihracat sepetlerinin sofistیکasyonu, nüfusları ve gayri-safı yurtiçi hasılları ile ülkelerin ihracat miktarları arasındaki ilişkiyi ekonometrik olarak incelediğimizde ise aşağıdaki grafikten görüleceği üzere, Türkiye'nin mevcut durumda ihracatını %30 artırma imkanına sahip olduğu sonucu çıkmaktadır. İhracat miktarı yerine, kişi başına düşen ihracat miktarını aldığımızda dahi, mevcut durumda Türkiye'nin ihracatını %23 artırma potansiyeline sahip olduğu anlaşılmaktadır.

2000-2009 yılları arasında illerimizden 64 tanesinin rekabet gücünde artış yaşanırken yalnızca 17 ilimizin rekabetçi gücünde gerileme yaşanmıştır. Bu yıllar arasında rekabet gücü en fazla artış gerçekleşen ilk beş il sırasıyla İstanbul, Bursa, Sakarya, Kocaeli ve Gaziantep'tir. Yine aynı dönemde ülkelerdeki talep değişimlerine uyum sağlamak suretiyle dünyadaki pazar payını artıran ilk beş ilimiz sırasıyla İstanbul, Kocaeli, Hatay, Trabzon ve İzmir'dir.

Bazı göstergeler

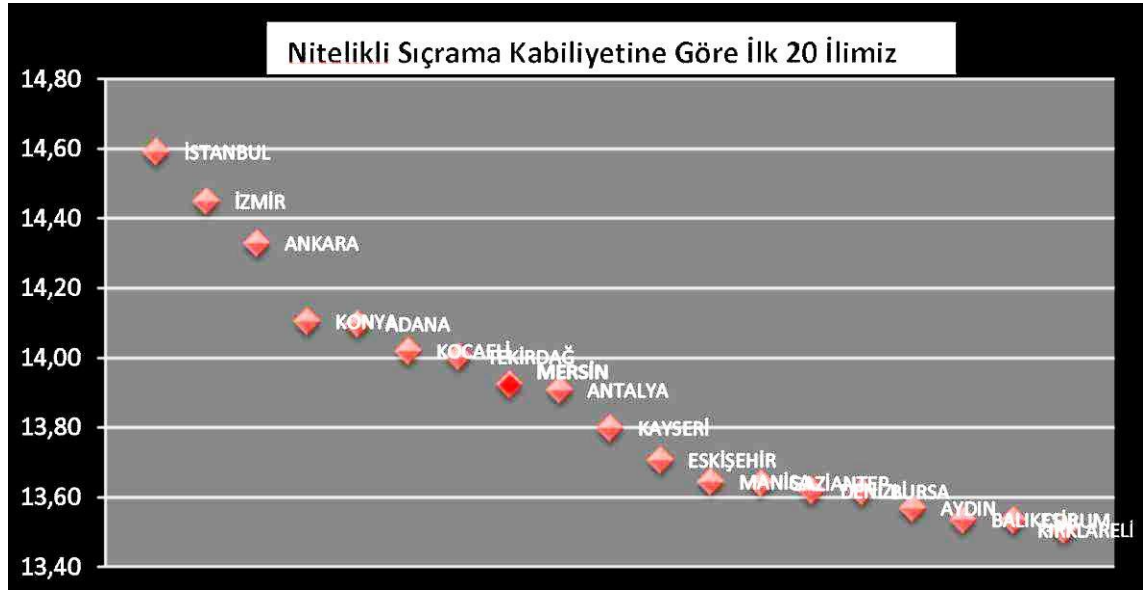
Benzerlik göstergesi ile her bir ilimizin ihracatının sektörel dağılımı incelenmiş ve ihracat desenleri itibari ile birbirlerine benzeyen iller tespit edilmiştir. Benzerlik sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, birbirine komşu kimi illerin benzer ihracat sepetlerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktadan hareketle söz konusu bölgesel güç merkezleri ihracat kanalıyla harekete geçirilerek bölgesel kalkınma adına önemli açılımlar sağlanabilecektir.

Başta Iğdır, Ağrı, Hakkari, Şırnak, Mardin, Hatay, Kilis, Antep, Artvin, Rize, Trabzon olmak üzere söz konusu illerimiz, iç pazardan daha ziyade dış ticarete odaklanmış illerimizdir. Buradan hareketle özellikle bölgesel kalkınma amacına yönelik

olarak sınır ya da sınıra yakın illerimizde dış ticaret yoluyla önemli atılımlar gerçekleştirebileceği ilk bakışta söylenebilecektir.

Ülkeleri incelediğimizde ülkelerin çoğunluğu Doğu Avrupa ülkeleri olan Slovakya, Slovenya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Belarus, Polonya, Ukrayna gibi ülkeler ile Güney ve Doğu Asya'da yoğunlaşmış Hong-Kong, Kore, Singapur, Japonya, Malezya, Filipinler, Tayland gibi ülkeler olduğu görülmektedir.

Grafik 15 Potansiyeli Yüksek İllerimiz



Tablo 17: İllerimizin Sıradanlıklarına göre bölgelere ayrılışı

1. Bölge	Sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller	Kırklareli, Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Konya, Manisa, Mersin, Samsun, Tekirdağ
2. Bölge	Sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller	Çorum, Nevşehir
3. Bölge	Sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller	Niğde, Kahramanmaraş, Malatya, Uşak, Van, Isparta, Rize, Sakarya, Trabzon, Sinop, Afyonkarahisar, Bolu, Hakkâri, Karaman, Kastamonu, Kırşehir, Kütahya, Muğla, Ordu, Zonguldak
4. Bölge	Sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller	Düzce, Yalova, Yozgat, Aksaray, Artvin, Çankırı, Adıyaman, Ağrı, Amasya, Bartın, Batman, Bilecik, Burdur, Diyarbakır, Edirne, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Iğdır, Karabük, Kars, Kilis, Kırıkkale, Mardin, Muş, Osmaniye, Şanlıurfa, Siirt, Şırnak, Sivas, Tokat

BÖLÜM XVII. DIŞ TİCARET 2009-2013 STRATEJİK PLAN⁸³

Dış ticaret alanında, 2000'li yıllardan bu yana uyguladığımız Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi ile diğer bölgesel stratejik konseptler sonucunda Komşu-Çevre ülkelerle, özellikle Ortadoğu ülkeleri İle ticaret artmış, Afrika pazarı ve kıta ekonomileri ön plana çıkmış, Avrupa Birliğinin ağırlığı azalmıştır. Diğer yandan, dünyadaki bölgeselleŐme eğilimine paralel olarak Akdeniz, Karadeniz ve Hazar Denizi havzalarını iÇeren "Üç Deniz Projesi" kapsamında son 10 yılda 12 adet STA imzalanmış, 6 ülke ile müzakerelere başlanmış ve 11 ülke ile STA akdetmek iÇin girişimlerde bulunulmuştur.

Ülkemiz, ihracat ve üretim aÇısından dünyada birĐok sektörde kendisine önemli yer edinmektedir. Avrupa'da çimento, seramik ve sağlık gereÇleri ihracatında ilk, ham çelik üretim ve ihracatında ikinci sıradayız. Demir-çelikte Çin'den sonra üretimi en fazla artan ülke ve düz cam, seramik kaplama, gazbeton, doĐaltaŐ ve mücevherat üretiminde dünya sıralamasında ilk 10'da yer alan ülke konumundayız, Diğer yandan, Avrupa Birliği iÇinde, toplam motorlu taşıt aracı üretiminde beşinci, hafif ticari araÇ üretiminde ise ikinci sırada bulunan ülkemiz, otobüs üretiminde ilk sırada yer almaktadır.

Makro düzeyde ihracatımız ve rekabetçiliğimizin artırılması amacıyla hedeflediğimiz projelerin yanı sıra mikro bazda basta KOBİ'ler olmak üzere ihracatçı Şirketlerimizin verimliliklerini geliştirme adına bir dizi çalışmalarımız da bulunacaktır. Halihazırda yürütmekte olduğumuz kümelenme projesi ile Ar-ge, patent ve belgelendirme yardımları çeşitlendirilerek artırılacak; ihracatçılarımızın kalite ve marka merkezli ürünlerle güçlü bir Şekilde uluslararası piyasalarda boy göstermelerinin teminine devam edilecektir.

Diğer taraftan, gereksiz bürokrasinin azaltılması noktasında vatandaşların işlemlerinin hızlandırılması amacıyla e-devlet uygulamaları genişletilerek uygulanmaya devam edecektir. Dahilde İŞleme Rejimi belgeleri ile baŐladıĐımız bu sürece. Serbest Bölge faaliyetlerinin "online" izlenebildiği Serbest Bölgeler Uygulama Programı dahil olmuş ve yakında devlet yardımları baŐvurularının elektronik ortamda yapılabilmesi de eklenecektir.

⁸³ Stratejik Plan 2009 – 2013 <http://www.ekonomi.gov.tr/upload/strateji/belge.pdf>

İhracatı yapıcı bir şekilde artırmanın yanı sıra üretimi teşvik edecek, ekonomiye yönelik zarar ve tehditleri önleyecek ithalat politikaları geliştirmek ve kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlamak da Müsteşarlığımızın önemli stratejik amaçlarındandır. Yerli üreticilerimizi haksız rekabetten korumak adına Müsteşarlığımız proaktif bir yaklaşımla Dünya Ticaret Örgütü nezdinde birçok anti dumping soruşturmaları açmakta ve dumping, sübvansiyona konu ithalata karşı DTÖ ve Gümrük Birliği yükümlülüklerimize halez getirmeyecek şekilde telafi edici vergiler gibi çeşitli önlemler almaktadır. Üreticilerimiz için düşük maliyetli hammadde ve ara malı ihtiyacının karşılanabilmesini sağlayacak ve birer lojistik bölgeleri şeklinde faaliyet gösterecek serbest bölgelerimizin geliştirilmesi diğer bir hedefimizdir.

Kaliteli ve güvenli ürün arzı alanında; teknik mevzuat uygulamalarının takip edilerek, ilgili çevrelerin bu konularda güncel olarak bilgilendirilmesi ile birlikte ürün güvenliğine dair çerçeve mevzuatımızın AB'deki gelişmelere paralel hale getirilerek güvenli ürün arzını sağlayacak projeler geliştirilmesi ve AB'nin üçüncü ülkelerden ithalatta ürün güvenliği denetimleri sisteminin uyumlaştırılması da hedeflenmektedir.

1. MİSYON

Ülke ekonomisinin gelişimi ve sosyal refaha katkının artırılması hedefiyle, kurumsal işbirliğini gözeterek, bilgi ekonomisi temelinde, yenilikçiliği, girişimciliği, rekabet gücünü ve uluslararası ekonomik ve ticari işbirliğini artırmayı teşvik edecek dış ticaret politikalarını oluşturmak ve uygulamak."

Dış Ticaret Müsteşarlığı bu görevlerini yerine getirirken, bilgi çağının gereksinimleri doğrultusunda, uluslararası rekabet gücünün ve dünya ticaretinden alınan payın, yenilikçilik ve girişimcilik kültürünün oluşturulması ve bilgi teknolojilerinin etkin kullanımı hususlarını en önemli öncelikleri arasında görmektedir.

"Ülkemizin dünya ticaretinde lider ülkeler arasında yer almasını sağlayacak dış ticaret politikaları oluşturan ve uygulayan kurum olmak" hedeflenmektedir.

Türkiye, ekonomik büyüklük açısından dünyanın ilk 20 ülkesi arasında yer almaktadır. Bugün, Cumhuriyetin ilk yıllarında bir yılda gerçekleştirilen ihracattan daha

fazlası bir günde gerçekleştirilmekte olup, yıllık ihracat rakamı 100 milyar doları aşmış bulunmaktadır. İhracata dayalı kalkınma modeli çerçevesinde. Cumhuriyetimizin 100. yılında ihracatımızın 500 milyar doların üzerine çıkması hedeflenmektedir.

Geçmiş ve bugünü iyi analiz eden ülkemiz geleceğinin hazırlanmasında kendisini en yetkin kuruluşlardan biri olarak değerlendiren Dış Ticaret Müsteşarlığı, Türkiye'nin dünya ticaretini yönlendiren ülkeler arasında olacağı inancını taşımakta ve bunu katılıma bir yaklaşımla vizyon ifadesine yansıtmaktadır.

2. STRATEJİK AMAÇLAR

1. Ülke genelinde dış ticaret kültürünü ve bilincini yaygınlaştırmak
2. Kurumsal gelişimi sürekli kılmak
3. Sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak
4. Üretimi teşvik edecek, 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

STRATEJİK AMAÇ 1

Ülke Genelinde Dış Ticaret Kültürünü ve Bilincini Yaygınlaştırmak

Ülkemizin dünya ticaretinde lider ülkeler arasında yer alabilmesinde en önemli etkenlerden biri bilgili ve donanımlı insan gücüdür. Dış ticaret bilincine sahip, girişimci, yaratıcı ve ihracata dayalı kalkınmayı hedefleyen kuşakların oluşturularak etkin kılınması 'geleceği planlamak' açısından önem arz etmektedir.

İhracata dayalı büyüme stratejisinin başarı şansı, dış ticaret bilincine sahip, girişimci, yenilikçi ve öncü kuşakların yetiştirilmesiyle daha da artacağından, bunu sağlamak üzere, ülke genelinde dış ticaret kültürünün ve bilincinin yaygınlaştırılması. Dış Ticaret Müsteşarlığının öncelikli stratejik amaçları arasında yer almıştır.

STRATEJİK AMAÇ 2

Kurumsal Gelişimi Sürekli Kılmak

Yurtdışı Teşkilatı, uluslararası ticaret ve yatırım ortamının algılanmasında ve gerekli girişimlerin başlatılmasında en önemli unsurdur. Küresel değişimlerin ortaya çıkardığı ticarete dair yenilik ve değişikliklerin anlaşılması, dış ticaret politikamız üzerinde olabilecek etkilerinin irdelenmesi ve gerekli tedbirlerin süratle alınması bakımından Yurtdışı Teşkilatımızın proaktif yapısının dinamik tutulması gerekmektedir.

Diğer yandan, ülkemizin makro ekonomik politikaları ile uyumlu, uzun soluklu dış ticaret stratejilerinin oluşturulması ve İzlenmekte olan mevcut uygulamalarda gerek duyulabilecek araştırma ve eğitimin, üniversitelerle işbirliği yapılarak sağlanması amacıyla Dış Ticaret Stratejik Araştırma ve Eğitim Merkezi kurulması hedeflenmektedir.

STRATEJİK AMAÇ 3

Sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak

Ekonomik İstikrarın devamı ve sürdürülebilir büyümenin sağlanması bakımından; ihracatımızın konjonktürel değişimlerden etkilenmemesi, küresel tehditlerin fırsata dönüştürülmesi, ülkemizin dünya ihracatından aldığı payın potansiyelini yansıtacak şekilde artırılması ve ihracatımızda son yıllarda sağlanan yüksek artış oranının kalıcı ve sürdürülebilir bir hale getirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Türkiye'nin dış ticaret politikalarını oluşturan kurum olarak. Dış Ticaret Müsteşarlığının öncelikli amacı; ihracatımızın sürdürülebilir bir artışı yakalaması için ihraç ürünleri profilimizin katma değeri yüksek, Ar-Ge ve inovasyona dayalı ve dünya ticaretinde önemi artan sektörleri de içerecek bir yapıya kavuşturulmasıdır.

Bu amaç doğrultusunda Dış ticaret müsteşarlığı Stratejik Plan döneminde, katma değeri yüksek markalı ürünlerin ihraç edilmesine yönelik çalışmalar yapılmasını; Ar-Ge çalışmalarının desteklenerek yeni ürünler geliştirilmesini ve bunların ihracat

içerisindeki paylarının artırılmasını; kaliteli ve markalı Türk ürünlerinin, başta hedef ülkeler olmak üzere, dış pazarlarda müşteri odaklı ve dinamik tekniklerle tanıtım ve pazarlanmasını desteklemeyi hedeflemektedir.

Ülkemiz üretiminde önemli bir paya sahip olan KOBİ'lerin ölçek ekonomilerine ulaşmalarını sağlayacak bir yapıya kavuşturulmasına yönelik çalışmalar sürdürülecektir. Diğer yandan ürün ve pazarlarda çeşitliliğe gidilerek yeni ürün/pazar açılımlarının sağlanması ve ihracatımızın dünya trendlerine paralel bir yapıya kavuşturulması amaçlanmaktadır. İkili ve çok taraflı ticari ilişkiler kapsamında, ihracatçılara yeni pazarlara giriş imkanlarının sağlanması ve mevcut pazar paylarının artırılması yönünde çalışmalara ağırlık verilecektir. İstikrarlı bir ihracat trendi izleyebilmek için yeni hedef pazarların yanı sıra, mevcut pazarların yakından takip edilmesi, ortaya çıkan sorunların, ilgili kamu kurumları ve özel sektör ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde en kısa zamanda çözüme kavuşturulmasına yönelik çalışmalar yapılması. Dış Ticaret Müsteşarlığının öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, çeşitli ülkelere gelen yatırımcılara serbest bölgelerimizin tanıtılması ve serbest bölgelerin ülkemiz üretimi ile dış ticaretine katkısının artırılması amaçlanmaktadır.

STRATEJİK AMAÇ 4

Üretimi teşvik edecek ve ekonomiye yönelik zarar ve tehditleri önleyecek ithalat politikaları geliştirmek

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları çerçevesinde, özellikle son yıllarda gerçekleştirilen gümrük vergisi indirimleri sonucunda dünya genelinde pazara giriş olanakları artmıştır. Ayrıca, AB ile gümrük birliğinin doğal bir sonucu olarak AB'nin uyguladığı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) vergi hadleri ülkemizde de bazı istisnalar dışında uygulanmaktadır. Bu durum sonucunda ülkemizin üçüncü ülkelere ithalatında ortaya çıkan reel koruma gereksinimi, Dış Ticaret Müsteşarlığı uhdesinde bulunan ithalat politikası araçlarıyla karşılanmaktadır.

Üretimin artması, ekonominin güçlenmesi ve toplum refahı çerçevesinde uygulanan başlıca ithalat politikası araçlarını; anti-damping, telafi edici vergi, gözetim ve korunma önlemleri, kota ve tarife kontenjanı teşkil etmektedir.

Bu çerçevede, yerli sanayinin hedef pazarlarımızda rekabetçi bir üretim yapısına sahip olabilmesi amacıyla, uluslararası hak ve yükümlülüklerimiz de gözetilerek gerekli hammadde ve ara malların temininin kolaylaştırması, bunun yanında yerli sanayinin karşı karşıya kalabileceği ve İthalattan kaynaklanabilecek zararların giderilmesi, tüketicilerin temel ihtiyaçlarının sorunsuz olarak karşılanması için gerekli tedbirlerin alınması, ülkemiz ithalat politikasının temel esaslarıdır.

İthalatta korunma önlemi, yerli üreticinin etkin korunma gereksinimini karşılayan önemli bir İthalat politikası aracıdır. Herhangi bir eşyanın ithalat miktar veya değerinin yerli üreticiler üzerinde ciddi zarar veya zarar tehdidi oluşturacak seviyelere çıkması halinde uygulamaya konan söz konusu önlemle, ithalatın zarar veya zarar tehdidi oluşturan artış hızının en geç üç yıl içinde olağan veya optimum seviyeye çekilmesi öngörülmektedir. Bu bakımdan korunma önlemi prosedürlerinin etkin olarak sürdürülebilmesi amacıyla, korunma önlemi uygulanmakta olan eşyaya ait ithalatın gelişiminin izlenmesine devam edilmesi ve önlem süresinin uzatılmasının gerekliliğinin sürekli araştırılması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda, AB ve DTÖ kuralları çerçevesindeki ticaret politikası önlemlerinin İlgili sektörlerle yakın İşbirliği içinde, sanayi ve tarım ürünleri ithalatında etkin şekilde kullanılması hedeflenmektedir. Bunun yanında, milli gelir ve istihdam yaratan yerli üreticilerle, tüketici menfaatleri arasında bir denge gözetilerek; ithalatta ortaya çıkabilecek ve ülkemizdeki üretim faaliyetlerini zarara uğratacak düzensizliklerin önlenmesi ve yurtiçi pazarda ithalattan kaynaklanan haksız rekabetin giderilmesi için gerekli önlemlerin alınması amaçlanmaktadır.

STRATEJİK AMAÇ 5

Kaliteli ve Güvenli Ürün Arzını Sağlayacak Politikalar Geliştirmek

İç üretim veya ithalat yoluyla piyasaya arz edilen ürünlerin; insan sağlığı, can ve mal güvenliği, hayvan ve bitki yaşam ve sağlığı, çevre ve tüketicinin korunması açısından sahip olması gereken asgari güvenlik koşullarını karşılaması amacıyla belirli ithal ürünler için denetim yapılmakta; iç üretim yoluyla piyasaya arz edilen ürünler İçin İse, ilgili kuruluşlar arasında üst düzeyde koordinasyon sağlanmaktadır.

Geleneksel tarım ürünlerimizin belirli kalitede İhraç edilmesini sağlayarak dış ülkelerdeki itibarının muhafaza edilmesi ve istikrarlı ihraç pazarları yaratılması amacıyla ihracatta kalite denetimleri yapılmaktadır.

STRATEJİK AMAÇ 6

Dış Ticareti Kolaylaştırıcı Politikalar Oluşturmak, Yurtdışı Müteahhitlik ile Teknik Müşavirlik Hizmetlerini Geliştirmek

Ticaretin kolaylaştırılması ana hatlarıyla, uluslararası ticaretle ilgili işlemlerin basitleştirilmesi, birbiriyle uyumlu hale getirilmesi ve gümrük işlemlerinin kolaylaştırılması olarak tanımlanabilir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı, DTÖ kapsamında 2004 yılından bu yana yürütülen ticaretin kolaylaştırılması müzakerelerinde aktif bir tutum izlemekte ve önerilerle, sürece katkı sağlamaktadır. Söz konusu çalışmalar, ticaretle ilgili mevzuatın yayımlanması ve uygulanması, ihracat ve ithalat ile ilgili kesinti ve ücretlerin sağlanan hizmetle orantılı olması ve transit serbestisinin sağlanması konularında yoğunlaşmaktadır. Müzakereler sonucunda bağlayıcı nitelikte bir çerçeve anlaşmaya ulaşılmaması hedeflenmektedir.

Diğer taraftan, üretilen malların rekabetçi fiyatlarla ve zamanında piyasaya sunulmasını sağlayan lojistik faaliyetleri, ticaretin kolaylaştırılması bakımından öne çıkmakta olup, uluslararası pazarlarda rekabet gücünü desteklemesi ve ihracatta pazar payının artırılması açısından önem arz etmektedir.

Öte yandan, ticaretin kolaylaştırılması kapsamında yer alan bilgi ve İletişim teknolojilerinin etkin kullanımı. İhracat süreçlerinde kalite, hız, düşük maliyet ve gelir artışı sağlayacaktır.

3. Stratejik Amaçların Genel Değerlendirmesi

STRATEJİK AMAÇ 1 Ülke genelinde dış ticaret kültürünü ve bilincini yaygınlaştırmak"

1. Kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşlar ile işbirliğinin geliştirilmesine yönelik olarak yılda en az beş program gerçekleştirilmesi

2.İletişim araçlarının etkin kullanımıyla, dış ticaret ile ilgili konularda gerçekleştirilen tanıtım ve eğitim faaliyetlerinin her yıl artırılarak sürdürülmesi

3.DTM internet sitesinin geliştirilmesi, erişimin özendirilmesi ve sitenin Dış Ticaret Portalına dönüştürülmesi

4.AB konusundaki önemli gelişmelerin ivedilikle ilgili taraflara ve kamuoyuna duyurulması

STRATEJİK AMAÇ 2 Kurumsal gelişimi sürekli kılmak

5. Fiziksel ve teknolojik donanımın geliştirilmesi

6.İnsan kaynakları gelişim süreçlerinin iyileştirilmesi

7.Kurumsal yapının güçlendirilmesi

8. Kurum içi ve dışı iletişimin güçlendirilmesi

9. Yurtdışı teşkilatının güçlendirilmesi

STRATEJİK AMAÇ 3 sürdürülebilir ihracat artışını sağlamak

10. Yenilikçi fikirlere ve Ar-Ge'ye dayalı, katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçlerinin desteklenmesi

11. KOBİ'lerin rekabet güçlerini artıracak ölçek ekonomilerinin oluşturulmasına yönelik yapının tesis edilmesi

12. Başta AB olmak üzere, bölgesel oluşumlar ile ikili ve çok taraflı ilişkiler kapsamında pazara giriş imkanlarının artırılmasına yönelik faaliyetlerde bulunulması

STRATEJİK AMAÇ 4 "Üretimi teşvik edecek ve ekonomiye yönelik zarar ve tehditleri Önleyecek ithalat politikaları geliştirmek.'

13. Haksız rekabet hallerinden dumping ve sübvansiyona konu ithalatın sebep olduğu zarara karşı ülkenin üretim dallarının etkin korunumunun sağlanması

14.Sanayicilerin, tarife kontenjanları ve askıya alma rejimi kapsamında düşük maliyetli hammadde ve ara malı ihtiyacının karşılanmasının sağlanması

15.Ticaret politikası uygulamalarında önlem alınması süresinin kısaltılması ve önlemin etkinleştirilmesi

16.Serbest bölgelerden ithalatta yerli sanayinin ihtiyaçlarına ağırlık verilmesi

STRATEJİK AMAÇ 5"Kaliteli ve güvenli ürün arzını sağlayacak politikalar geliştirmek."

17.Kaliteli ve güvenli ürün arz ve talebi İçin teknik mevzuat uygulamalarının takip edilerek, ilgili çevrelerin bu konularda güncel olarak bilgilendirilmesi

18. AB'nin üçüncü ülkelerden ithalatta ürün güvenliği denetimleri sisteminin uyumlaştırılması

19. Ürün güvenliğine dair çerçeve mevzuatımızın AB'deki gelişmelere paralel hale getirilmesi ve güvenli ürün arzını sağlayacak projeler geliştirilmesi

STRATEJİK AMAÇ 6 Dış ticareti kolaylaştırıcı politikalar oluşturmak, yurtdışı müteahhitlik ile teknik müşavirlik hizmet/erini geliştirmek."

20. E-ticareti özendirici ve ticareti kolaylaştırıcı düzenleme ve uygulamaların geliştirilmesi

21.Lojistik yapıların kurulmasını ve mevcutların iyileştirilmesini sağlayacak politikalar oluşturulması, ulusal ve uluslararası uygulamaların izlenmesi

22.Yurt dışı müteahhitlik ve teknik müşavirlik hizmetleri sektörünün düzenlenmesi, desteklenmesi ve büyümesinin sürdürülmesi

DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI PAYDAŞLARI

- AB Genel Sekreterliği
- Avrupa Komisyonu
- Bakanlıklar
- Başbakanlık
- Daimi Temsilcilikler
- Ticaret MűŐavirlikleri
- Ticaret AtaŐelikleri
- Denizcilik MűsteŐarlıĐı
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK)
- Diğer Uluslararası Kuruluşlar
- DPT MűsteŐarlıĐı
- DTÖ Sekreteryası
- Enerji Piyasası Dűzenleme Kurumu (EPDK)
- EXİMBANK
- Fuarcılık Firmaları
- Gűmrűk MűsteŐarlıĐı
- Hazine MűsteŐarlıĐı
- İhracatçı Birlikleri
- İhracatçı/İthalatçı/Üretici Firmalar

- İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME)
- İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV)
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
(KOSGEB)

- Merkezi Finans ihale Birimi
- Müteahhitlik Firmaları
- Rekabet Kurumu
- Savunma Sanayi Müsteşarlığı
- Sektörel Üretici Birlikleri/Demekleri
- T. Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü
- T.C. Devlet Demiryolları İşletmesi
- T.C. Merkez Bankası
- T.C. Şeker Kurumu
- Taşra Teşkilatı
- Telekomünikasyon Kurumu
- Ticaret ve/veya Sanayi Odaları
- TÛBİTAK-Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı
- TU8İTAK-TÛSSİDE
- Türk Hava Yolları A.O.
- Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA)

- Türk Mühavir Mühendisler ve Mimarlar Birliği (Türk MMMB)
- Türk Patent Enstitüsü (TPE)
- Türk Standardları Enstitüsü (TSE)
- Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK)
- Türkiye Bankalar Birliği
- Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV)
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
- Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu (TUSKON)
- Türkiye Müteahhitler Birliği
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)
- Türkiye'deki Yabancı Misyonlar
- TÜRKSAT A.Ş.
- TÜRKTRADE
- Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu
- Uluslararası Nakliyeciler Demeği (UND)
- Üniversiteler
- Valilikler
- Yurtdışı Muadillerimiz

Dış paydaşların DTM Stratejik Planına katılımlarının sağlanması ve görüşlerinin plana yansıtılması amacıyla, birimlerce bildirilen paydaş/hizmet listeleri konsolide edilerek, kurum hizmetlerinden yararlanan ve faaliyetlerimizden olumlu veya olumsuz yönde doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen paydaşlar ile aynı şekilde Müsteşarlığımızca hizmetlerinden yararlanan ve etkilenilen paydaşlar etki ve önem derecesi dikkate alınarak önceliklendirilmiştir.

5. DIŞTİCARET MÜSTEŞARLIĞI GZFT ANALİZİ

A. GÜÇLÜ ALANLAR

- Dış ticaretin düzenlenmesi alanında en yetkin kurum olma
- Yurtiçi ve yurtdışı kurum ve kuruluşlarla yakın işbirliği
- Yetişmiş, dinamik, vizyon sahibi ve uzman personel
- İkili ve çok taraflı ticari müzakerelerde iyi temsil özelliği - Kurumsal geleneklerine sahip çıkma
- Bilişim altyapısı
- Gelişim, değişim ve yeniliklere açık olma
- Geniş yurt dışı teşkilatı
- İhtisaslaşmaya önem veren yönetim anlayışı
- Yaygın Taşra teşkilatı ve bağlı kuruluşlar
- AB ile ilişkilerde önemli ve uzmanlaşmış bir kurum

B. ZAYIF ALANLAR

- İletişimde, teknolojinin ve bilgi birikiminin yeteri derecede kullanılmaması
- Etkin bir arşiv sistemi bulunmayışı nedeniyle kurumsal değil, kişisel hafızanın ön plana çıkması

- Ticaret müşavirliği sayısındaki yetersizlik
- İletişim ve koordinasyon yetersizliği nedeniyle sorunların çözümlenmesinin optimum sürede gerçekleştirilememesi
- Görev ve yetkilerin net olarak tanımlanamaması ve koordinasyon eksikliği
- Kurumda görevli bazı personelin mesaisinden hiç faydalanılmaması
- Yoğunluğun rutin işlere verilmesinden dolayı politika ve stratejilere yeterli kaynak ayrılamaması
- Organizasyonun - merkez, taşra, yurtdışı - büyüklüğü nedeniyle iletişimde görülen eksiklikler
- Yatırım-üretim ve ihracat zinciri planlamasındaki koordinasyon eksiklikleri
- Etkin bir insan kaynakları yönetimi sistematığının bulunmaması
- Etkin bir süreç yönetimi yaklaşımının eksikliği
- Müstakil teşkilat kanununun olmaması
- Hizmet binalarının yeterli olmaması

C. FIRSATLAR

- ✓ İhracatın artırılmasına yönelik olarak hükümet programında yer alan politikalar
- ✓ E-ticaretin yaygınlaşması
- ✓ AB'ye üyelik sürecinde yer alma
- ✓ Ar-Ge'ye verilen önemin artması
- ✓ Katma değeri yüksek ürünlerin ihracatının artma potansiyeli
- ✓ Bölgesel oluşumlar ve Türkiye'nin bu oluşumlardaki rolünün artması
- ✓ Gelişmiş, zengin pazarlara yakınlık

- ✓ Türkiye'nin komşu ve çevre ülkeleri ile olan siyasi ve ekonomik ilişkilerinin gelişmesi
- ✓ Özel sektörün dinamizmi ve girişimcilik ruhunun bulunması
- ✓ Toplumda dış ticaret bilincinin artıyor olması
- ✓ Uluslararası platformlardaki temsil gücümüzün artıyor olması

D. TEHDİTLER

- AB sürecinde yaşanan belirsizlik ve değişiklikler
- Türk mallarının dünyaya yeterince tanıtılmamış ve yeterince Türk markası oluşturulmamış olması
 - Dünya ekonomisinde ve özellikle kurlarda yaşanan belirsizlikler
 - Ülkelerin uyguladığı tarife dışı engeller
 - Dış ticaretle ilgili konularda diğer kurum ve kuruluşlar ile görev ve yetkilerdeki uyumsuzluk
 - Haksız rekabetten kaynaklanan ithalat baskısı
 - DTÖ kurallarının zaman zaman ihlal edilmesi
 - Serbest Bölgelerin vergi avantajlarını kaybetmeye başlaması
 - Kayıt dışı ekonominin kontrol altına alınamaması
 - İhracatın ithalata bağımlı olması ve ithalat kavramıyla ilgili genel anlamda olumsuz bir algılamanın olması
 - Ülkemizde sermaye birikiminin tam anlamıyla oluşmaması
 - Eğitim düzeyinin halen istenilen düzeylere gelememiş olması

Hedeflere ulaşabilmek için yapılan gözden geçirme çalışmaları; planla, uygula, kontrol et, önlem al yaklaşımıyla yürütülecektir.

5. BÖLGESEL DIŞ TİCARET STRATEJİLERİ

"Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 2000'li yılların başından itibaren yürüttüğü stratejilerin, son yıllarda ihracatımızda yaşanan artışta önemli bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu stratejiler, ülke, bölge ve dünya konjonktüründe yaşanan ekonomik ve ticari

gelişmeler dikkate alınarak, Türkiye'nin bölge ve dünya ticaretinden aldığı payın artırılması amacıyla özenle seçilerek, uygulamaya konmuştur."

A. Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi

2000 yılında uygulamaya konulan "Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi" İle 1980'li yıllarda ihracatta yaşanan sıçramada önemli rol oynayan, ancak 1980 sonrası dönemde dış ticaretimizdeki payı hızla azalan komşu ve çevre ülkeleri ile ticaretin geliştirilmesi ve ticaret hacmimiz içindeki paylarının kalıcı olarak artırılması amaçlanmıştır.

B. Afrika ile Ekonomik İlişkileri Geliştirme Stratejisi

Afrika pazarı, ülkemizdeki özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler olmak üzere, firmalarımız için hedef pazar niteliği taşıırken, sanayimiz için de ucuz hammadde sağlama imkanı sunmaktadır.

C. Asya-Pasifik Ülkeleri İle Ticari ve Ekonomik İlişkileri Geliştirme Stratejisi

2005 yılından buyana uygulanan Asya-Pasifik Ülkeleri ile Ticari ve Ekonomik İlişkileri Geliştirme Stratejisi kapsamında, dünya nüfusunun yarısından fazlasını barındıran ve dünya ticaretinde önemli bir yere sahip bulunan Asya Pasifik bölgesi hedef pazarlar içine dahil edilmiştir.

Bölge ülkeleri ile ekonomik ve ticari ilişkileri geliştirmek amacıyla yürütülen strateji kapsamında, bölge ülkelerinden işadamları ve üst düzey bürokrattan bir araya getiren "Türkiye-Güneydoğu Asya ve Pasifik Ülkeleri Dış Ticaret Köprüsü Zirvesi", Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) ile Türkiye arasında 2007 yılında KEK Toplantısı, iş forumları ve üst düzey resmi temaslar ile alım heyeti organizasyonları gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, ÇHC'nin önemli fuarlarına büyük sayıda Türk firmaları ile sağlanan katılım başta olmak üzere, 2007 yılında Asya-Pasifik bölgesinde düzenlenen 11 fuara "Ulusal Düzeyde Katılım" sağlanmıştır.

D. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile Ticari ve Ekonomik İlişkileri Geliştirme Stratejisi

ABD pazarına yönelik stratejimiz, ihracatı artırmaya yönelik olarak "eyalet bazlı" ve "sektör bazlı" bir yaklaşım getirmiştir. ABD'nin 50 eyaletinden GSMH büyüklükleri ve dış ticarete oynadıkları rol itibarıyla dikkat çeken Nevv York, Kaliforniya, Teksas, Georgia, Illinois ve Florida eyaletleri hedef olarak seçilmiş, ayrıca hedef ürün grupları belirlenmiştir.

ABD pazarında rekabet edebilirlik için markalaşma ve tanıtım faaliyetlerine Önem verilmesi stratejinin temel unsurları olarak ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, Turquality projesi ile markalı Türk ürünlerinin ABD pazarına tanıtılması amacıyla, tanıtım, reklam ve danışmanlık faaliyetlerinin desteklenmesine devam edilmektedir.

6. İHRACAT POLİTİKASI ARAÇLARI

a. İhracat Stratejik Planı

Acil Eylem Planı çerçevesinde ihracatla ilgili yol haritasının oluşturulması ve geleceğe dönük bir vizyon ortaya konulması amacıyla 2004-2006 döneminde uygulanmış olan İhracat Stratejik Planı, kamuda ihracata dair etkin uygulamaların hayata geçirildiği ilk stratejik plan olmuştur.

b. İhracat Destek Politikaları

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Ar-Ge, Çevre Yardımı, Pazar Araştırması Yardımı, Yurt Dışı Ofis-Mağaza Yardımı, İstihdam, Eğitim, Markalaşma gibi çeşitli programlar kapsamında ihracata yönelik destek sağlanmaktadır.

Türk Eximbank, ihracatçılarımızı ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda uygun kredi ve sigorta programları ile desteklemektedir. Eximbank, piyasaya göre faiz oranı daha düşük kredilerle ihracatçıların finansman ihtiyacını karşılamaktadır. Diğer yandan Banka, kaynaklarının %81 gibi büyük bir bölümünü kredi olarak vermek suretiyle ihracatçılarımızın hizmetine sunmaktadır.

Dış Ticaret Müsteşarlığınca uygulamaya konan, Türk markalarını uluslararası platforma taşımak ve bu arenada var olmalarını sağlamak amaçlı TURQUAUTY® Projesi dünyanın ilk devlet destekli marka destek programı niteliğini taşımaktadır. Tüm sektörlerin kullanımına ağırlık verilen proje kapsamında, TURQUAUTY® Destek Programından 41 firmaya ait 44 marka ve Marka Destek Programından 24 firma yararlanmaktadır.

c. Dahilde İşleme Rejimi

Dahilde İşleme Rejiminin Elektronik Ortama Aktarılması Projesi kapsamında, 1 Ocak 2006 tarihinden itibaren başvurular ve başvuruların değerlendirilmesi işlemleri elektronik ortamda yapılmaya başlanmıştır. Söz konusu proje ile DİR sisteminin denetim ve takibi kolaylaşmış, uygulamaya etkinlik ve sürat kazandırılmıştır.

d. Tanıtım Faaliyetleri

İhraç ürünlerimizin uluslararası pazarlarda tanıtımını sağlamak, pazar payını artırmak ve söz konusu pazarlarda ticari ve ekonomik İşbirliğini geliştirmek amaçlarına yönelik olarak, Müsteşarlığımız koordinasyonunda ticaret heyetleri ve alım heyetleri düzenlenmekte ve uluslararası fuarlara iştirak gibi çeşitli tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

7. İTHALAT POLİTİKASI ARAÇLARI

Ticaret Politikası önlemleri

Yerli üretimin dumpingli İthalata karşı korunmasını teminen söz konusu mevzuat etkin şekilde uygulanmaktadır. Yerli üreticilerin başvurularına teknik destek sağlamak ve uygulamacı birimi takviye etmek suretiyle, soruşturmalara ilişkin süreç hızlandırılmıştır.

Diğer taraftan, İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Mevzuat kapsamında yerli üreticilerin artan ithalatın zarar verici etkilerinden korunması sağlanmaktadır. Söz konusu mevzuat çerçevesinde, tüm ülkelere yönelik olarak, 8 ürün/ürün grubunda korunma Önlemi uygulanmaktadır.

Ayrıca, bir malın ithalatında kaydedilecek gelişmelerin yakından izlenme amacıyla İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Mevzuat kapsamında, ÇHC de dahil olmak üzere 81 ürün/ürün grubu ithalatında tüm ülkelere gözetim uygulanmaktadır.

3. DIŞ TİCARETTE TEKNİK DÜZENLEMELER VE STANDARDİZASYON MEVZUATI

a. Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi

İlk "Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi Kararı" Gümrük Birliği ile eşzamanlı olarak 1996 yılında çıkarılmış, ancak kalite ve standart denetimleri esasına dayanan söz konusu rejimin, 2000 yılından itibaren AB teknik mevzuatının üstlenilmesi faaliyetlerinin artması paralelinde ürün güvenliği esasına dayandırılması gereği ortaya çıkmış ve revize edilen Rejim Kararı 13/10/2005 tarih ve 25965 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kararla, hem DTÖ ve AB yükümlülüklerimizi yerine getirilmesi hem de ihracatımızın en çok yöneldiği sanayileşmiş ülkelerin uyguladığı önlem ve mekanizmaların benimsenmesi imkanı yaratıldığı gibi, sadece ithalatımızda ürün güvenliği değil, aynı zamanda İhracatımızın rekabet gücünün artırılması ve gelişmiş pazarlara uyumunun sağlanması mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, kurulan şeffaf ve hızlı sistem sayesinde özellikle Uzak Doğudan gelen güvensiz ve düşük kaliteli malların ithalinin daha etkin kontrolü mümkün hale gelmiştir.

b. Serbest Bölgeler

Diğer taraftan serbest bölgelerimiz ile çeşitli ülkelerde faaliyet gösteren serbest bölgeler arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi, ülkemizin serbest bölgeler konusundaki bilgi ve deneyimlerinin bu ülkelere aktarılması ve bazı ülkelerin deneyimlerinden faydalanmak üzere serbest bölge inceleme ziyaretleri gerçekleştirilmekte ve çeşitli ülkelere gelen heyetlere ülkemiz serbest bölgeleri tanıtılmaktadır.

BÖLÜM XVIII. TÜBİTAK VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜLERİ PROJESİ MAKİNE – MALZEME PANELİ VE TEKSTİL PANELİ 2023 DÜNYASINDA TÜRKİYE ÇALIŞMA RAPORU⁸⁴

24 Aralık 2001'de Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu tarafından onaylanan "Vizyon 2023: Bilim ve Teknoloji Stratejileri Projesi" kapsamında, 8-9 Kasım 2002 tarihlerinde "Makine - Malzeme Paneli" ve "Tekstil Paneli" tarafından "2023 Dünyasında Türkiye" çalışması gerçekleştirilmiştir.

"2023 Dünyasında Türkiye" çalışmasının amacı; içinde yaşamak isteyeceğimiz geleceğin Türkiye'sinin resmini, farklı toplum kesimlerinden geniş bir topluluğa çizdirmek ve olası dünya tablolarının içinde görebilmektir.

1. Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Kriterlerin Saptanması Çalışması

Ulusal rekabet gücünü belirleyen ana kriterler;

- > Ekonomik performans,
- > Kamunun etkinliği,
- > İş dünyasının etkinliği,
- > Altyapının etkinliği olarak sınıflandırılabilir.

Aşağıdaki tabloda ortaya konan kriterle belirtilmiştir.

⁸⁴Bu bölümün alındığı kaynak: TÜBİTAK Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüler Projesi Makine – Malzeme Paneli ve Tekstil Paneli 8-9 Kasım 2002 “2023 Dünyasında Türkiye” Çalışma Raporu Gebze / KOCAELİ http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/mm/Ek9.pdf

Tablo 18: Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

<i>Ana Kriter Adı</i>	<i>Ulusal rekabet gücünü belirleyen kriterler</i>
<i>Ekonomik Performans Kriterleri</i>	1. Sektörel üretim ve harcamalar büyümenin kaynağı 2. Yüksek katma değer yaratan sektörler 3. Kaynakların dengeli, süreklilik sağlayacak şekilde dağılımı ve kaynak israfının önlenmesi 4. Öncelikli sektörlerin etkinlik odaklı belirlenmesi 5. Sermaye yoğun teknolojiye dayalı yüksek katma değerli ürünlerin ihracatı
<i>Ana Kriter Adı</i>	sal rekabet gücünü belirleyen kriterler
<i>Ekonomik Performans Kriterleri</i>	1. Sektörel üretim ve harcamalar büyümenin kaynağı 2. Yüksek katma değer yaratan sektörler 3. Kaynakların dengeli, süreklilik sağlayacak şekilde dağılımı ve kaynak israfının önlenmesi 4. Öncelikli sektörlerin etkinlik odaklı belirlenmesi 5. Sermaye yoğun teknolojiye dayalı yüksek katma değerli ürünlerin ihracatı
<i>Ana Kriter Adı</i>	sal rekabet gücünü belirleyen kriterler
<i>Ekonomik Performans Kriterleri (Devam)</i>	6. Yabancı sermayenin doğrudan öncelikli ve rekabet üstünlüğü doğuracak sektörleri tetikleyici şekilde yönlendirilmesi 7. Niteliği arttırıcı sürekli eğitim doğrultusunda nitelikli iş gücüne dayalı istihdam 8. Faktör piyasalarının rekabetçi piyasa şartlarına göre düzenlenmesi 9. Yaratılan değerın adil paylaşımı 10. Makroekonomik dengelerin avantaj yaratacak şekilde uyumlandırılması
<i>Ana Kriter Adı</i>	Ulusal rekabet gücünü belirleyen kriterler
<i>İş Dünyasının Etkinliği Kriterleri</i>	Ar-ge harcama payı Çalışma yaşındaki nüfusun oranı Borsaya kota edilen şirket sayısı Satın alma gücü kalitesi cinsinden genel verimlilik Eğitilmiş insan gücü İş gücü verimliliği Yabancı sermaye payı Yeni firma sayısı / girişimcilik Sosyal sorumluluk Dünya ticaretindeki pay
<i>Altyapı Kriterleri</i>	1. Enerjide dışa bağımlılığı asgari düzeye indiren, uygun maliyetlerle güvenli

	<p>seçeneklerin yaratılması; sürdürülebilir, çevre dostu enerji teknolojilerinde yetkinlik</p> <p>2. Hızlı, ekonomik ve teknolojik açıdan yetkin, entegre ulaşım sistemleri</p> <p>3. Suyun stratejik karakterli bir kaynak olarak değerlendirilmesi ve su teknolojisinin geliştirilebilmesi</p> <p>4. Enformasyon ve telekomünikasyon, bilgi (knowledge) teknolojileri, biyoteknoloji - genomics, nanoteknoloji, malzeme teknolojileri ve diğer tetikleyici teknolojilerde birinci lig</p> <p>5. Temiz ürün, temiz üretim teknolojilerine egemenlik</p> <p>6. Doğal kaynakların değerlendirilmesinde ekonomik faydanın maksimizasyonu</p> <p>7. Kültür ufku geniş, yaratıcı ve sorgulayıcı, bilim ve teknolojiyle barışık, nitelikli istihdam yaratan bir eğitim</p>
--	---

2. Dünyadaki Temel Eğilimlerin ve İtici Güçlerin (Drivers of Change)

Belirlenmesi

Dünyayı başlıca etkileyen temel eğilimler ve itici güçler;

- > Ekonomik,
- > Siyasi / Askeri,
- > Teknolojik,
- > Ekolojik,
- > Toplumsal / Kültürel olarak sınıflandırılabilir.

Tablo 19: Teknolojide Belirleyici Olması Beklenen unsurlar

1.	Teknolojik inovasyondaki yetkinlik rekabet gücü açısından mutlak bir belirleyici olacak
2.	Bütün sektörlerde bilişim ve iletişim teknolojilerinin önemi artarak devam edecektir.
3.	Biyoteknoloji, nanoteknoloji vb. jenerik teknolojiler gelişmelerini sürdürecektir ve ekonomik ve hızla sosyal hayatta önemli değişimlere neden olacaktır.
4.	Toplumsal ölçekten firma ölçeğine kadar teknoloji yönetimi en az, Teknolojiye sahip olmak kadar önem kazanacaktır.
	Yenilenebilir enerji elde edilmesi ve temiz üretim önem kazanmaya devam edecektir.

3. Dünyadaki Temel Eğilimlerin ve İtici Güçlerin Türkiye'nin Rekabet Gücüne Etkisinin Belirlenmesi Çalışması Sonuçları

Tablo 20: Teknolojide Temel Eğilimler

Temel Eğilimler ve İtici Güçler (Trendler ve belirsizlikler)
Teknolojik inovasyondaki yetkinlik rekabet gücü açısından mutlak bir belirleyici olacak.
Bütün sektörlerde bilişim ve iletişim teknolojilerinin önemi artarak devam edecektir.
Biyoteknoloji, nanoteknoloji vb. jenerik teknolojiler gelişimlerini hızla sürdürecektir ve ekonomik ve sosyal hayatta önemli değişimlere neden olacaktır.
Ulusal ölçekten firma ölçeğine kadar teknoloji yönetimi en az, teknolojiye sahip olmak kadar önem kazanacaktır.
Küreselleşmenin gelişmeye devam etmesiyle dünya ölçeğinde rekabet şiddetlenecek.
Ünün niteliğinde bilgi hayati bir önem kazanacak ve bilgiye dayalı ekonomik faaliyetler istihdam içinde en önemli paya sahip olacak.
Uluslararası standartlar hayati önem taşıyacak.
Dünya'da gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki teknoloji düzeyi farkı gittikçe artacak ve teknolojik gelişmeler gelişmekte olan ülkelerin sıçrama yapmasına fırsat yaratacaktır. Devletin ekonomiye müdahalesi daha da azalacak; ekonomik karar süreçlerinde özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin önemi artacak; devletin kamusal ve sosyal alandaki rolü sınırlanacak; sosyal devletin işlevi değişecek

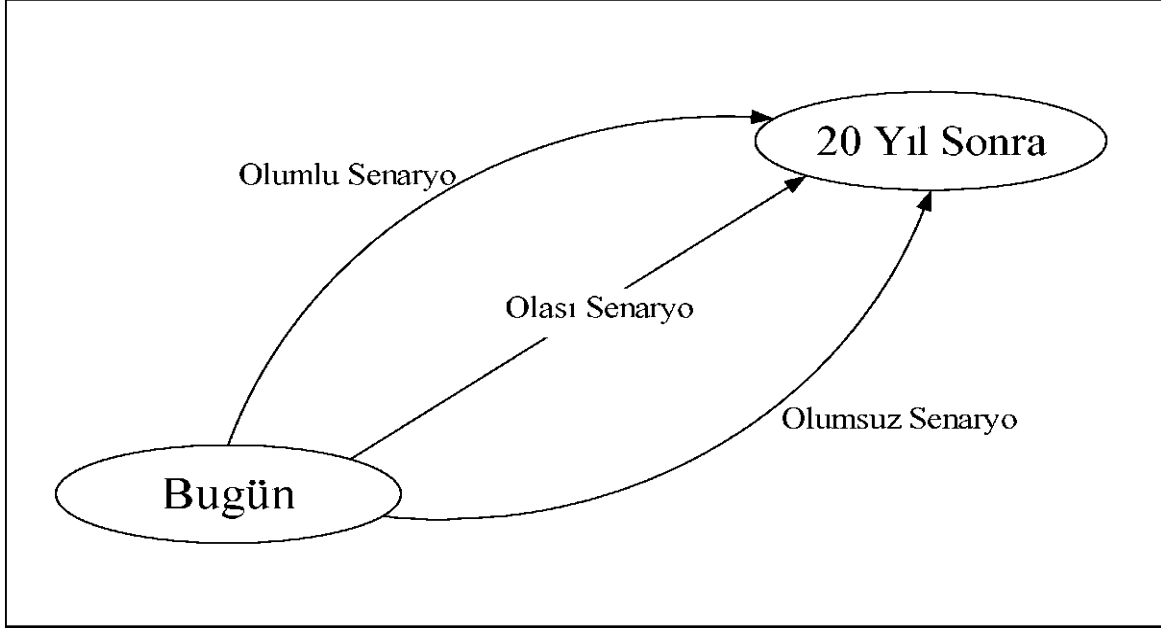
4. 2023 Dünyasında Türkiye Senaryolarının Oluşturulması

Geleceği belirleyecek etkenleri bulduktan sonra bunların gelecekte gelebilecekleri konumlara göre yazılan senaryolar sanal olarak geleceği ziyaret etmeye ve gelecek olduğu zaman ona daha kolay uyum sağlamamıza yarar. Oluşturulan senaryolara göre hazırlanacak stratejik amaçlar oluşabilecek her türlü durumda vizyona ulaşmayı sağlayacaktır.

Yapılan senaryo çalışmasında katılımcılar tarafından gruplar halinde üç farklı senaryo oluşturuldu. Oluşturulan senaryo çeşitleri aşağıda listelenmiştir;

- > Olumlu senaryo,
- > Olumsuz senaryo,
- > Olası senaryo.

Grafik 16: Senaryo Şablonu



Şekil 1. Senaryo Çalışmasının Grafikle Gösterimi

A. Türkiye Senaryoları - Olumlu Senaryo PEMBE DİZİ

Küreselleşmenin devam etmesi ile Dünya ölçeğinde rekabet şiddetlenecek, yeni teknolojilere talep artacak ve teknolojik inovasyonda yetkinlik rekabet gücünün belirleyicisi olmaya devam edecektir. Her ölçekte teknoloji yönetimi önem kazanacak, bio ve nano teknoloji, genomik gelişimlerini hızla sürdürecektir, toplumsal hayatı etkileyecektir. Bütün sektörlerde bilişim teknolojilerinin önemi artarak devam edecektir. Uluslararası standartlar, fikri mülkiyet haklarının etkinliğini kuvvetlendirecektir. Yeni işbirliği ve barış ortamı sayesinde serbest sermaye, mal ve hizmet akımlarının gelişmekte olan ülkeler ekonomilerini şiddetle olumsuz etkilemesini engelleyecek finansal rejimler ve uluslararası kurumlaşma sağlanmış olacak böylece yaratılan büyüme ekonomilerinden geçmişte serbest ticaretten olumsuz etkilenen ülkelerin daha fazla gelir elde etmeleri sağlanacak, gelir eşitsizlikleri azalacaktır.

Teknoloji farkını azaltacak fırsatlar yeni teknolojik gelişmeler nedeni ile olası hale gelecektir.

Turizm ekonomik sektör olarak büyüyecek, gelişmiş ülkelerdeki demografik değişimlerin etkisi ile emekli ve yaşlı nüfusu artacak başta sağlık olmak üzere bütün sektörleri geliştirecektir.

"Toplumsal, kültürel, psikolojik sürdürülebilirlik" arayışındaki bireyler merkezlerden uzak, küçük yerleşimlerde, ortak mekanlarda yaşayabilecektir. Bu arada yeni teknolojilerin toplum ve birey üzerindeki olumsuz etkilerini bertaraf edecek uzlaşmalar aranacak ve bulunacaktır. Toplumlar teknolojilerin olumlu olanlarını benimseyecek olumsuz olanlarını ayıklayabilecek mekanizmaları geliştirebileceklerdir.

Tablo 21: Türkiye Senaryoları - Olumsuz Senaryo

1.	Teknolojik gelişimlerin sınırında, hangi yeni teknolojileri getireceği belirsizdir. (Örn. Yarı iletken malzemesi olarak silisyum sınırına ulaşacak, yerine malzeme bulunması belirsiz).
2.	Devletin ekonomiye müdahalesi daha da azalacak; ekonomik karar süreçlerinde özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin önemi artacak; devletin kamusal ve sosyal alandaki rolü sınırlanacak; Sosyal devletin işlevi değişecek(çok).
3.	Sermaye ve mal akımlarının önündeki engeller asgari düzeye inecek.
4.	Mevcut sistem hidrojen ekonomisinin yerleşmesine imkan/izin vermeyecek.
5.	Dünya'da gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerarasındaki teknoloji düzeyi farkı gittikçe artacak ve teknolojik gelişmeler gelişmekte olan ülkelerin sıçrama yapmasına fırsat yaratacaktır.
6.	Teknolojik gelişimin birey ve toplum üzerinde olumsuz etkileri olacaktır.

B. Türkiye Senaryoları - Olası Senaryo BÖYLE GELMİŞ, BÖYLE GİDEBİLİR

1.Mevcut uluslararası ilişkiler sistemi büyük ölçüde devam edecek.

a. ABD süper güç olma özelliğini sürdürecektir, fakat Çin muhtemelen yeni bir küresel güç olarak ortaya çıkacaktır.

b. Genişlemiş bir AB küresel güç konumuna gelecektir.

c. Balkanlar, Kafkasya, Ortadoğu ve Orta Asya bölgesel çatışma alanı olma özelliğini sürdürecektir.

- d. Din, ırk ve terör faktörleri, çatışma kaynağı olma özelliğini sürdürecektir.
2. Küresel ölçekte ekonomik, teknolojik ve yaşam kalitesi açısından uçurumlar belirginleşecek .
3. Nitelikli işgücü ağırlıklı dolaşım artacak.
4. Para, mal ve sermaye dolaşımı önündeki engeller aşılanacaktır.
5. Sürdürülebilir gelişme sorunsalı önemini arttıracaktır.
6. Sürdürülebilir ekonomik ve teknolojik gelişme:
 - a. Yeni toplumsal ilişkiler,
 - b. Yeni değer ve anlayışlar,
 - c. Yeni yaşam ve çalışma biçim ve normları tanımlayacaktır.
7. 5'inci Maddeye bağlı olarak "teknoloji öngörüsü" önem kazanacaktır.
8. Sivil toplum kuruluşlarının etkinliği artacaktır.
9. Toplumsal ve ekonomik rolü yeniden tanımlanmış bir devlet modeli ortaya çıkacaktır. Özellikle bilim, teknoloji ve inovasyon alanındaki destekleyici ve yönlendirici rolü stratejik bir önem kazanacaktır.

5. 2023 Dünyasında Türkiye Vizyonu Belirleme Çalışması

VİZYON EVRENSEL

Sahip olduğu doğal ve kültürel değerleri ve kaynakları yok etmeksizin kullanarak gelişen, ortaya çıkan fırsatları, nitelikli insan kaynakları ile etkin, yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımlarla değerlendiren, kendi kaderini tayin eden, barışçıl, adil, laik ve müreffeh TÜRKİYE.

Tablo 22: Ulusal Rekabet Gücü

ULUSAL REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN KRİTERLER	
PERFORMANS	Ekonomik büyüme sürdürülebilir ((istikrar) ölçülebilir (%)/ karşılaştırmalı) Büyümenin kaynağı Yüksek katma değer yaratan sektörler Teknoloji üreten sektörler (%) İstihdam yaratan sektörler (%)
	Kaynakların dengeli, süreklilik sağlayacak şekilde dağılımı (kaynak israfını önleyen) Reel üretime dayalı tasarruf oranı Yatırıma dayalı tasarruf oranı Tüketime dayalı tasarruf oranı Öncelikli sektörlerin belirlenmesi etkinliği Uluslararası ticaret Sermaye (teknoloji yoğun) yüksek katma değerli ürünlerin ihracatı
	Hedef pazarların belirlenme etkinliği Dış yatırımlar, iç yatırımlar Doğrudan yabancı yatırım
	Öncelikli ve rekabet üstünlüğü doğrusal sektörlerle (tetikleyici) şekilde gönderilmesi Karşılıklı ticareti gözetim yatırımlar (çok taraflı denge) İstihdam
	Nitelikli iş gücüne dayalı istihdam (niteliği artırıcı sürekli eğitim) İstihdam artışının sürekliliği İşsizlik oranı Ters beyin gücünü sağlayan istihdam Ülke gereksinimleri doğrultusunda istihdam İş pazarının geçirgenliği (yatay ve düşey hareketlilik)

Tablo 22Ulusal Rekabet Gücü devamı

Ulusal rekabet gücünü belirleyen kriterler	
ALT YAPININ ETKİNLİĞİ	1. Toplumsal maliyetin düşük olması
	2. Yaşamı düzenleyen kurallara uyum ve değiştirmede yetkinlik katılım
	3. Yeterliliği belgelendirilmiş sertifikasyona dayalı kurumlar ve eğitim sistemleri
	4. Enerjide dışa bağımlılıkta asgari düzeyi uygun maliyetlerle güvenli seçenekler sürdürülebilir, çevre dostu, enerji teknolojilerinde yetkinlik
	5. Hızlı, ekonomik, teknolojik yetkinliğe sahip

Tablo 23: Ülke Vizyonu Kurgulanan Ülke

<p><i>VİZYON GRUP UZUN Geleceğin Kurgulandığı Ülke</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Demokratik, adil, günün gereksinimlerine yanıt veren bir hukuk sistemine sahip;• Sağlık, eğitim ve kültür gereksinimlerinin karşılanması devlet tarafından güvence altına alınmış;• Üreten, kaynakları üzerinde söz ve karar sahibi, gelir dağılımı dengeli;• Yurttaşları siyasi karar, süreç ve mekanizmalarına katılan; kendilerinin ve ülkelerinin geleceğinde söz ve karar sahibi• Net katma değerini büyük ölçüde kendi beyin gücüne dayandıran; bilim, teknoloji ve inovasyonda yetkinleşmiş;• Sürdürülebilir gelişmeyi ve bölgesel farklılıkları gözetten;• Bölgesinde ve dünyada adil ve kalıcı bir barış için çaba gösteren;• Yaratıcı, girişimci, özgüveni yüksek, karşılıklı saygıyı ve doğaya saygıyı esas almış, bireylerden oluşmuş bir TÜRKİYE...• Üretimde bilgiye dayalı ekonomik yapıya kavuşmuş, sürdürülebilir gelişme içinde, çevreyle uyumlu, temiz üretimi hedefleyen; bu çerçevede GSMH'sı 20000 \$'a yaklaşan, 3000 uluslararası patente sahip, güvenli bitki genetiğinde sıçrama yapmış, en az birkaç sektörde tasarım ve üretim merkezi olmuş, sağlık ve turizmde çok ileri,
--

2023 Dünyasında Türkiye Vizyonu Belirleme Çalışması Sonuçları

- > Ekonomik ve siyasi karar mekanizmalarına katılımcı,
- > Kaynakların kullanımı ve çıktının getirisinde demokratik dağılımın geçerli olduğu,
- > Uluslararası demokrasiye yüksek katma değer yaratan bir TÜRKİYE.

Kültür, endüstri gelişmiş, tekstil sanayinin yanı sıra moda tasarımında da iddialı hale gelmiş, müzik ve endüstri tasarımı, film sanayinde söz sahibi, bölgenin kültür başkentliğine kalkışmış bir Türkiye.

- > Refah toplumu: İleri teknoloji ağırlıklı, çok kaliteli üretim ve tüketim, etkin bir rekabet ortamı

> Egemenlik: Alanı daralan devlet (saydam, hesaplanabilir, eleştirilebilir)
özgürlük alanı genişleyen sivil toplum ve birey

- Özgür ortam
- Uluslararası standartta adalet
- Çoğulculuk
- Kültürel ve yaşam tercihlerine saygı

Özgün teknoloji üretebilen, belirli teknolojilerde dünya ölçeğinde tamam hizmet sektöründe saygın bir TÜRKİYE.

2023 Dünyasında Türkiye Vizyonu Belirleme Çalışması Sonuçları (Devam)

> Üretimi AB ülkeleri düzeyine çıkmış.

Bunun içinde bilgiye dayalı ürünlerin yoğun olması

> Bölgesel farklılıkları asgariye inmiş, gelir dağılımının iyileştiği ve ölçülü olduğu

> Nüfusunun eğitim düzeyi AB ortalamasına yakın. Bu çerçevede yaratıcılığı öne çıkan bireyler, evrensel kültüre katkı, yerel bilgi üretimi, yerel kaynakların değerlendirilmesi, girişimciliğin gelişmiş olması

> Sosyal olarak AB bünyesine yaklaşmış. Bu çerçevede kadın hakları, laiklikte AB ortalamalarından ileri gidebilmiş, sanatta yerel değerlerle birlikte dünyaya ulaşmış geleceğe güvenle bakan, geniş tarih imkanı olan

> Kurallara dayalı, kamu yönetiminin çok etkin hale geldiği, liyakate layık olduğu

> Alt yapıları AB düzeyine yakın ve bölge ile merkeze enerji ve diğer özelliklerle evlere ulaşım

> AB - Avrasya, Asya, Çin göze gelecek birçok açıdan ileridir.

> Mevcut eğitilmiş insan gücünü, girişimci ruhunu, bir sinerji oluşturarak toplumsal projelere dönüştürebilmiş

> Gelecekte kendi güçlü bir şekilde tehdit edecek sosyal, teknoloji, eğitim ve sağlık dengesizliği konularında bir konsensüs oluşturarak dengeli ve sosyal gelişmeyi ilke olarak kabul etmiş

> Uluslararası toplumda ilkeleri olan, tutarlı, bölgesel güç olacak.

> Üreten, ürettikçe büyüyen, sanayi, tarımı, turizmi, alt yapısı, hizmetler sektörü gelişen bir TÜRKİYE,

> Kaynakların kullanımında çıktıların getirisinin dağılımında demokratik, gelir dağılımında eşit ve düzgün olduğu, insanların çağdaş yaşamın nimetlerinden kolaylıkla yararlanabildiği, yurttaşlarını kamusal, sağlık, eğitim, kültür hizmetlerine sorunsuzca, erişebildiği bir TÜRKİYE,

> Yurttaşların tüm ekonomik yaşamda karar süreçlerinde katıldığı söz ve karar sahibi oldukları demokratik bir TÜRKİYE,

> Özgün teknoloji üretebilen, belirli ileri teknolojilerde dünya ölçeğinde tanınan, diğer sistem ve teknolojilerde bağımlılığı karşılıklı düzeye getirebilmiş sanayiye sahip ve hizmet sektöründe kaliteli olarak tanınmış bir TÜRKİYE.

BÖLÜM XIX. VİZYON 2023 TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ PROJESİ RAPOR (İNŞAAT VE ALTYAPI PANELİ)⁸⁵

Vizyon 2023 projesinin ana teması, teknolojik gelişmeleri toplumsal ve ekonomik faydaya dönüştürme yeteneği kazanmış bir "Refah Toplumu" yaratmak olarak özetlenebilir.

İnşaat ve Altyapı paneli, bu projenin önemli bir parçası olan "Teknoloji Öngörü Projesi" kapsamında kendi konusunda stratejik teknolojiler ve önceliklerinin saptanması amacı ile oluşturulmuştur.

⁸⁵ Bu bölümün alındığı kaynak: VİZYON 2023, TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ PROJESİ, RAPOR, İNŞAAT ve ALTYAPI PANELİ TEMMUZ 2003
http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/ia/insaat_son_surum.pdf

A. Sosyo-ekonomik değerlendirmeler

Türkiye ve dünyadaki durum göz önünde tutularak teknolojik, ekonomik ve yapısal açılardan sosyo-ekonomik gelişmeleri ve 2002-2023 dönemindeki değişimleri belirleyecek temel eğilimler ve itici güçler aşağıda özetlenmiştir:

- Gelişmekte olan ve refah seviyesi yükselen toplumun ve sanayinin giderek artan istekleri ve beklentileri kentsel altyapı ve sanayi altyapısının geliştirilmesini zorunlu kılacaktır.

- Yurtiçi ve yurtdışında önemli projeler yürütme beklentilerinin artması yanı sıra rekabet koşullarının zorlaşması, ileri yapım tekniklerinin, eğitimli personel, gelişmiş malzeme ve ekipman kullanımının ve verimliliğin artırılmasını ile birlikte teknik müşavirlik sektörünün de önemli ölçüde geliştirilip uluslararası etkinliği olacak biçimde güçlendirilmesini zorunlu hale getirmektedir.

- Enerji tasarrufu, kaynak koruması ve çevre gereksinimlerine verilen önemin giderek artma eğilimi, doğal kaynakların ve özellikle su havzalarının iyi yönetimi ve değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

B. Hedeflerimiz ve Vizyon 2023

2023 yılında 'Nasıl bir Türkiye' sorusuna verilebilen yanıtlar aşağıdaki başlıklarla özetlenmeye çalışılmıştır:

1. Artan nüfusun ve gelişmeye çalışan sanayinin gereği olan enerji, ulaşım, su ve atık su gibi temel altyapının çağın gerektirdiği standartlarda tamamlandığı bir Türkiye.

2. Yapılarda deprem güvenliğinin sağlandığı, can güvenliği riski ile ekonomik risklerin en aza indirildiği, insanlarımızın depreme ve doğal afetlere karşı güvenli kentlerde ve yapılarda yaşadığı bir Türkiye.

3. İnşaat, altyapı ve toprak sanayi sektöründe sürdürülebilirlik ilkelerine uygun yeni teknolojilerin geliştirilip kullanıldığı, uluslararası platformlarda teknoloji, verimlilik ve maliyet bazında rekabet edebilen, pazar payını artıran bir Türkiye.

4. Bütün ailelerin çağdaş konut gereksinimlerinin sağlıklı çevre koşulları ile birlikte karşılandığı bir Türkiye.

5. Demokratik toplum, eğitim, şeffaflık ve çevre yönetimine uygun katılım gibi kavramlarda çağdaş standartlara erişmiş, sektörde kalite denetiminin sağlandığı, tüketici haklarının korunduğu, eğitilmiş insan gücünün kullanıldığı, doğal kaynakların korunduğu, doğal kısıtlamalar ve kaynakların varlık dağılımına uygun, doğal tehlikelerden sakınılan dengeli bölgesel nüfus ve sanayi dağılımının geliştirildiği bir Türkiye.

6. İnşaat malzemeleri üretiminde çevreye saygılı, çağdaş standartlara erişmiş, kalite kontrolünü tam olarak gerçekleştiren, teknoloji üretim ileri yönetim teknikleri uygulayan bir Türkiye.

TÜBİTAK tarafından tanımlanan görev kapsamında, genel anlamda günümüzdeki durum - eğilimler - hedefler ve teknolojiler düşünce silsilesi izlenerek yapılan bu çalışma sonunda 2023 Türkiye'si vizyonu oluşturulmuş, altı temel sosyo-ekonomik hedef belirlenmiş ve bu hedeflere erişmek için gerekli olduğuna inanılan sekiz stratejik teknoloji konusu saptanmış ve önceliklendirilmiştir.

Vizyon çalışmalarının uygulama sürecinde dünyadaki ve ülkemizdeki eğilimler ve gelişmeler, yalnızca bu görevi üstlenecek bir kuruluş tarafından, sürekli olarak izlenmeli ve gereken biçimde ve aralıklarla güncelleştirilmeli veya yeniden yapılmalıdır.

Ana teması Cumhuriyetimizin 100. yılında, Atatürk'ün işaret ettiği muasır medeniyet seviyesinin ilerisine geçmek hedefi doğrultusunda:

- Bilim ve teknolojiye hakim,
- Teknolojiyi bilinçli kullanan ve yeni teknolojiler üretebilen,

- Teknolojik gelişmeleri toplumsal ve ekonomik faydaya donüştürme yeteneği kazanmış

Bir 'Refah Toplumu' yaratmak olan Vizyon 2023 projesinin başlangıcı, 13 Aralık 2000 tarihinde yapılan Altıncı BTYK toplantısına alınan bir karara dayanmaktadır.

C. Sektörün Başlıca Özellikleri

Konut, sanayi tesisleri, hastane gibi her türlü bina inşaatını; yol, köprü, su yapıları, boru hattı gibi altyapı faaliyetlerini; elektrik, sıhhi tesisat, ısıtma, havalandırma gibi her türlü donanım işini kapsayan geniş bir faaliyet alanına sahip olan inşaat sektörünün neredeyse tüm üretimi yatırım malı sayılmaktadır.

İnşaat sektörü, son derece önemli bir ekonomik faaliyet alanıdır. Önemli ölçüde yerli endüstriye dayanması, istihdam potansiyelinin büyüklüğü, başta imalat sanayi olmak üzere diğer sektörlerle yoğun girdi-çıkıtı ilişkisi içinde olması ve yurtdışında yürütölen faaliyetlerin döviz kazandırıcı özelliği nedeniyle Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörüdür denebilir.

➤ Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri (YDMH) dış ölkelerde gerçekleştirilen inşaat, tesisat, montaj, mühendislik, proje, teknik müşavirlik, işletme, bakım ve onarım gibi faaliyetlerin tümünü ifade etmek üzere kullanılan bir tanımdır. Ülkeye döviz kazandırıcı faaliyetlerin en başta gelenlerinden birisi olarak değerlendirilen YDMH sektöründe yönetim ve organizasyon yeteneklerini birleştiren firmalar yer almaktadır.

➤ Müteahhitlik hizmetleri kapsamında yurt dışında faaliyetlerini sürdürmekte olan inşaat firmalarının ülke ekonomisine sağladığı yıllık döviz girdisi, Türkiye'nin yıllık ihracat tutarının %10'u düzeyine erişebilmektedir.

➤ Yurtdışı müteahhitlik hizmetleri sektörünün döviz girdisi ve istihdam alanı oluşturmasının yanı sıra, Türk firmalarının teknoloji birikimine ve uluslararası standartlara ulaşmasında önemli bir katkısı söz konusudur. Firmaların kapasite ve üretim standartlarının yükselmesi ve ayrıca kurumsallaşmalarını gerekli kılması sonucu,

yurtiçinde gerçekleştirilecek olan büyük projeler, yerli ve yabancı konsorsiyumlar halinde üstlenilebilmektedir.

➤ Hiç değilse teknoloji alanında geliştirmelere ve deprem güvenliği bakımından değerlendirme ve iyileştirmelere henüz gereksinimleri bulunsa da, köprü, baraj, liman ve ana yol ve otoyollar gibi yapılar oldukça çağdaş ve güvenilir bir biçimde uygulanmışlardır.

1. Ulaşım

Ülke genelinde, uzun süreli amaçlara ve yurtiçi taşımalara çağdaş koşullarla katkıda bulunmak ve AB kriterleri bağlamında uyumu ve bütünleşmeyi sağlamak üzere dinamik ve esnek bir ulusal ulaştırma ana planının geciktirilmeden hazırlanarak kararlılıkla uygulanmaya konması gerekmektedir.

2. Karayolu Ulaştırması

Gerek AB ülkeleri standartlarına erişebilmek ve gerek trafik akımı ve güvenliği açısından kullanılmakta olan karayolu ağının bakım ve onarım gereksiniminin yanı sıra, onarımın yetersiz kalacağı bir çok kesimde üstyapının yenilenmesi şarttır.

3. Denizyolu Ulaştırması

Doğu-batı ekseninde ulaşım koridoru ve transit uğrağı haline gelmesi gereken Türkiye'nin 21. yüzyılın kombine taşımacılık anlayışı doğrultusunda limanlarını ve diğer ulaştırma altyapılarını uyarlamak durumundadır. Bu nedenle, ülkemizin dış ticaret yüklerinin hareketinde uygun nitelik ve nicelikte hizmet verebilecek şekilde limanların geliştirilmesi, modernleştirilmesi, kapasitelerinin artırılması, AB limancılık stratejisi ile uyumlu hale getirmesi gerekmektedir.

Öte yandan limanlarımızın ticari amaçların yanı sıra, giderek büyüyen uluslararası kruvaziyer yolcu taşımacılığının kullandığı büyük tonajlı gemilerin yanaşabileceği ve hizmet alacağı biçimde yapılandırılması ülkemiz turizmi açısından önem taşımaktadır. Yine turizm bağlamında yat limanlarına olan özellikle uluslararası talebin karşılanmasına yönelik mevcut marinaların yan tesisleri ile birlikte geliştirilmesi ve yenilerinin yapılması gereklidir.

4. Limanlar

Günümüzde kombine (çoklu) taşımacılık hızla gelişmektedir. Konteynerin taşımada kullanılması bu gelişmede etken olmuştur. 21. yüzyıl taşımacılığı olarak gözüken kombine taşımacılığın önemli altyapıları liman terminalleri ile hinterland uzantılarıdır. Bu nedenle, hinterland uzantılarını oluşturan karayolu, demiryolu altyapılarının bu taşıma sistemine uyumlu hale getirilmesi ve bu amaçla iyileştirilmesi (ya da yeniden yapılması) önem arz etmektedir.

5. Demiryolları

Şebekenin modernleştirilmesi ve 21. yüzyılın ilk çeyreğinde Batı Avrupa düzeyinde standartla Türkiye'nin başlıca merkezlerini birleştirecek şebekenin oluşturulması, Avrupa-Asya bağlantısı transit geçişinde Türkiye'nin söz sahibi olabilmesi için de demir yollarımızda uluslararası bağlantılarla ilgili hatları kısaltan yatırımların en kısa zamanda gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yük taşımacılığı açısından 21. yüzyılda kombine taşımacılık ve bu bağlamda demiryollarının etkin rol oynayacağı nedeni ile limanların iç kesimlere bağlanmasında demiryollarının yer almasına özen gösterilmelidir. Bu bağlamda bugün için ülkemizde liman-yurtiçi bağlantılarında demiryollarının ancak %5 dolayında olan payının artırılması gerekecektir.

6. Boru Hatları

Ülkemize ekonomik ve siyasi güç kazandıracak uluslararası ham petrol ve doğal gaz boru hattı yatırımları büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı, Doğu Anadolu Doğal Gaz Ana İletim Hattı, Mavi Akım Projesi, Türkmenistan-Türkiye-Avrupa Doğal Gaz Boru Hattı, Irak-Türkiye Doğal Gaz Boru Hattı, Mısır-Türkiye Doğal Gaz Boru Hattı gibi uluslararası petrol ve doğal gaz boru hattı projelerinin hayata geçirilmesi, doğal gaz arz kaynaklarımızın çeşitlendirilmesinin yanı sıra ülkemizin petrol ve doğal gaz talebinin karşılanmasını sağlayacak, ülkemizi 21. yüzyılda bir enerji köprüsü ve enerji terminali yapacaktır.

Özellikle son yirmi yıldan beri çevre sorunlarına verilen önem, ülkelerin enerji politikalarını ciddi boyutlarda etkilemektedir. Enerji üretiminin ve kullanımının insan sağlığı ve çevreye olumsuz etkileri nedeni ile alınan önlemler sonucunda doğal gazın alternatif enerji kaynağı olarak kullanımı, dolayısıyla dünyada doğal gaz iletim ve dağıtım hatlarının yapımının artması beklenmektedir.

D. 2002-2023 Dönemindeki Gelişme ve Değişimleri Belirleyecek Temel Eğilimler ve İtici Güçler

Gelişmekte olan ve refah seviyesi yükselen toplumun ve sanayinin istekleri ve beklentileri giderek artacaktır.

Bu durumda;

- Kentsel altyapı ve sanayi altyapısının geliştirilmesi,
- Ulaşım ve iletişim sektörlerindeki zorlamalar sonucunda, sürekli artan motorlu taşıt sayısının yarattığı karayolları ve otopark gereksinimleri,
- Hava, demiryolu ve denizyolu taşımacılığına yönelik talepler,
- Yukarıdakilere bağlı olarak yol, köprü, tünel, liman, rıhtım, havalimanı ve otopark yapılarına olan gereksinim ön plana çıkacaktır.

Özellikle yurt dışı pazarlardaki rekabet koşullarının giderek zorlaşma eğilimi söz konusu olabilecektir.

- Türk işçiliğinin, diğer gelişmekte olan ülkelere kıyasla her zaman ucuz olmaması.
- Kaynakların korunması ve sürdürülebilirlik kavramlarının maliyetleri artırıcı niteliği diğer önemli durumlar olarak göze çarpmaktadır.

Bu durumda rekabeti sağlayabilmek için sektörün maliyet/performans dengesini iyi kurması, teknolojisini güncelleştirmesi, verimliliği ve sürati artırarak maliyeti düşürmeyi hedef alması gerekmektedir. Bu bağlamda teknik müşavirlik sektörünün uluslararası etkinliği olan bir düzeye ulaşacak şekilde geliştirilmesi önem taşımaktadır.

D.1. 2023 - Nasıl bir Türkiye Hedefliyoruz?

a. Artan nüfusun ve gelişmeye çalışan sanayinin gereği olan enerji, ulaşım, su ve atık su gibi temel altyapının, çağın gerektirdiği standartlarda tamamlandığı bir Türkiye.

b. Yapılarda deprem güvenliğinin sağlandığı, can güvenliği riski ve ekonomik risklerin en aza indirildiği, insanlarımızın depreme karşı güvenli kentlerde ve yapılarda yaşadığı bir Türkiye.

D.2. Düş gerçekleştirecekse

Düşlenen 2023 Türkiye'sinden geriye bakıp, buraya nasıl gelebildik diyebilmek için;

✓ Milli gelirin 2023 yılında en az, "Türkiye ve Dünya 2010-2020" raporundaki OECD yavaş büyüme senaryosunda hesaplanan 9,321 ABD doları düzeyine çıkartılması gerekir.

✓ Milli gelirimizin artırılmasında yeterince kullanılmayan kaynaklar yanı sıra, yeni kaynaklar yaratılması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, gelişmişler dahil, pek çok ülkede etken bir finansman kaynağı olarak uygulanmakta olan ve yabancı sermayenin yatırım olarak ülkemize gelmesini sağlayacak "Yap İşlet Devret" veya "Yap İşlet" modellerinin idari ve hukuki gerekli düzenlemeler yapılarak uluslararası kabul gören kurallar çerçevesinde uygulanabilir hale getirilmesi gereklidir.

✓ Hassas dengeler üzerine kurulmuş yabancı sermayeden, uygulanabilir yeterli teşvik tedbirleri, güvenilir ve uygulanabilir bir hukuk ve yönetim sistemi, güvenli bir ekonomik ortam ve mali sistem olmadan yararlanılamayacağı açıktır.

✓ Bir yandan, yeni gelir kaynakları ararken uygulanması gereken finansal stratejimiz;

✓ Gerek devlet ve gerek halk eliyle yapılan harcamalarda ve yatırım harcamalarında en geniş şekilde tasarruf sağlanması,

- ✓ Yeni yapılacak tüm yatırımların en doğru yerde, en doğru ölçütlerle ve gereken kaliteyi sağlayacak en uygun bedelle yapılmasının sağlanması,
- ✓ Vergilendirmede adaletin sağlanması,
- ✓ Halkımızın eğitilmesi, özellikle ülke yönetiminde en etkin bürokrat kadrosunun ülkenin en iyi eğitilmiş insanlarından oluşması için her türlü maddi olanak sağlanması olmalıdır.
- ✓ İnşaat sektörünün uluslararası rekabet gücünü artırmak için teknoloji geliştirme, performans ve verimliliği artırma gibi konularda Ar-Ge çalışmaları yanı sıra günümüzde bilgiye ulaşma ve paylaşma, daha kapsamlı bir deyişle, 'Yapı Bilişimi' konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Ar-Ge çalışmalarına ivme kazandıracak yeni yapılanmalar ve finansman modellerinin geliştirilmesi, yeni yapı malzemeleri ve yapım teknolojilerinin hayata geçirilmesi ülke ekonomisi ve insanlarımızın can güvenliği açısından önem taşımaktadır.
- ✓ Bilgi toplumu olmaya yönelmemiz ve en büyük yatırımı insan kaynaklarına yapmamız gereken günümüzde eğitim, her zamankinden büyük önem taşımaktadır ancak bu önemli alan hala sorunlarından kurtarılamamıştır.

Hedef

- ✓ *"Artan nüfusun ve gelişmeye çalışan sanayinin gereği olan enerji, ulaşım, su ve atık su gibi temel altyapının çağın gerektirdiği standartlarda tamamlandığı bir Türkiye."*

D.3. Güçlü yanlar:

- Türkiye'nin ekonomik, coğrafi ve demografik ölçeği Ülkenin turizm potansiyeli
- AB'ye girmek için gerekli koşulların sağlanmakta olması Her eğitim düzeyinde genç ve dinamik iş gücü Uluslararası deneyim ve bilgi birikimi
- Giderek artan tüketici bilinci İnşaat geleneğinin varlığı
- İnşaat malzemelerini üretim gücü ve bunların artan kalitesi

D.4. Zayıf Yanlar:

- o Ülke ekonomisindeki olumsuzluklar ve yatırımların kısıtlanması
- o Kaynakların kullanımındaki olumsuzluklar
- o Sermaye birikiminin ve finansal altyapının yetersizliği
- o AB'ye girememesi olasılığı
- o Yasa ve yönetmeliklerin uygulanışındaki aksaklıklar
- o Devletin bürokratik yapısındaki ağır işleyiş ve istikrarsızlık
- o Eğitim ve öğretim eksikliği
- o Üniversite-Sanayi işbirliğinin yetersizliği
- o Sektördeki sağlıksız rekabet
- o Sektörde faaliyet gösteren kimi birimlerin iş ahlakındaki olumsuzluklar
- o Deprem riski

2. Hedef

"Yapılarda deprem güvenliğinin sağlandığı, can güvenliği ve ekonomik risklerin en aza indirildiği, insanlarımızın depreme karşı güvenli kentlerde ve yapılarda yaşadığı bir Türkiye."

D.5. Fırsatlar:

- Raporda benimsenen kalkınma hızının sürdürülebilirliği halinde ortaya çıkacak kaynağın yaratacağı fırsat
- Deprem (ve diğer doğal afetler) konusunda önlem alma zorunluluğunun yarattığı fırsat

■ Gelir dağılımında ve bölgeler arasında eşitsizliğin kaldırılmasına yönelik çabaların yaratacağı fırsat

■ Altyapı ve bina stokunun yenilenmesi gereksiniminin yarattığı fırsat

■ Doğrudan yabancı sermaye girişinin artmasının getireceği fırsat

■ Turizm gelişmelerinin yaratabileceği inşaat fırsatı

■ AB 6. Çerçeve Programından yararlanma fırsatı (Ar-Ge)

■ Adaylık sonucu AB üye ülkelerin kurumlarıyla eğitim işbirliği fırsatı

■ Kamuoyunun kaliteli ve güvenli inşaat doğrultusunda bilinçlendirilmesi (iletişim araçlarından yararlanılarak) sonucunda doğabilecek talebin yarattığı fırsat.

D.6 Tehditler

o Büyük depremlerin yaratabileceği yıkım tehdidi.

o Bölgede savaş olasılığı tehdidi.

o Ülkede tutarlı ve istikrarlı yönetimin gerçekleştirilememesi (ekonomik ve sosyal istikrarsızlık) tehdidi.

o Ekonomik krizin sürmesi (büyüme hızının artırılamaması) tehdidi.

o İleri ülkelerin teknoloji düzeyine yetişebilmek ve sürdürülebilmek için gerekli araştırma, teknoloji geliştirme sağlanamaması tehdidi.

o Teknik işgücü eğitim düzeyinin yükseltilememesi ve yetkin mühendisliğin yerleştirilememesi tehdidi.

D.7. 2023'e kadar neler olabilir?

✓ Deniz ve yer altında çalışabilen insansız ekipman

✓ Baraj, tünel, köprü, yüksek bina gibi önemli yapılar için yeni proje ve yapım yöntemleri

- ✓ Enerji depolama ve dönüşüm sistemleri, süper iletkenler vb
- ✓ Konvansiyonel petrokimya türevleri yerine yenilenebilir kaynakları kullanan teknolojiler
- ✓ Hızlı ve güvenli (hava, kara ve deniz) ulaşımına elverişli altyapılar

Teknoloji konularının öncelik değerlendirilmesinde esas alınmak üzere, vizyon çalışmasının refah toplumu yaratmaya yönelik ilkesi özellikle göz önünde tutularak teknolojilerin:

1. Pazar geliştirme yeteneği
2. Yeni Pazar yaratma olasılığı
3. Yeni sanayi başlatma olanağı
4. Rekabet gücü
5. İstihdama katkısı
6. Çevreye olan duyarlılığı
7. Enerji tasarrufuna katkısı
8. Yerel kaynak kullanımı
9. Toplum tarafından benimsenmesi
10. Teknoloji / Ar-Ge yoğunluğu olmak üzere on kriter saptanmıştır.

E. GENEL TEKNOLOJİ DEĞERLENDİRMESİ

Öncelikli teknoloji alanlarında ülkemiz için öngörülen yetenek düzeyleri ve buna ilişkin süreçler düzenlenen yol haritası ile belirtilmiştir. Bu bağlamda bazı teknolojilerde ölçüt olarak alınan gelişmiş ülkelerin ortalama düzeylerine 2023 yılında da erişilemeyeceği öte yandan diğer bazı teknolojilerde bu düzeye 2023 yılından önce de erişilebileceği düşünülmektedir. Burada deprem ile ilgili teknolojilerin, başta her şeyden önce gelen insan yaşamı olmak üzere sosyal ve ekonomik etkileri nedeni ile olabildiğince kısa sürede en ileri düzeye getirilmeleri gereğinin bir kez daha altını çizmek gerekir.

Buradan da anlaşılacağı üzere yasal, finansal ve eğitsel gibi birçok alanda köklü değişiklikler ve iyileştirmelerin yapılması kaçınılmaz görünmektedir. İnşaat sektörü, dünyada ve ülkemizde yaşanmakta ve yaşanacak toplumsal ve teknolojik gelişmelerin yarattığı talep ve eğilimlerle yönlendirilecek, malzeme, makine ve bilgisayar gibi sektörlerdeki gelişmelere paralel olarak gelişecektir.

BÖLÜM XX. TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ 2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİNİN UYGULAMAYA AKTARILMASI VE SEKTÖREL KIRILIMI⁸⁶

1. Devlet Bakanı Zafer Çağlayan'ın konuşması

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 artıracığı 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 hedeflenen Cumhuriyetimizin ilanının 100. yıldönümünde 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşılmasında da tüm ihracatçılarımıza yol gösterici olacaktır.

⁸⁶ Bu bölümün alındığı kaynak:

<http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/tim%202023%20ihracat%20stratejisi%20raporu.pdf>

Bu hedefe ulaşmak için oluşturulan "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 stratejimizi 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 ihracat 2010/5 sayılı Tebliğ Resmi Gazete'de yayınlandı.

"Dahilde İşleme Rejimi Değerlendirme Kurulu"nın 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; ihracatımızı 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.

2. TİM Başkanı Mehmet BÜYÜKEKŞİ'nin Konuşması

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 İhracat 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 sektörlerle 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.

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.

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 proje yürütülmüştür.

- 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 gerçekleştirilmesi 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 Çalıştayı, o sektörün en kritik 4-5 alt sektörü de ele alınmak suretiyle, ihracat odaklı 24 adet İHRACAT SEKTÖRÜ STRATEJİ HARİTASI ve İHRACAT SEKTÖRÜ PERFORMANS KARNESİ oluşturuldu.

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.

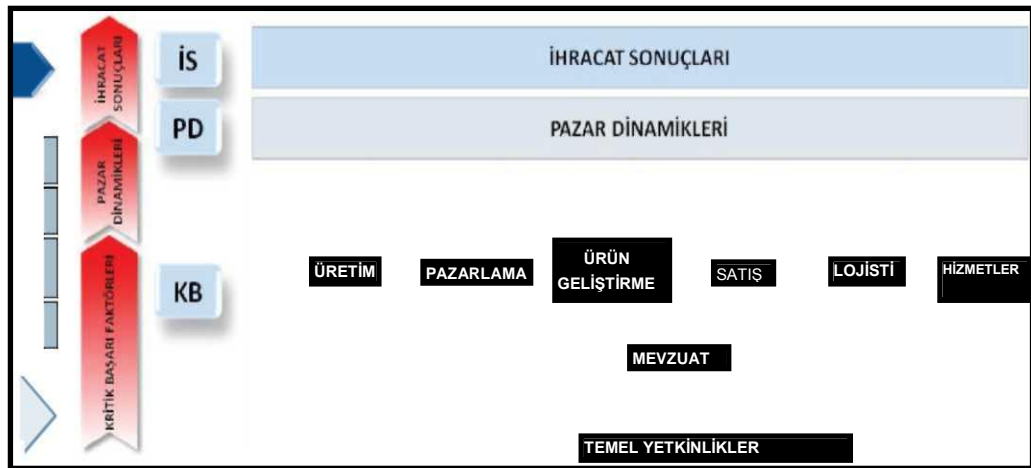
İkinci adımda, sektörel bazda 24 Strateji Haritası ve Başarı Ölçütleri oluşturulmuştur. Sektörlerin 2023 ihracat öngörülerini alt sektör kırılımları ile Sektör Liderlik ekipleri tarafından ortaya konmuştur.

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 yönelmesini 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 yapılandırılmıştır.

Grafik 17: İhracat Dinamiği



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.

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.

İkinci adımdaki projemizdeki çalışmalarda, dünya ticareti ve ekonomisi büyüklük öngörülerini 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 dönebilecek)

□ Gelişmekte olan ülkelerin ağırlığı artacak

a. Büyüme potansiyeli olan pazarlar, gelişmekte olan ülkelere kayacak

b. Türkiye, gelişmekte olan ülkelerin gittikçe artan rekabeti ile karşılaşacak

□ Dünya ticaretinde sektörel olarak, tarımın payında düşüş, sanayinin payında artış olacak

a. Sanayi içinde, kimyevi maddelerin payında düşüş; otomotiv, elektrik-elektronik ve makine sektörlerinin payında artış yaşanacak.

b. 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.

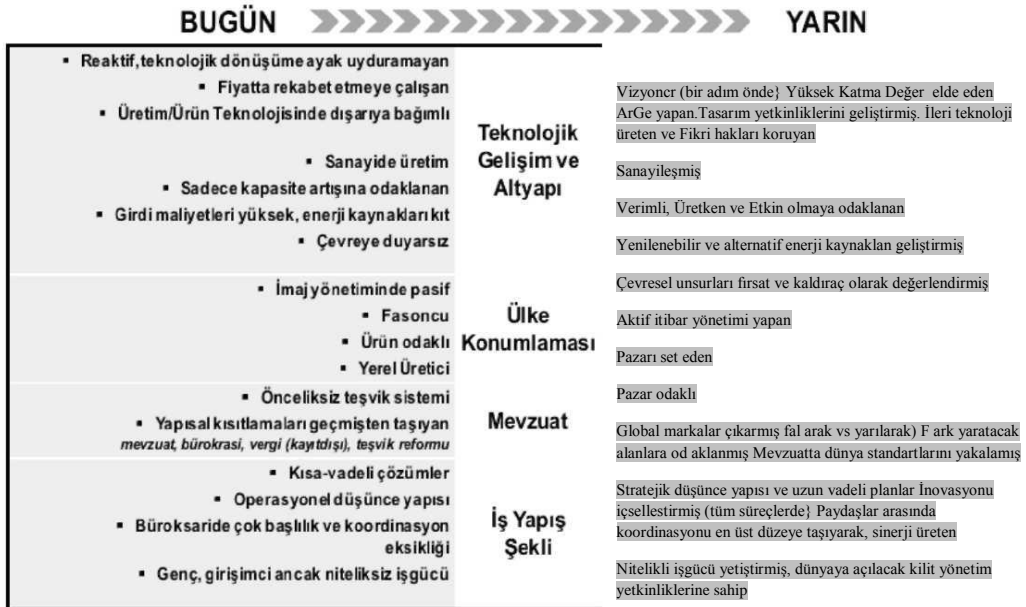
□ Finansman olanakları bol ve ucuz değil, kısıtlı olacak

1) 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.

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

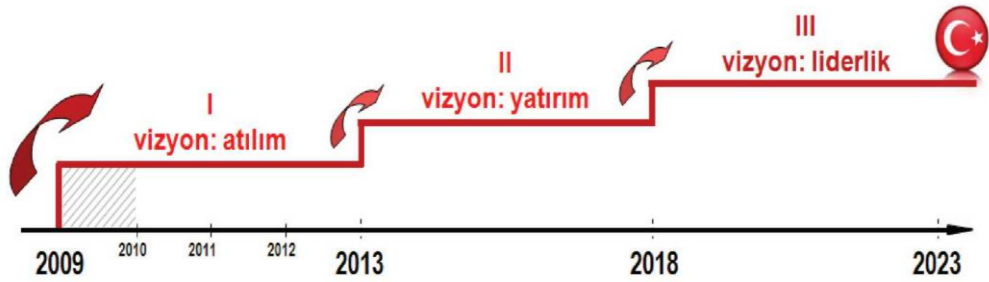
Grafik 18: Bugün ve Yarın analizi



a. Vizyoner Yönlendirme

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 büyütme ve asıl değişimi yapacak alanlara yatırım anlamına gelmektedir.

Grafik 19 Vizyoner



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

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

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.

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.

Tablo 24: 2023 Veri Projeksiyonu

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

Tablo 25: Stratejik Hedefler Tablosu

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

Tablo 26: Perspektif ve ölçütler

Perspektif		Stratejik Hedef	Ölçüt		
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 Mdr. 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 yükümlülöklere 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
	Perspektif		Stratejik Hedef	Ölçüt	
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 Tüptancı 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 Mdr. 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 yükümlülüklerle 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 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	

2) 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?

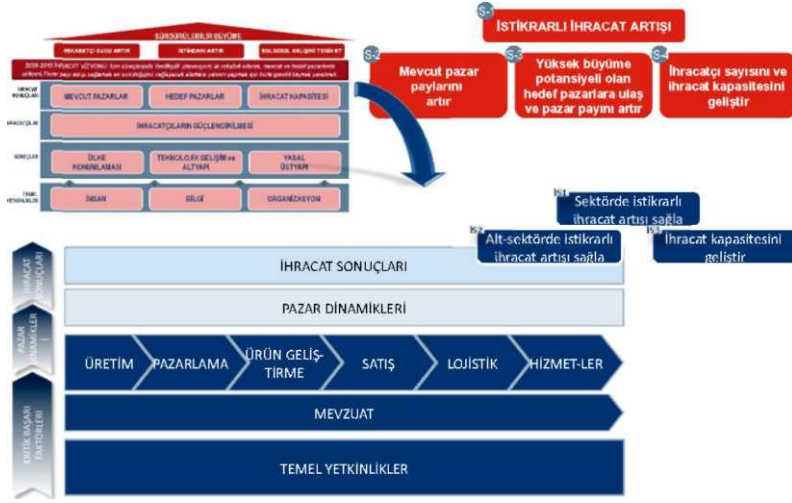
Grafik:20 Senaryo Değerlendirilmesi



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

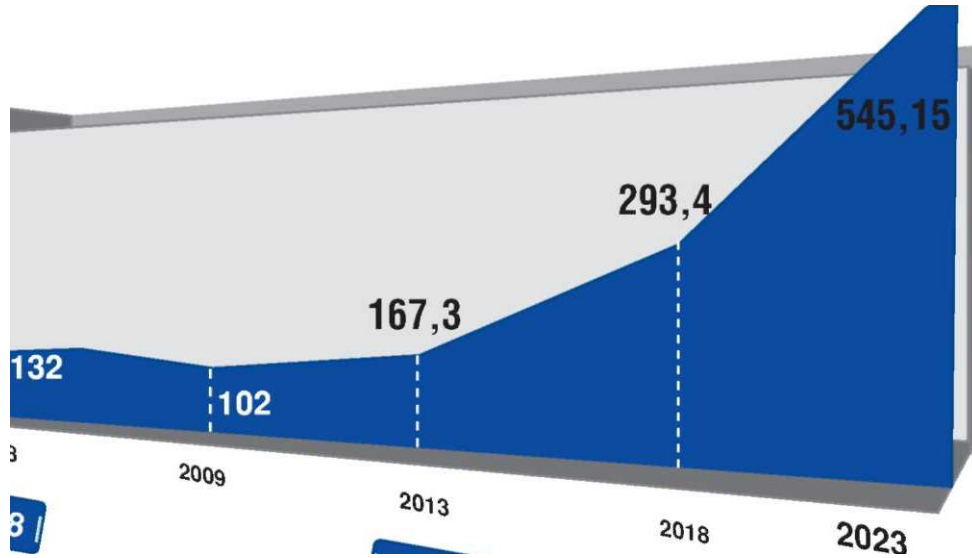
Ülke düzleminden sektörler düzlemine ihracat sonuçlarının yayılımı kapsamında, "İhracat Sonuçları" stratejik hedefleri makro bütünlemeye imkan vermesi açısından her sektörde aynı korunmuştur. Burada temel hedef sektörde istikrarlı ihracat artışı sağlarken, alt sektörlerde de ihracatı istikrarı bir şekilde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

Grafik:21 İhracat Stratejisinin İzlenmesi



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

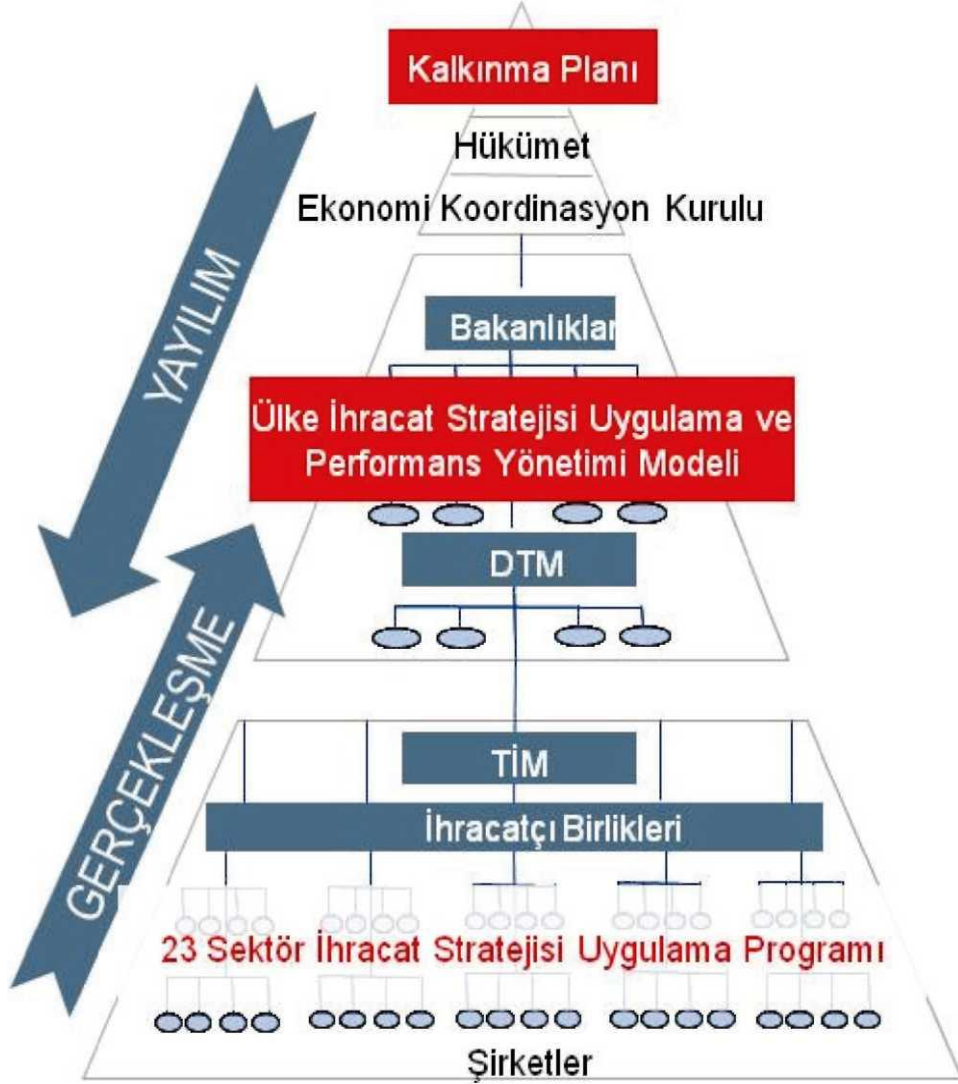
Grafik: 22. 2023 Projeksiyonu



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.

Grafik 23: 2023 Strateji Öngörüsü



□ Özellikle son 10 yılda ihracatımızı istikrarlı şekilde artırarak birlikte çok önemli başarılarla 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 katımlı 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.

b. Metodolojik yaklaşım

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.

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

c.Trendler ve öngörüler

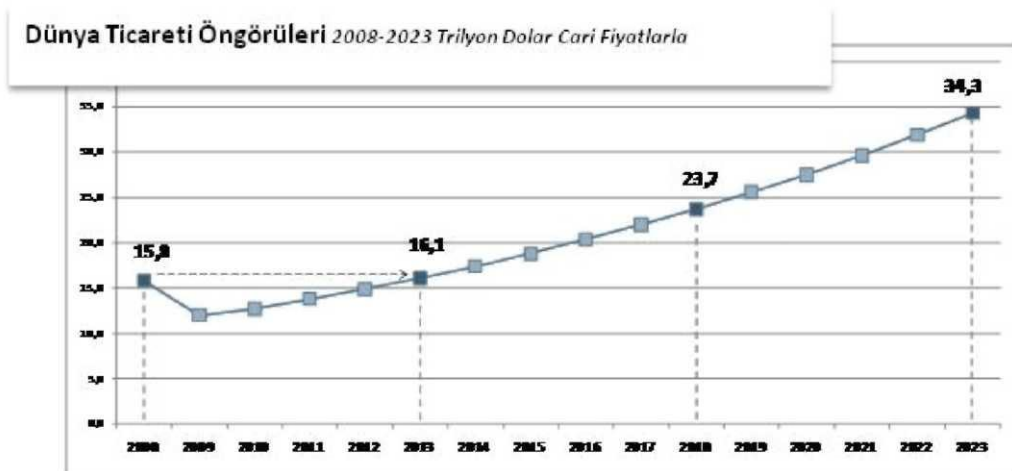
Nisan-Ağustos 2009 tarihleri arasında yürütülen ilk adıma paralel olarak, Dr. Can Fuat Gürlele tarafından Türkiye'nin İhracat Stratejisi İçin Küresel ve Sektörel Öngörüler 2023 çalışması yapılmıştır.

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.

Grafik 24: Dünya Ticareti Öngörüsü



- 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;

Tablo 27: Senaryolar

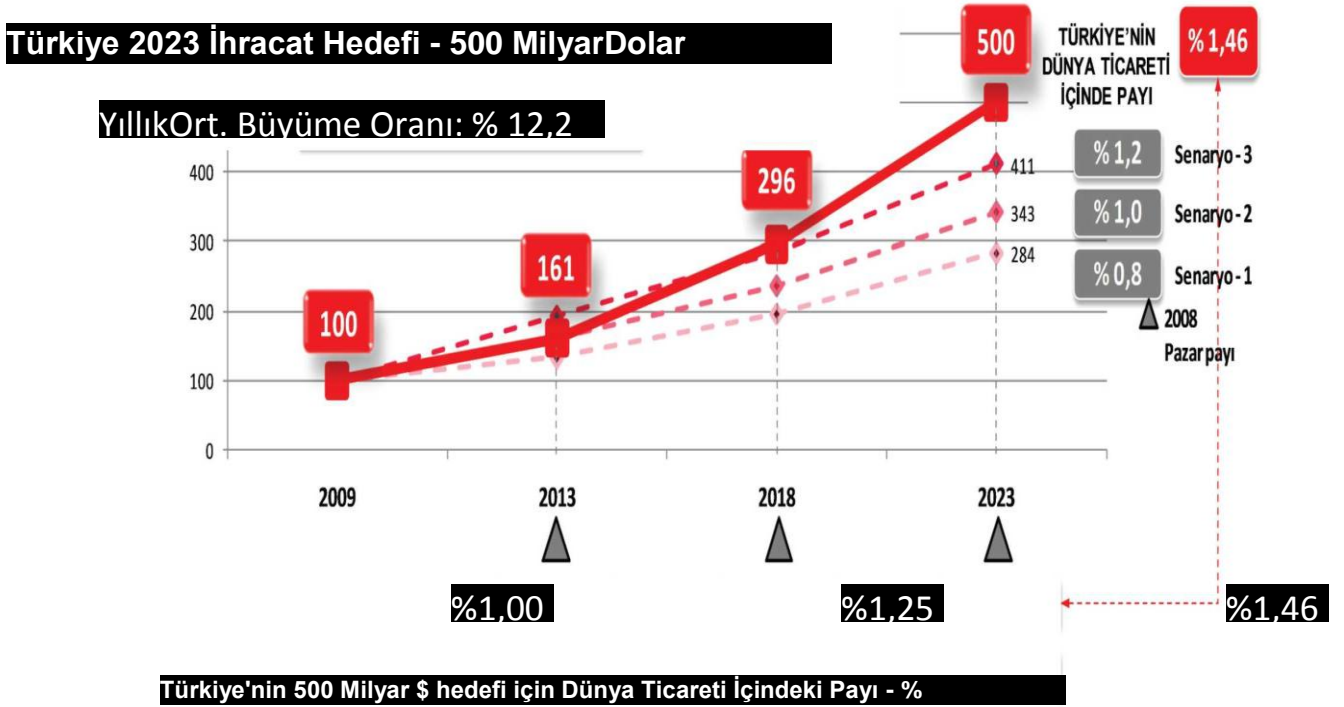
SENARYOLAR		2009-2013 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %	2014-2018 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %	2019-2023 YILLIK ORTALAMA BÜYÜME %
REFERANS SENARYO	DÜNYA	2.1 (2010-2013: 3.0)	3.5	3.4
	GELİŞMİŞ ÜLKELER	0.8 (2010-2013: 2.0)	2.3	2.2
	GELİŞEN ÜLKELER	4.7 (2010-2013: 5.0)	5.8	5.3

DÜNYA TİCARET ÖNGÖRÜLERİ

Tablo28: Dünya Ticareti Rakamsal Değerler ve Tahminler

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

Grafik 25: 2023 İhracat hedefi



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.

d. Ülke ölçeğinde Makro İhracat Stratejisi ve Performans Yönetimi Çerçevesi

- 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?

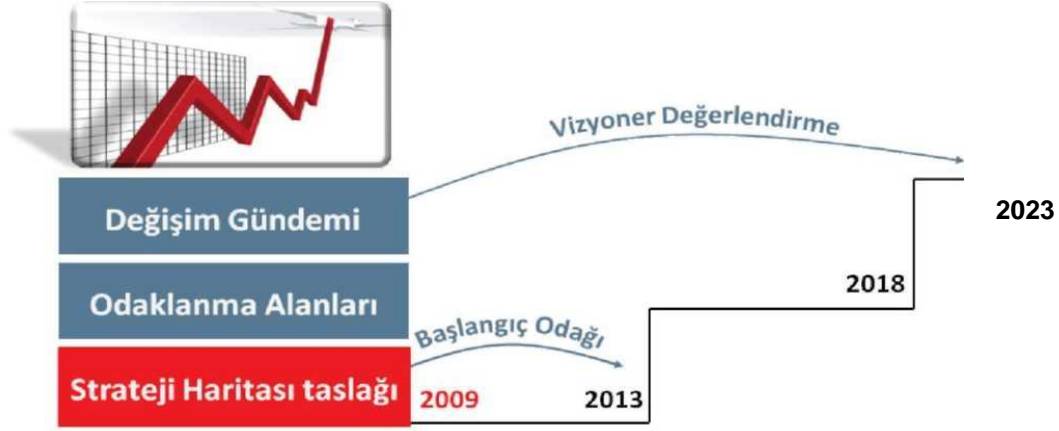
d1. Strateji Haritası'nın inşası

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

d2. 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?

Grafik 26: Vizyon 2023



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,
- 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. 2023'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, sektörler 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 uluslararası kuruluşların çalışmalarına referans veriliyor. Ayrıca, bu tip uluslararası kuruluşlar, krizle birlikte gelecek öngörülerini güncellemek durumunda olacaklar.

- Bu projenin çıktısı, tüm sektörlerce kullanılacak bir kılavuz/çerçeve niteliği taşımalı. Aynı zamanda, makroekonomik göstergeler de dikkate alınmalı. Ayrıca, katma-değer tanımındaki farklı algılamalar da netleştirilmeli. Düşünce yapısı, operasyonelden yönetsel 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 know - how, 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.

e. Büyüme Projesi ve değişim gündemi

- ❖ 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.
- ❖ Ortadoğu'nun 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 makinenin payı %8 arttı. Tarımın payı %5 azaldı.
- ❖ 2011 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.

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.

f. DIŞ TİCARET SWOT ANALİZİ⁸⁷

1. GÜÇLÜ YANLAR

- > Pazarın büyüklüğü
- > Genç, girişimci, gelişime açık insan kaynağı

⁸⁷<http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/tim%202023%20ihracat%20stratejisi%20raporu.pdf>

- > 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

2. ZAYIF YANLAR

- 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
- 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

3. FIRSATLAR

- ✚ 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

4. TEHDİTLER

- ✓ 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

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 büyütme ve asıl değişimi yapacak alanlara yatırım anlamına gelmektedir.

İlk beş yıllık dönem olan 2009-2013 döneminin öncelikleri;

- a) Eldeki mevcut sektörlerin potansiyelini azami düzeyde kullanmak, hızla kaynak yaratmak ve dönüşümü yaratacak sektörlerle yatırım için planlama,
- b) Dışarıya bağımlı olmadığımız, hammadde üstünlüğümüz olan ürünlerin işlenmiş ihracatını artırmak,
- c) Mevcut üstün ve know-how'a sahip olduğumuz sektörlerde modernizasyon ve inovasyon ile dönüşüm (örneğin tekstil, otomotiv, vb.)
- d) Hızla hedef pazarlara açılım (Pazar çeşitliliği),
- e) İhracatın önündeki teknik engellerin kaldırılması
- f) AR&GE yatırımları ve kapasitesi - orta ve ileri teknoloji üreten firmaların satın alınması,
- g) Finansman olanaklarının güçlendirilmesi,
- h) Yabancı sermayenin ülkeye çekilmesi ve
- i) Alt-yapı ihtiyaçlarının tamamlanması

İkinci beş yıllık 2013-2018 döneminin öncelikleri;

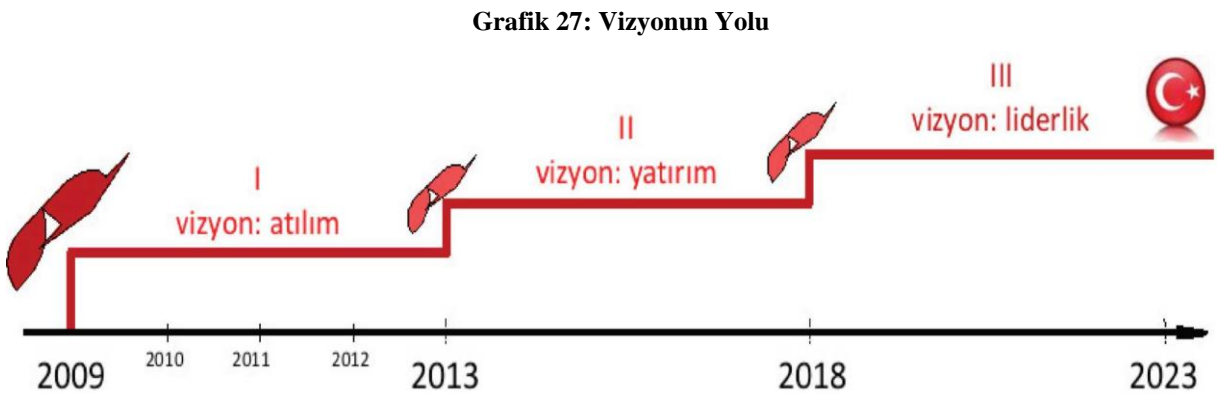
- ❖ Dönüşümü yaratacak sektörlerle odaklanma ve yatırım,
- ❖ İleri teknolojili ürünlerin ihracat içindeki paylarını artıracak yeni sektör karmalarına odaklanma,

- ❖ 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
- 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.

Ülke seviyesindeki dönüşüm, bugünden yarına gerçekleşmeyecek, uzun bir yol olmakla birlikte, değişimi şekillendirecek stratejilerin çerçevesini doğru oluşturduğumuz 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.

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 kuruluşlarda farkındalığının artırılabilmesi ve en üst düzeyde işbirliğinin sağlanabilmesi performans modelinin başarısı için çok önemlidir.

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.

g. 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.

Sebepler 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 kurucusu yukarıdan aşağı doğru yapılırken, gerçekleşme aşağıdan yukarıya doğru oluşur.

Tablo 29: Dünya ticaretinde Türkiye ve Türkiye'nin gerçekleşmesi muhtemel verileri

Ölçüt	2009	2012	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

Tablo 30: Strateji ve Başarı Hedefleri

STRATEJİK HEDEF		SORU MLU	TANIMLAMA									
İS - 1												
İS	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
İS 1.2	Toplam dünya ihracatında Türkiye'nin payı (%)		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

h. Sektör ölçeğinde Strateji ve Performans Yönetimi Çerçevesi

Türkiye'nin 100. kuruluş yılında ihracata dayalı büyüme için 24 sektörün topyekûn atılımı için yapılan bir projedir.

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

1. Ulaşmak istediğimiz ihracat sonuçları nedir?

Alt-sektörlerin 2023 ihracat gelir tahminleri Aşağıdan-yukarı doğru başarılı sonuçların elde edileceği iş dinamiklerinin çalıştırılması gerekmektedir.

Rekabet gücümüzü artırma unsurları nelerdir?

2. Sektör genelinde öncelikli / hedef pazarlar

Sektörde ihracat lideri ülkeler neleri iyi yapıyorlar? Müşteriler ürünlerde hangi vasıfları önemsiyor ve "tercih edilen" olmak için hangi vasıflarda mükemmelleşmeliyiz?

3. Başarı için gerekli kritik faktörler nelerdir?

Sektörümüzün değer zincirinde iyileştirmemiz gereken öncelikli konular hangileridir?

Sektörümüzde geliştirmemiz gereken temel yetkinlikler nelerdir ? (insan - bilgi teknolojileri -kurumlar arası koordinasyon faktörleri)

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.

2013-2018-2023 yılları itibariyle sektörel ithalat öngörülere değerlendirilmiştir.

Tablo 31: Sektörlerin Değerlendirilmesi

Sektörlerin 2013-2018-2023 yılları ithalat öngörülere (Milyar \$ ve % pay)



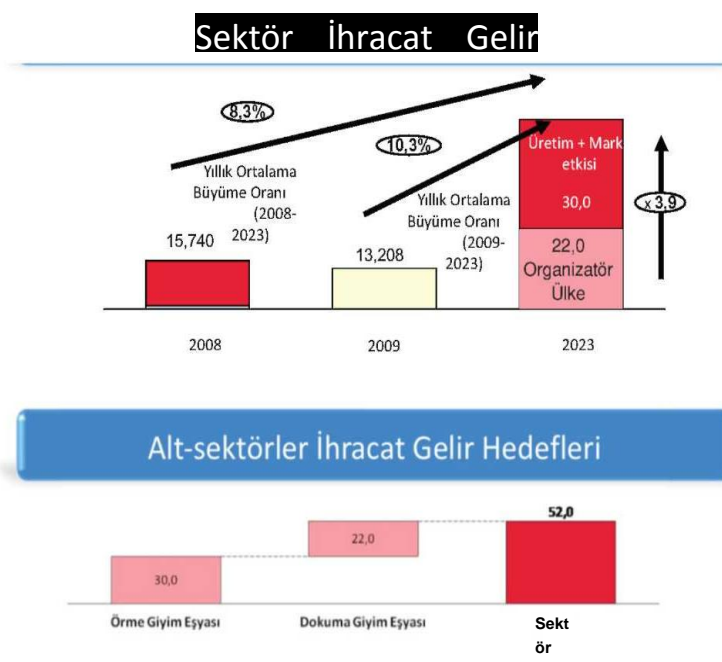
SEKTÖRLER	2008		2013		2018		2023	
	İTH	% PAY	İTH	% PAY	İTH	% PAY	İTH	% PAY
BİTKİSEL ÜRÜNLER	302,8	2,1	274	1,70	356,0	1,50	410,0	1,20
HUBUBAT, YAĞLI TOHUM, BAKLIYAT	535,1	3,6	483	3,00	615,0	2,60	760,0	2,22
HAYVANSAL ÜRÜNLER	287,2	2,0	274	1,70	332,0	1,40	350,0	1,02
AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	484,8	3,2	507	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 GIYIM 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	136,0	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

T.C. İstatistik Kurumu - Türkiye İstatistik Kurumu - İTİM - İTİM

SEKTÖRLERİN 2023 HEDEFLERİ VE ÖNGÖRÜLERİ⁸⁸

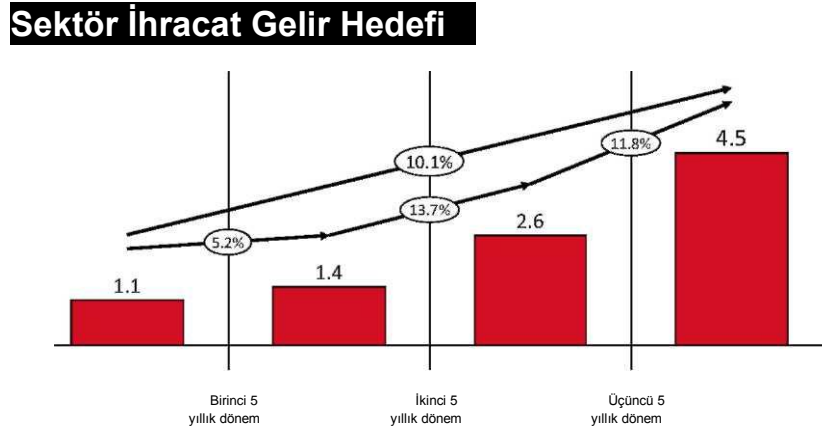
1. Hazır Giyim

Grafik: 28



2. Deri ve Deri Mamulleri

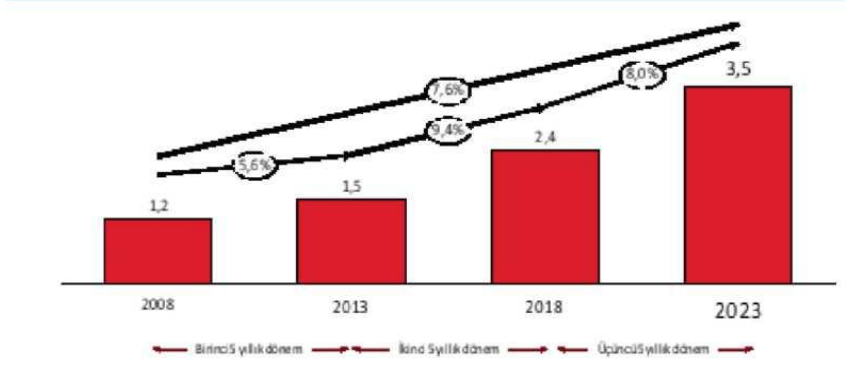
Grafik: 29



⁸⁸<http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/tim%202023%20ihracat%20stratejisi%20raporu.pdf>

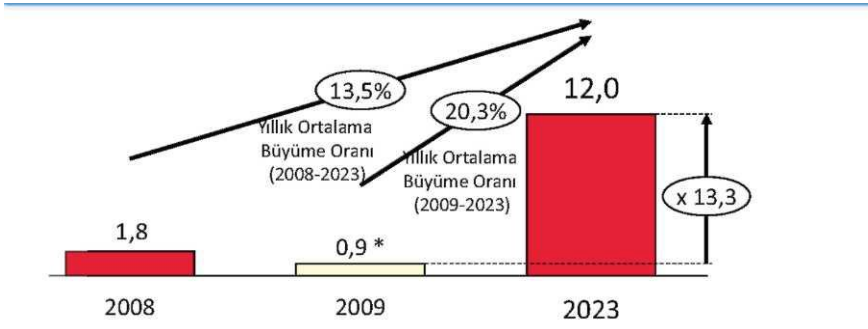
3. Halı sektörü

Grafik 30



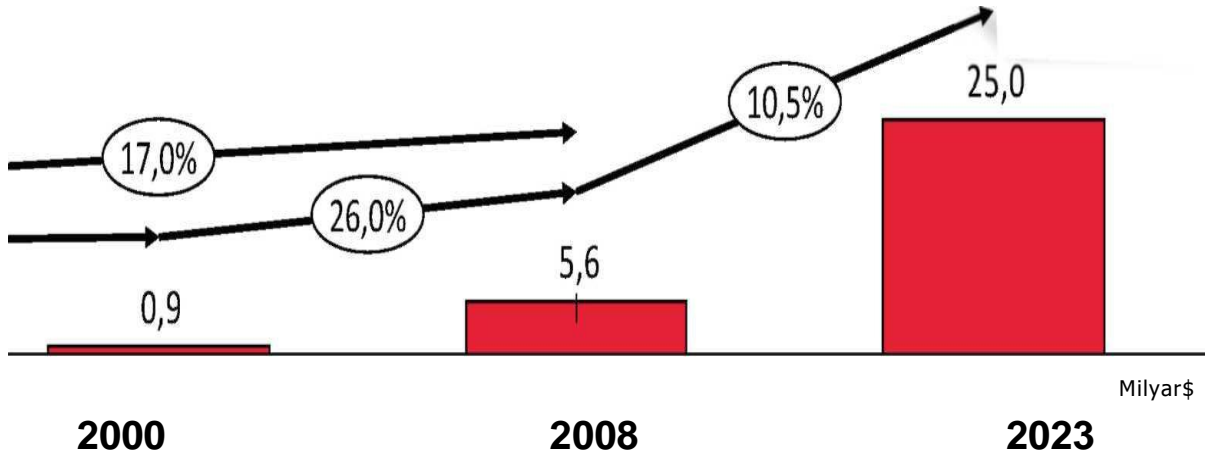
4. Değerli maden sektörü

Grafik 31



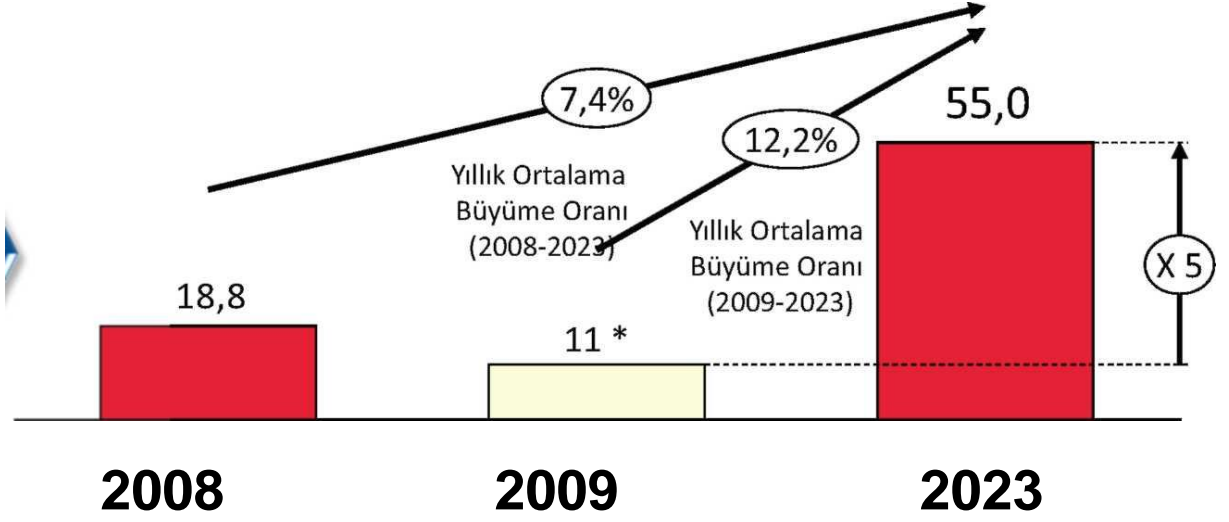
5. Demir ve Demir Dışı Metaller Sektörü

Grafik 32



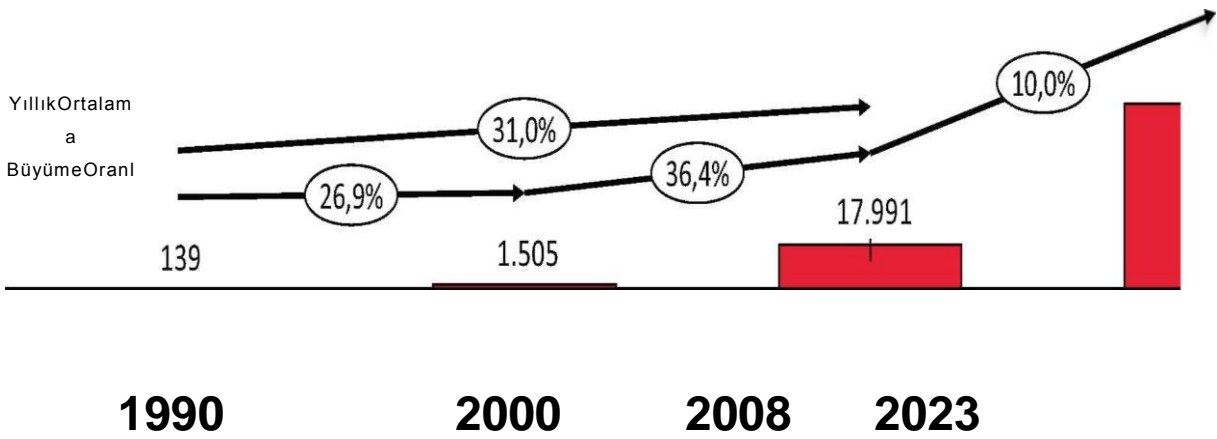
6. Demir ve Çelik Sektörü

Grafik: 33



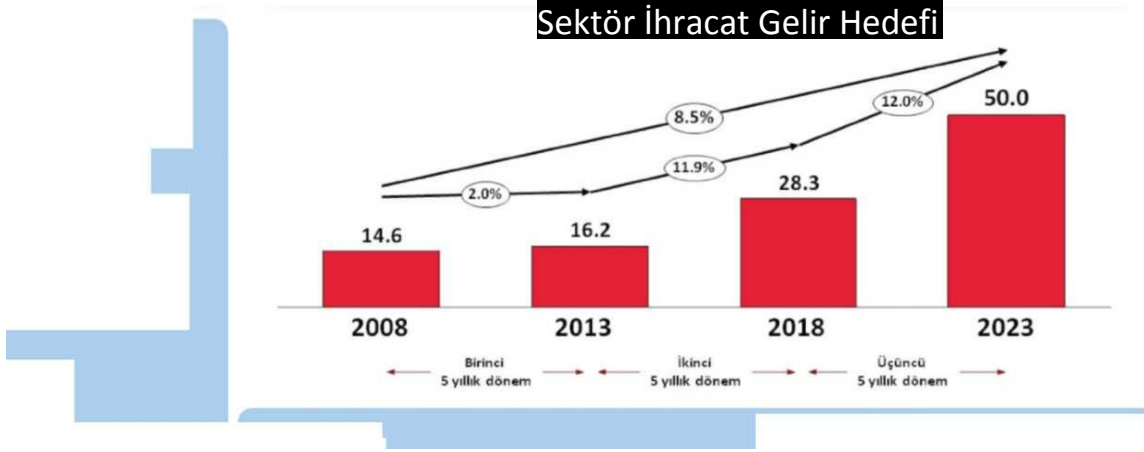
7. Kara Taşıtları ve Yan Sanayi Sektörü

Grafik:34



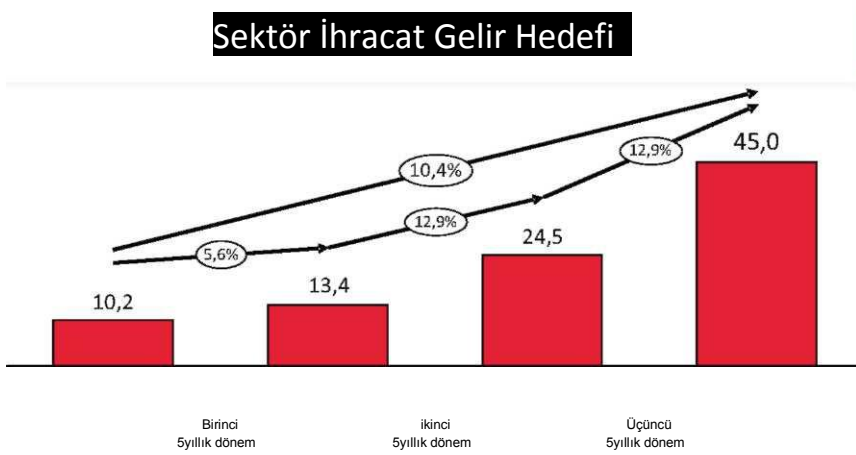
8. Kimyevi Maddeler Sektörü

Grafik:35



9. Elektrik ve Elektronik Sektörü

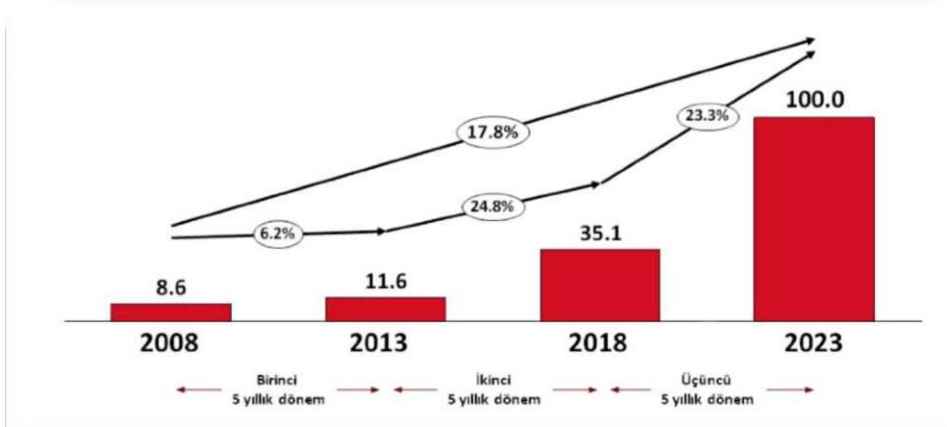
Grafik:36



10.Makine ve Aksamları Sektörü

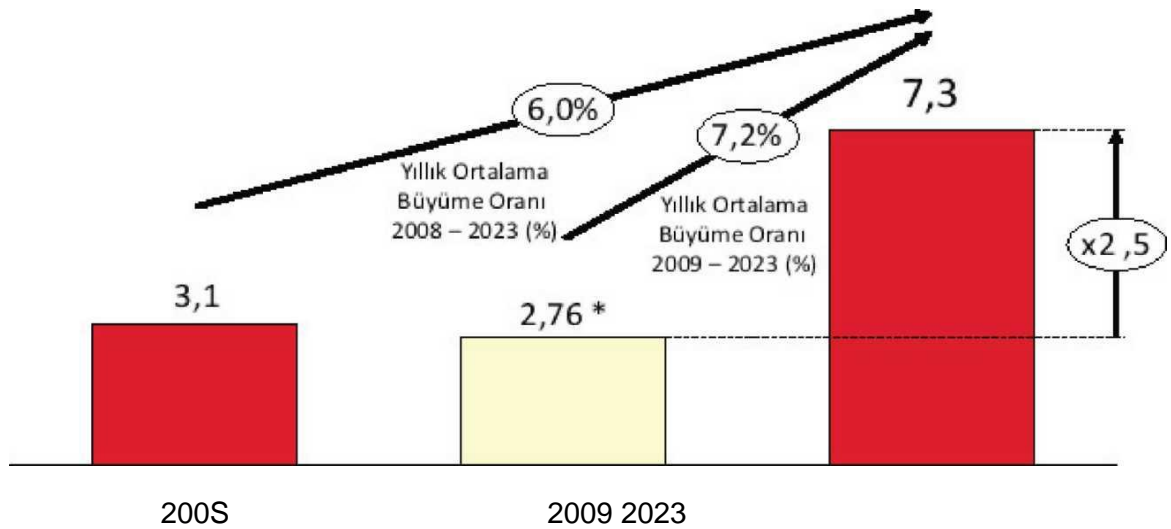
Grafik:37

Sektör İhracat Gelir Hedefi



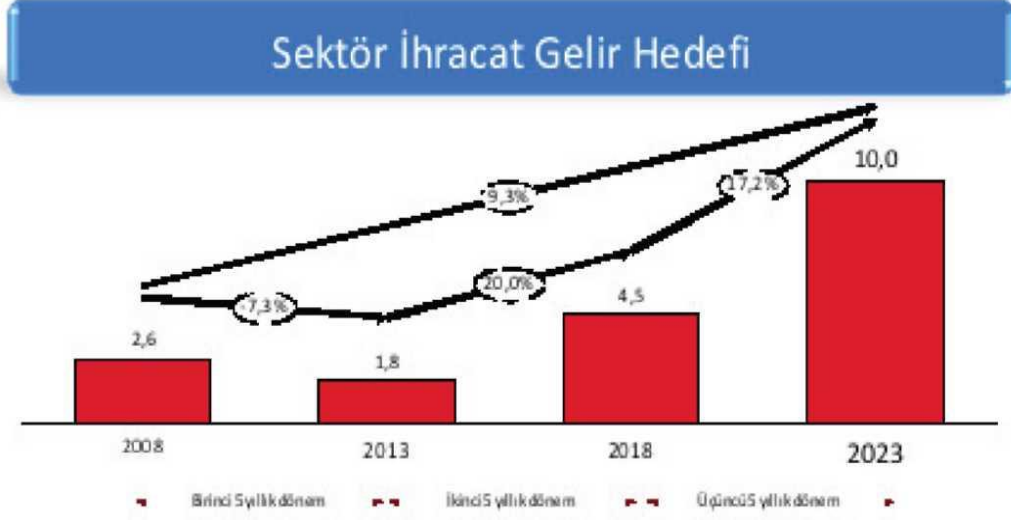
11. Çimento ve Toprak Ürünleri Sektörü

Grafik 38



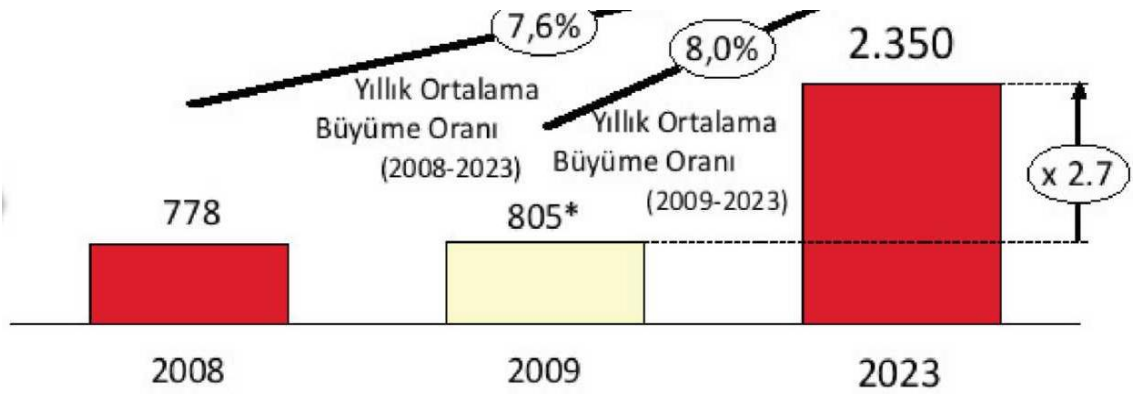
12.Gemi ve Suda Yüzen Taşıtlar Sektörü

Grafik:39



13. Su Ürünleri ve Hayvancılık Mamülleri Sektörü

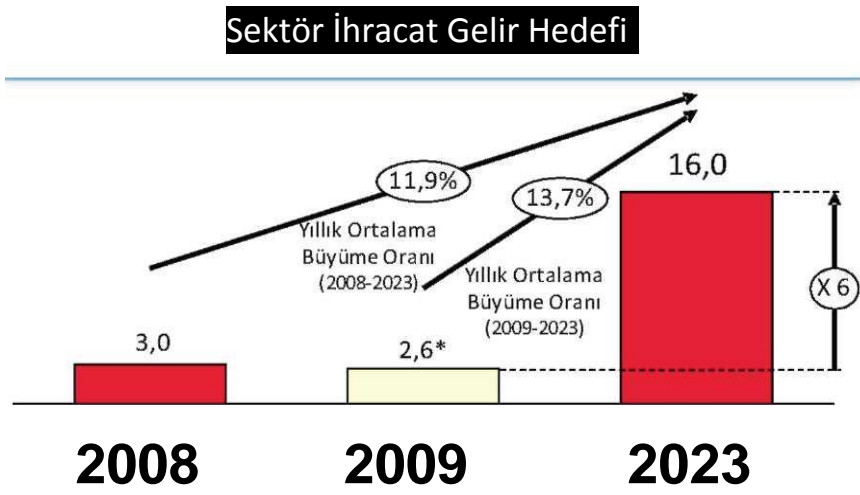
Grafik: 40



(*) SITC-bazlı TÜİK açıklaması

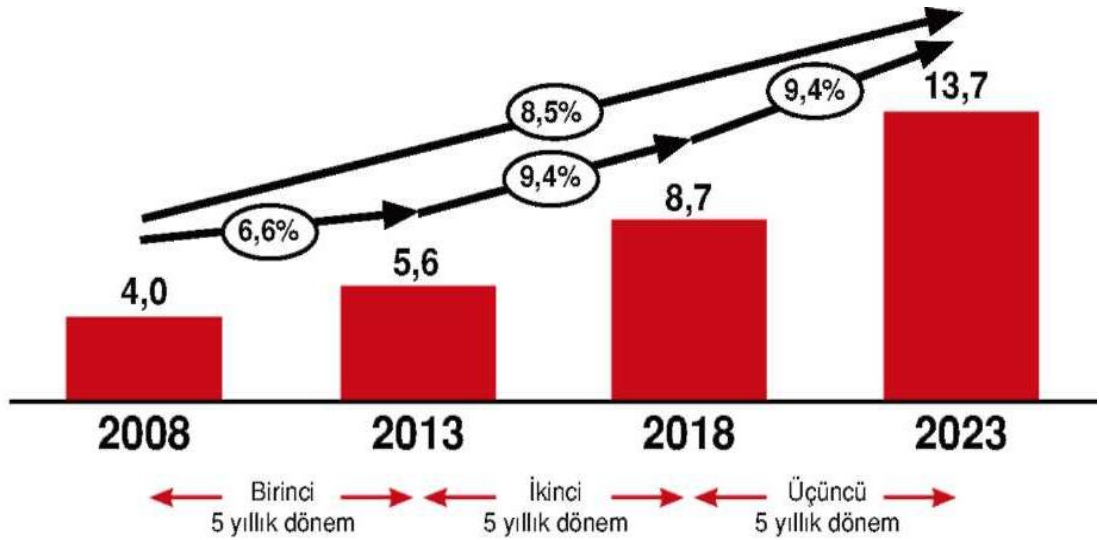
14. Ağaç ve Orman Ürünleri Sektörü

Grafik:41



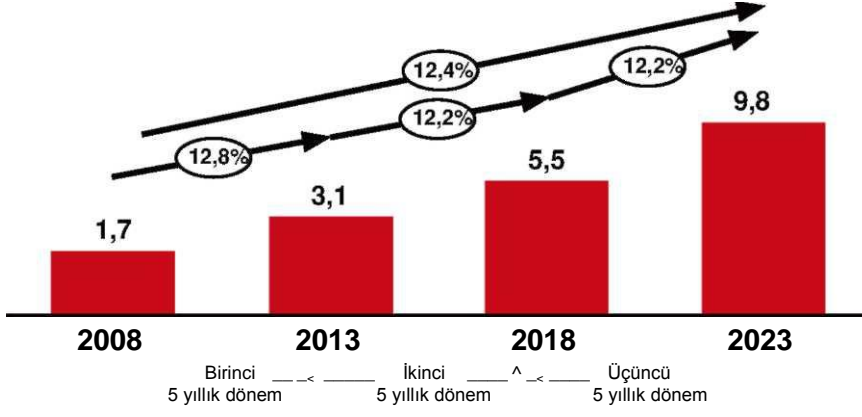
15. Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamülleri Sektörü

Grafik: 42



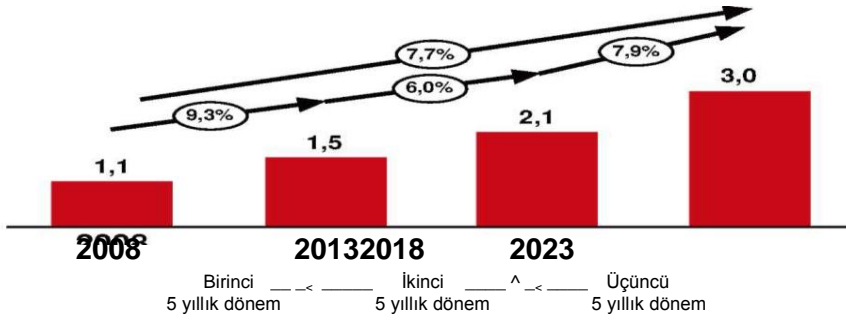
16. Yaş Meyve ve Sebze Sektörü

Grafik: 43



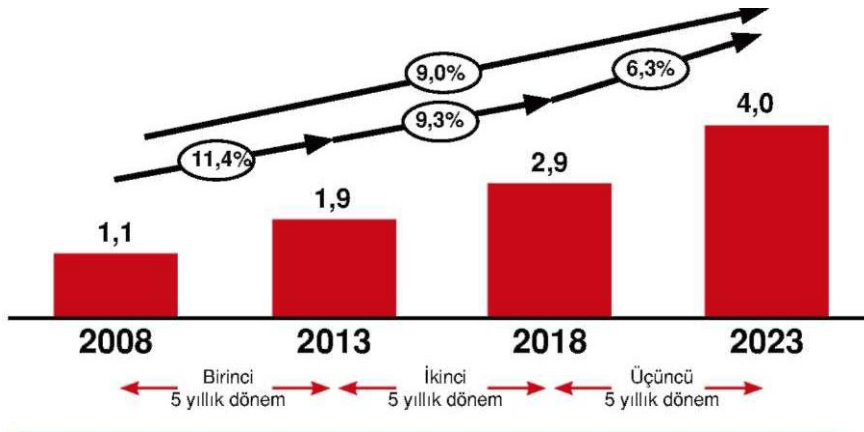
17. Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü

Grafik:44



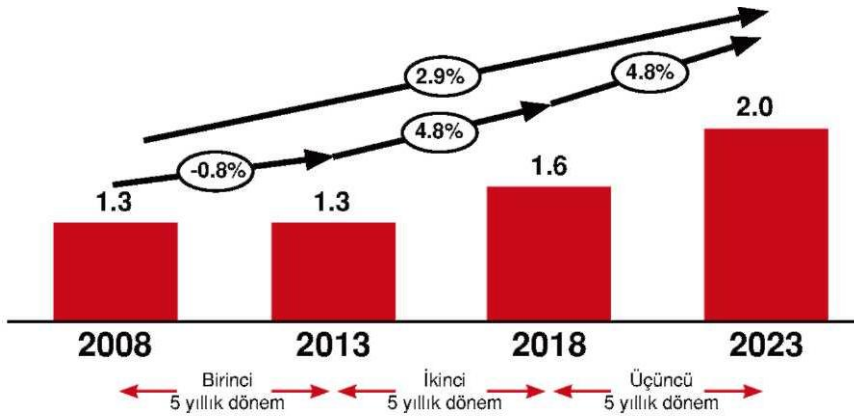
18.Meyve ve Sebze Mamulleri Sektörü

Grafik: 45



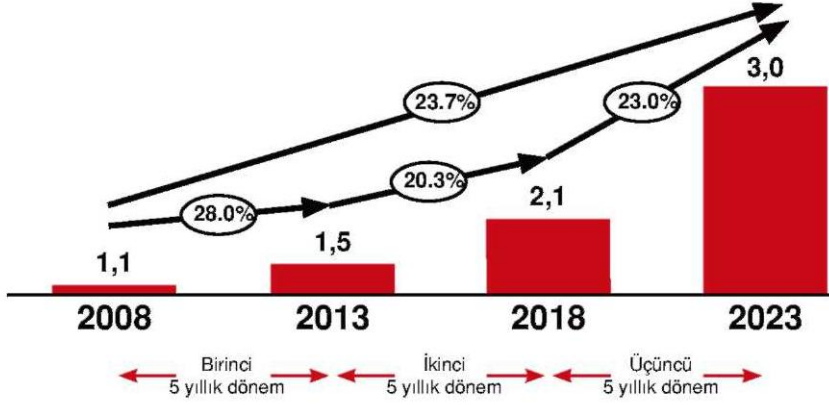
19.Fındık ve Mamulleri Sektörü

Grafik:46



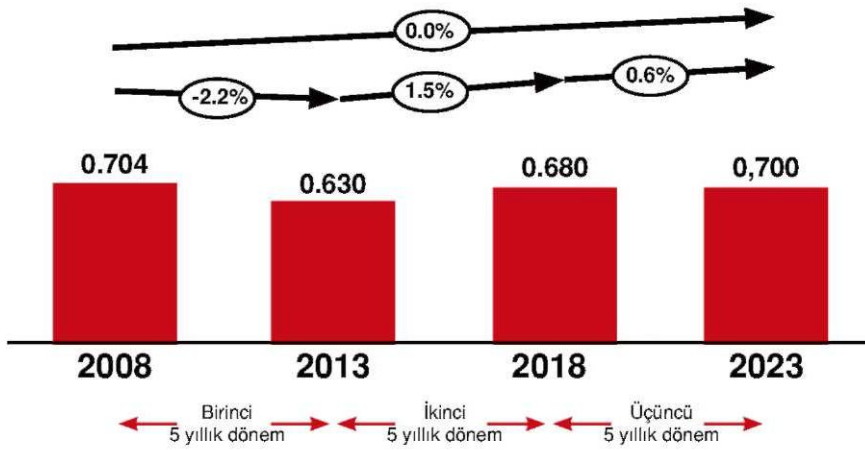
20.Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü

Grafik: 47



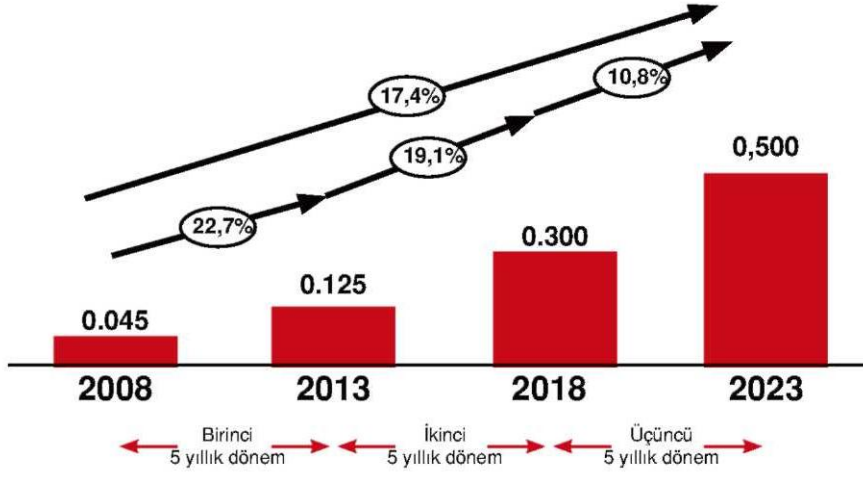
21. Tütün ve Tütün Mamulleri Sektörü

Grafik:48



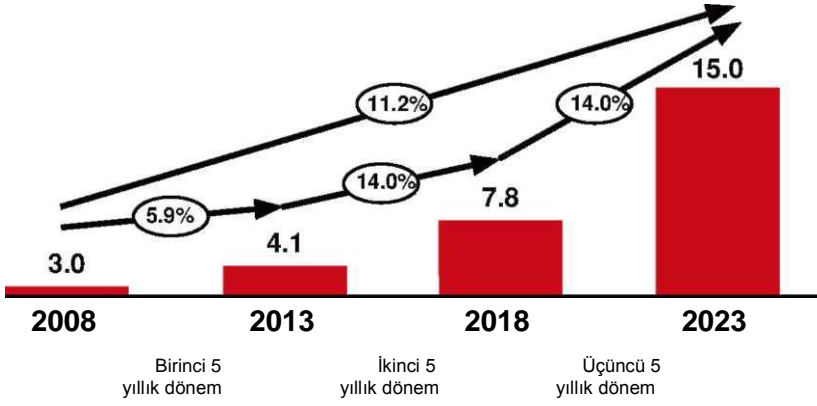
22. Süs Bitkileri Sektörü

Grafik: 49



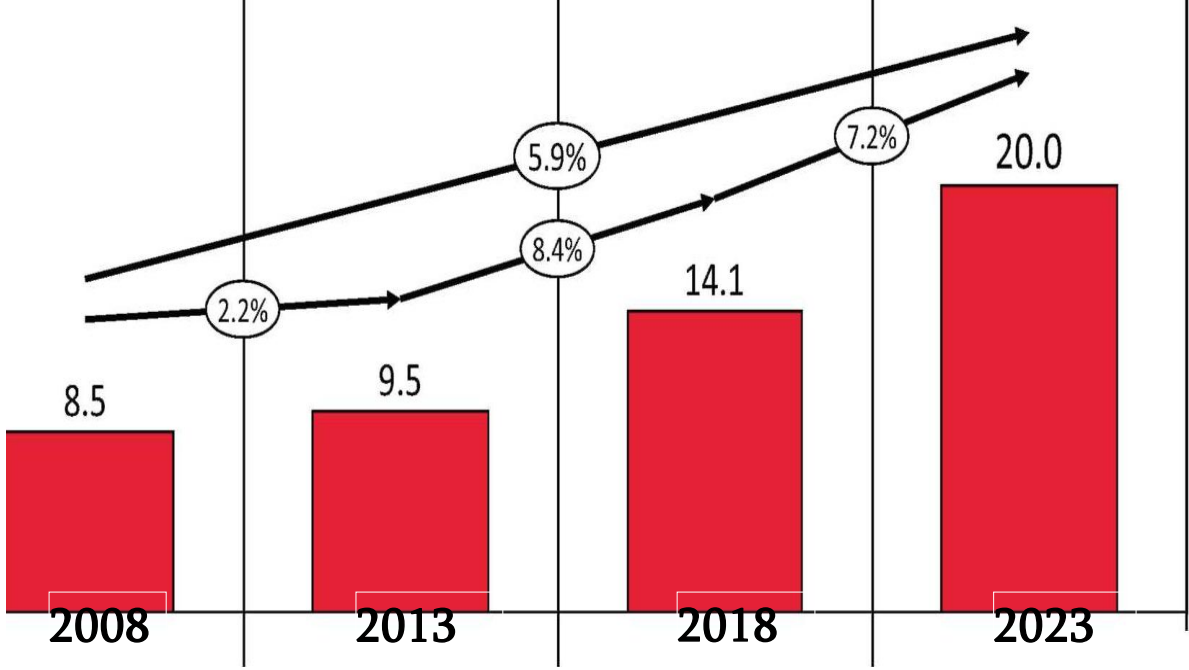
23. Madencilik Ürünleri Sektörü

Grafik:50



24. Tekstil Sektörü

Grafik:51



100. YIL HEDEFİ DEMOKRASİ İLE KALKINMA VE İSTİKRAR HEDEFİDİR⁸⁹

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.

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

⁸⁹Dr. Cemil ERTEM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ 2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİNİN UYGULAMAYA AKTARILMASI VE SEKTÖREL KIRILIMI; Proje Hakkında değerlendirme
<http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/tim%202023%20ihracat%20stratejisi%20raporu.pdf>

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?

A. 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.

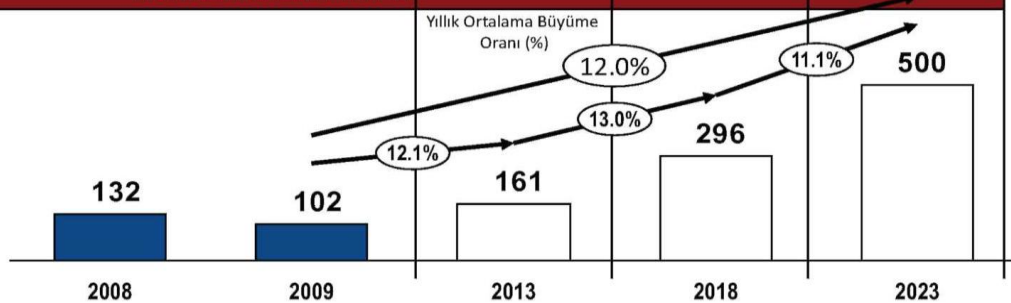
Avrupa, Almanya ve Fransa hükümetlerinin bu krizi ve sonrasını okuyamaması yüzünden ciddi bir krizle karşı karşıya. Avrupa'nın durması ve Amerika-İngiltere'nin yeni küresel düzenlemesine ayak uyduramaması çok güçlü bir ihtimal.

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 uzlaş, 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.

B.TÜRKİYENİN 500 MİLYAR \$ İHRACAT BÜYÜKLÜĞÜ SENARYOSU

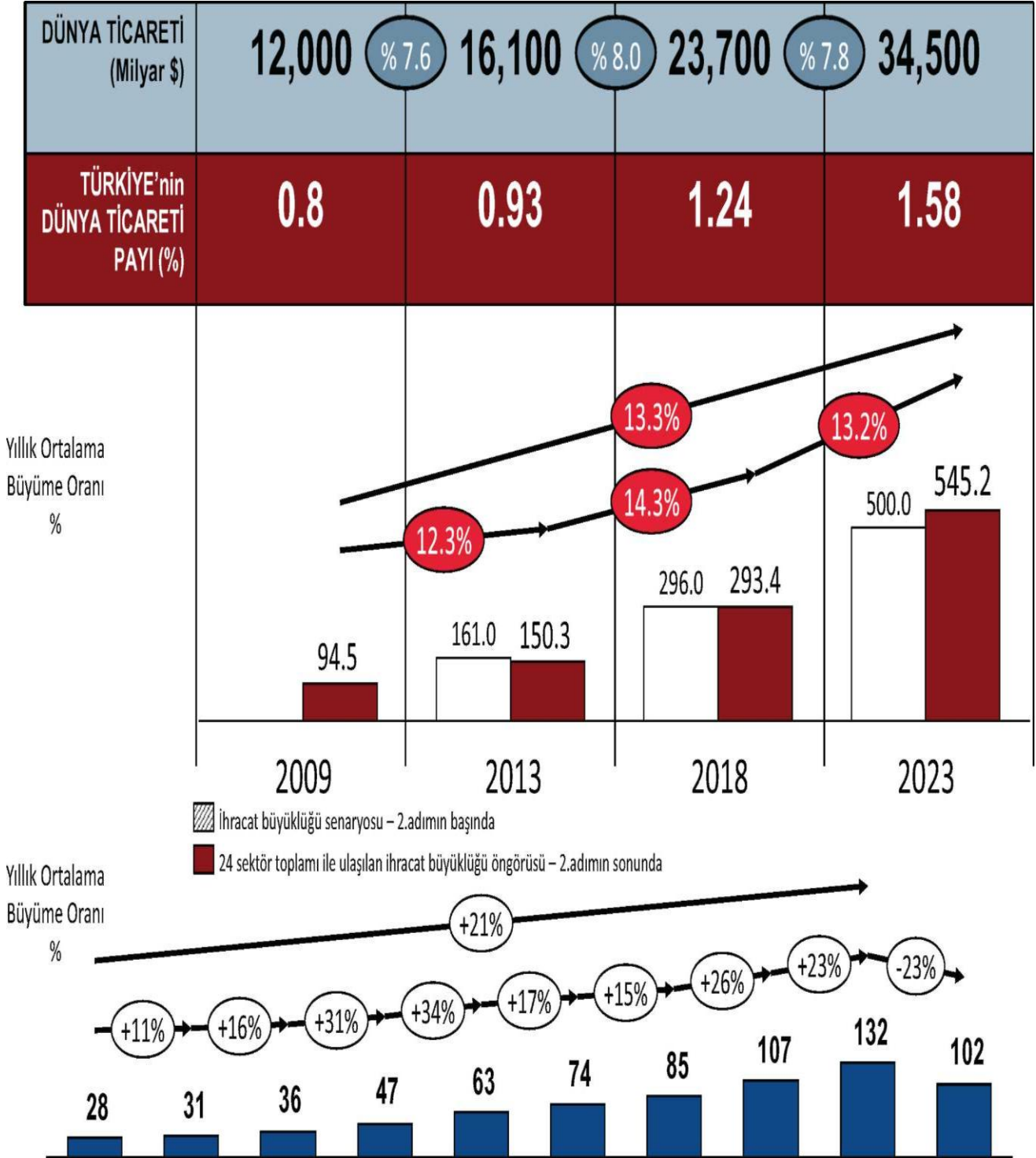
Tablo 32: Türkiye'nin Dünya Ticaretindeki Yeri (Senaryolar)

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
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		



C. 24 SEKTÖRÜN 2023 İHRACAT BÜYÜKLÜĞÜ ÖNGÖRÜSÜ

Grafik 52 Senaryo Dünya ticaretinde Türkiye



BAZI HEDEFLER

- Türkiye'nin "Lojistik Üs" haline getirilmesi, demiryolu ve denizyolu nakliye ağının geliştirilmesi, lojistik maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi
- Türkiye'nin "Lojistik Üs" haline getirilmesi, demiryolu ve denizyolu nakliye ağının geliştirilmesi, lojistik maliyetlerinin rekabetçi düzeye getirilmesi rekabetçi düzeye getirilmesi
- Finansman imkânlarının çeşitlendirilmesi ve sektörün kullanımının kolaylaştırılması
- Ar-Ge 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

E.YENİ SEKTÖRLERİN KATKISI ÖNGÖRÜLERİ

Tablo 33: Sektörler ve 2023 hedefleri

	İHRACAT MİLYAR \$	
	2008	2023
I.TARIM	1.589.9	2.480-2.670
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	837.9	1.150 -1.200
B.HAYVANSAL ÜRÜNLER	287.2	330 - 370
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	464.8	1.000-1.100
» SANAYİ	11.760.6	26.470-27.345
ATARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	451.2	830-885
Tekstil ve Hammaddeleri	261.7	530-560
Deri ve Deri Mamulleri	175.9	280-300
Halı	13.6	20-25
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	3.318.6	6.200-6.400
C.SANAYİ MAMULLERİ	7.990.8	19.440 - 20.060
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	323.3	730 - 750
Kara Taşıtları ve Yan Sanayi	1.154.0	3.100 -3.200
Elektrik- Elektronik	2.786.6	7.000 -7.200
Makine ve Aksamları	1.475.0	3.800 -4.000
Demir ve Demir Dışı Metaller	993.7	1.850 -1.900
Demir Çelik Ürünleri	301.1	550 - 570
Çimento ve Toprak Ürünleri	117.3	270 - 290
Değerli Maden ve Mücevherat	336.6	850
Diğer Sanayi Ürünleri	503.2	1.200
III.MADENCİLİK	335.4	900 -1.000
IV. DİĞER TAŞIT ARAÇLARI (HAVACILIK,UZAY.GEMİ. TREN)	355.2	900 - 950
V. DİĞER SEKTÖRLER (başka yerde sınıflandırılmayan sıltç.9)	674.0	1.250 -1.350
VI. YENİ SEKTÖRLER		1.300 -1.600
TOPLAM	14.715.1	33.200 -34.715

Yeni Sektörler, bilgi yoğun sanayilerden hareket alarak ülkelerin milli gelir artışına yüksek katma değer sağlayacak nitelikte olacaklar.

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 teknoloji 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 teknoloji sektörler olup teknolojik buluşlar, üretim ve ihracat büyük ölçüde gelişmiş ülkeler tarafından gerçekleştirilecektir.

1) ENERJİ TEKNOLOJİLERİ VE SEKTÖRÜ

Enerji üretiminde düşük-sıfır emisyonu 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,

a) Enerji üretiminde kojenerasyon çoklu enerji üreten üretim santrallerinin kurulması, aynı anda ısı ve elektrik üreten, elektrik üretiminden ısı kazanan, buhar-ısı çıkışlarını elektriğe çeviren üretim sistemleri kullanılması,

b) Temiz ve yenilenebilir enerjilerin ünitelerde (konut, işyeri, sanayi, taşıtlar vb) kullanılması ve saklanması (güneş panelleri, güneş pilleri, elektrik motorları ve donanımları vb), yeni enerjiler ile çalışan araçların üretimi,

c) 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,

d) 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 Ar - Ge çalışmaları için 100 milyar dolar ile toplam her yıl 870 milyar dolar harcanacağı öngörülmektedir.

2) ÇEVRE TEKNOLOJİLERİ VE SEKTÖRÜ (GREEN BUSINESS)

a) Karbondioksit salınımı azaltmak için gerekli teknolojilerin (düşük karbon salınım teknolojileri) geliştirilmesi ve ünitelere uygulanması ve bu amaçla ihtiyaç duyulan araç- gereç ve ekipmanlarının üretimi,

b) 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,

c) Kullanılmış ürünlerin (elektrikli-elektronik ve araç gereçler) atık geri dönüşüm teknolojileri, sistemleri ve tesisleri,

d) İmalat sanayinde 3 r teknolojileri(recycle, reclamation, remanufacturing) geliştirilmesi ve uygulanması,

e) Madencilik, ormancılık, petrol-doğal gaz arama-sondajlarında çevre dostu arama ve üretim teknolojilerinin kullanımı,

f) Kara, hava ve deniz koşullarının iyileştirilmesi amacı ile biyoteknoloji temelli önleme, iyileştirme, temizleme ve yeniden üretme (örneğin reforestrasyon) faaliyetleri,

g) 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

a) 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 malzemeler 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),

b) Akıllı malzemelerin ve ürünlerin üretimi (adaptronik ürünler) elektrikli, elektronik araçlar, malzemeler ve yüzeyler

c) Mikro malzeme ve ürünlerin üretimi; (biometrik ve nano teknoloji ürünleri) elektronik, optik, hassas ölçü aletleri, medikal sağlık alanlarında kullanılan mikro makineler,

d) Tam otomasyon üretim sistemleri (mekatronics teknolojisi) ; bilgisayar kontrollü (computer directed) uzaktan programlı ve kontrollü (teleoperated) robotik ve tam otomatik makine ve üretim sistemleri,

e) 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,

f) 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 yılında 560 milyar dolar, 2025 yılında ise 940 milyar dolar olacağı öngörülmektedir.

4. HAVACILIK, UZAY, SAVUNMA SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023⁹⁰

a) Havacılık-uzay ve savunma sanayileri yüksek teknolojiye dayalı sektörler olup yüksek katma değer yaratan sanayilerdir. Hava taşıtları ve gemi inşa sanayi aynı zamanda taşıt araçları sanayi içinde birlikte yer almaktadır,

b) Havacılık sanayi artan ulaştırma ve taşımacılık talebi ile genişlemekte olup, yüksek teknolojiye dayalı yeni nesil uçaklar ile üretim tedariki ve nihai ürün bazında ticaret hacmi hızlı genişleyen ve ticarete yüksek katma değer yaratan bir sektördür,

c) Uzay sanayi az sayıda gelişmiş ülkenin tekelinde, yüksek teknolojiye dayalı çalışmaları ile diğer sanayi kollarında da kullanılabilecek teknolojik buluşları sürdürecektir,

d) Savunma sanayi, değişen ve yenilenen savunma konseptleri içinde yüksek teknolojiye dayalı 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.

a. UZAY SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023⁹¹

I. 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.

II. Uzay sanayinde ABD, Rusya, AB, Japonya, Çin ve Hindistan belirleyici ve yönlendirici ülkeler olacak, bu ülkeler arasında hem rekabet hem de işbirlikleri olacaktır.

⁹⁰ Teknoloji Öngörü Projesi ve Savunma, Havacılık ve Uzay Sanayii Paneli Çalışmaları
http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/shu/SHU_son_surum.pdf

III. Uzay sanayinde 2030 yılına kadar olan programlanmış ana faaliyetlere 2013 yılında uluslararası 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.

IV. 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.

b. SAVUNMA SANAYİ ÖNGÖRÜLERİ 2023

I. 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,

II. Savunma sanayinde üretim yapısı üç yönlü gelişmeye devam edecektir. Az sayıda (konsolidasyon satın alma ve birleşmelerle) ana üretici, nitelikli Ar -Ge 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,

III. Savunma harcamalarının önümüzdeki dönemde milli gelire oranla dünya genelinde azalacağı, buna karşın silah ve teçhizat 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 teçhizat harcamalarının ise 521 milyar dolardan 1.05 trilyon dolara çıkacağı öngörülmektedir,

IV. 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.

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.

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

o Değişim yönetimi

o Büyüme

o Etkinlik

5. TURQUALITY PROJESİ

TURQUALITY Dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programıdır. Günümüzde gittikçe ağırlaşan rekabet koşulları ve değişen tüketim kalıpları uluslararası arenada yer almak isteyen şirketleri daha fazla katma değer ve daha fazla pazar payı anlamına gelen güçlü markalar yaratmaya teşvik ediyor.

Tekstil ve hazır giyim, otomotiv, elektronik, gıda gibi rekabetçi sektörlerimiz açısından ihracatta markalaşmanın önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır. TURQUALITY ülkemizin rekabet avantajını elinde bulundurduğu ve markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarına sahip firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini sağlamak suretiyle uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla global bir oyuncu olabilmeleri amacıyla oluşturulmuş destek platformudur.

TURQUALITY programı kapsamında, firmaların; patent, faydalı model, endüstriyel tasarım ve marka tesciline ilişkin harcamaları, çevre ve kalite belgesi

alımına ilişkin giderleri, moda/endüstriyel ürün tasarımcısı, aşçı ve şef istihdamına ilişkin giderleri (gastronomi sektöründe faaliyet gösteren firmalar için), tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri, yurtdışı birimlere ilişkin kira ve temel kurulum giderleri, danışmanlık (strateji, operasyon, organizasyon, teknoloji) giderleri, bilişim ve bilgi yönetimi alanına yönelik harcamaları yüzde 50 oranında, 5 yıl süreyle desteklenmektedir. İlk 5 yılın sonunda kapsamdaki markalar performans denetimine tabi tutulmakta, performans düzeyi istenilen seviyenin üstündeki markalara ilave 5 yıl destek verilmektedir. Marka Programı ise esas itibarıyla firmaları TURQUALITY'ye hazırlayan bir süreçtir. Marka Programında, TURQUALITY ile aynı başlıklarda destek verilmekte, ancak destek kalemlerinde üst limit bulunmakta, destek süresi ise 4 yıl ile sınırlanmaktadır.⁹²

Uluslararası ticarete söz sahibi olma potansiyeli olan 16 marka daha, dünyanın devlet destekli ilk ve en kapsamlı marka geliştirme programı olan TURQUALITY kapsamına alındı.

Halen 83 firmanın 95 markası TURQUALITY, 34 firmanın 37 markası toplam 132 marka desteklerden yararlanıyor.

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, dünyanın devlet destekli ilk ve en kapsamlı marka geliştirme programı TURQUALITY programının sürekli büyüdüğünü, 16 yeni markanın destek kapsamına alındığını, 46 markanın da destek süresinin 5 yıl daha uzatıldığını açıkladı. Bakan Çağlayan, konuya ilişkin şu değerlendirmelerde bulundu: 'Bakanlığım öncülüğünde, Türkiye İhracatçılar Meclisi işbirliği ile global markalar geliştirerek ihracatı artırmak, 'Türk Malı' imajını ve Türkiye'nin itibarını güçlendirmek amacıyla hayata geçirilen TURQUALITY Programı kapsamında 6'sı TURQUALITY, 10'u ise Marka Destek Programı'na olmak üzere 16 yeni marka daha destek kapsamına alındı. İlk 5 yıllık destek dönemini başarıyla tamamlayan 46 markanın destek süresi ise 5 yıl daha uzatıldı. Halen 83 firmanın 95 markasını TURQUALITY, 34 firmanın 37 markasını ise 'Marka Destek Programı' kapsamında destekliyoruz.'

⁹²TURQUALITY Hakkında: <http://www.turquality.com/5.aspx>

Tasarımdan pazarlama ve satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayan TURQUALITY'nin, Türk markaları için bir prestij ligine dönüştüğünü ifade eden Çağlayan, 2023 yılında 500 milyar dolar mal ihracatı hedefine ulaşmak için katma değeri artırmamız, yüksek katma değerli ürün üretip, ihraç etmemiz gerekmektedir. İşte TURQUALITY programı bu amaca hizmet etmektedir.

Benzer gelişmenin TURQUALITY ve marka programlarına dahil firmaların toplam ihracat artışlarında da görüldüğünü dile getiren Çağlayan, '2006 - 2011 yıllarında TURQUALITY ve marka programlarına dahil firmalarımız ihracatlarını yüzde 60.6 gibi önemli bir oranda artırmışlardır. Markalaşma, firmalarımıza uluslararası rekabette önemli bir avantaj sağlamakta, hem firmanın, hem de markanın katma değerini artırmaktadır. TURQUALITY programı ihracatta yüksek katma değer anahtarıdır. TURQUALITY programlarından yararlanan firmalarımızın sayısının artması, katma değeri yüksek ürünün ihracatımızdaki payını daha da artıracak, 2023 hedeflerine ulaşmamızda önemli bir basamak olacaktır' açıklamasında bulundu.⁹³

BÖLÜM XXI.VİZYON 2023 DIŞ TİCARET HEDEFLERİ GZTF ANALİZİ

1. GÜÇYÜ YANLAR

- Nüfusun genç ve dinamik olması
- Üretim ve büyüme potansiyeli
- Kapasitenin arttırılabilecek durumda olması
- Nüfusun eğitim seviyesinin yükselmeye başlamış olması
- Pazar potansiyeli
- Coğrafi konum nedeniyle Ortadoğu ve Avrupa pazarlarına yakınlık
- İşgücünün giderek nitelikli hale gelmesi

⁹³Turquality büyümeye devam ediyor, Sabah Gazetesi:11Kasım 2012
<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/11/04/turquality-buyumeye-devam-ediyor#>

- Turizm potansiyelimizin yüksek olması
- Uluslararası deneyim ve bilgi birikimi
- İnşaat sektörünün ve alt yapının giderek gelişmiş olması
- Teknolojik ürünlerin ihracatının artmaya başlaması
- Tüm üretim süreçlerindeki hızlı adaptasyon
- Yapılan ekonomik antlaşmalar ve ekonomik işbirliği örgütlerine üye olunması
- Çok sayıda üretim ihtiyacını giderecek KOBİ bulunması
- İklim ve bitki avantajı
- Esnek üretim yapısı
- Politik istikrar,
- Gerek kara yolu gerekse deniz yolu avantajına sahip bir ülke olmamız
- Giderek toplumun her kesiminde yaygınlaşan teknoloji
- Giderek yaygınlaşan fuar ve tanıtım faaliyetleri
- Giderek artan dış ticaret bilinci
- Beyaz eşya yan sanayi, otomotiv, tekstil, hazır giyim gibi sektörlerdeki ihracat deneyiminin yüksek olması.
- Yıldan yıla artan turist sayısı ve turizm gelirleri
- Dinamik bir özel girişimi kesiminin varlığı
- Dış ticaret arttırmak için devletin verdiği desteklerin giderek artması
- Yenilebilir enerji kaynak potansiyelimizin yüksek olması

2. ZAYIF YANLAR

- Ticaretimizin olduğu Ortadoğu ülkelerindeki siyasi karışıklıklar
- AB'ye girilmemesi olasılığı
- Üretim ihraç ettiğimiz malların katma değeri düşük iken ithal ettiğimiz malların daha katma değeri yüksek mallar olması
- İhracatımızın ithalata olan bağımlılığın devam etmesi
- Enerjide dışa olan bağımlılığımız
- Tasarrufların ve yatırımların yetersiz olması
- Patent ve tasarım eksikliği
- Dış ticarete finansal enstrüman yetersizliği ve bu enstrümanları yeterince kullanma alışkanlığının olmaması
- Dış ticareti yöneten devlet kurumları arasındaki koordinasyon eksikliği
- Bürokratik sorunlar ve engellemeler
- Sektörel bağımlılık
- Girdi fiyatların ve dolayısıyla maliyetlerin yüksek olması
- İşgücü üzerindeki yüksek vergi yükü ve yüksek sigorta primi yükü
- Piyasa denetiminin zayıf olması
- Know – how yetersizliği ve düşük teknoloji seviyesi
- Doğrudan yabancı sermaye girişinin yetersiz olması
- Ar- GE harcamalarının yetersiz olması
- KOBİ'lerin istenilen seviyede dış ticarete katkı yapmaması

- Rekabet dezavantajları
- Kayıt dışı ekonominin varlığı
- Dış ticaretteki teknik engeller
- Dış ticaret mevzuatının karmaşık olması
- Dünya’da ismi geçen ve çok bilinen bir Türk markasının henüz olmaması, markalaşma yetersizliği
- Yeterli dış ticarete örgütlenme ya da organizasyon çeşitliliğinin olmaması
- Nitelikli eleman eksikliği ve henüz nitelikli eleman yetiştirme programlarının yeterli olmaması
- İhracat kredi sisteminin ülkemizde henüz tam anlamıyla oturmamış olması
- Pazarlamadaki yaşanan sorunlar pazara girişi stratejisinin henüz tam anlamıyla kullanılmaması
- İş ahlakı bilincinin yetersiz olması
- Sermaye birikiminin yetersiz olması
- Yasa ve yönetmeliklerin uygulanmasında yaşanan aksaklıklar
- Dış ticareti arttıracak olan e – ticaret için gerekli hukuki altyapının tamamlanmamış olması
- Üretimdeki verimliliğimizin düşük olması
- Dış ticarete dolaylı vergilerin yüksek olması
- Türk ticari bankalarının ihracat finansmanında henüz aktif hale gelmemesi
- Teşvik politikalarında seçici olunmaması

3. FIRSATLAR

- Henüz gelişmemiş teknolojilerin harekete geçmesi
- Kurumsal alt yapının zamanla iyileşmesi
- 2023 hedefleri doğrultusunda çalışmaların hızlandırılmaya başlanması
- 2023 hedefleri doğrultusunda sektörlerin hareketlendirilmesi
- 2023 bilincinin dış ticaret yapan sektörlerle aşılmaya başlanması
- Giderek gelişen bilişim ve iletişim altyapısı
- Türkiye'nin ticarete en dinamik 20 ülke içinde yer alması
- Türkiye'nin AB'ye üye olması sürecinde olması
- E- ticaretin yaygınlaşmaya başlaması
- Ar-ge'ye verilen önemin artmış olması
- Toplumda dış ticaret yapma alışkanlığının giderek artmaya başlaması
- Uluslararası alanda temsil gücümüzün giderek artmaya başlaması
- Katma değeri yüksek ürünlerin ihracatının artma potansiyeli
- Türkiye'nin bölgesel oluşumlardaki rolünün artmaya başlaması
- Kalkınma hızının artmasının dış ticaret üzerinde yaratacağı fırsat
- Turizmin artma potansiyeli
- Yeni pazarlara açılma ve mevcut pazarlarda Pazar payını artırma
- Artan ülke imajı
- Türkiye'ye yabancı sermaye ilgisindeki artış

- Kullanılmamış kümelenme potansiyeli
- Dış ticaret finansman sisteminin giderek uyumlu hale gelmesi
- Dış ticarete organizasyon şekillerinin giderek yaygınlaşması
- Turquality'in giderek büyümesi
- Kredi derecelendirme kuruluşlarının Türkiye'ye olumlu bakması ve kredi notunun yatırım yapılabilir ülke seviyesine yaklaşmış olması

4. TEHDİTLER

- Dünyadaki korumacı eğilimlerin devam etmesi
- Kur riski
- Dünya ticaretindeki belirsizlikler
- Haksız rekabet dolayısıyla yaşanan ithalat baskısı
- İhracatımızın bundan sonraki yıllarda da ithalata bağımlılığının devam etme olasılığının yüksek olması
- Artan küresel rekabet
- Ucuz işgücü rekabeti
- Dünya ticaret örgütü kurallarının zaman zaman ihlal edilmesi
- Dış finansman yetersizlikleri
- Bölgesel istikrarsızlık
- AB'de yaşanan istikrarsızlıklar
- 2023'e kadarki süreçte yaşanabilecek yeni küresel reel ve finansal krizler
- Savaş terör gibi bölgede yaşanabilecek tehditler

- Gerekli araştırma teknoloji seviyesine ulaşamama tehdidi
- Ülkemizdeki yaşanabilecek ekonomik ve sosyal istikrarsızlık tehdidi
- Dış ticaret ortaklığı yaptığımız ülkelerdeki yaşanabilecek sosyal ve ekonomik krizler
- AB sürecinin belirsiz olması
- Kayıt dışı ekonominin kontrol altına alınamaması olasılığı
- Serbest bölgelerin önemini yitirmeye başlamış olması
- Çok uluslu firmalarla olan rekabet dezavantajı
- Enerji fiyatlarının yükselmesiyle birlikte ithalatımızın artma olasılığı
- Dış ticaretteki Çin malları tehdidinin devam etmesi
- KOBİ'lerdeki verimsiz üretimin devam etme olasılığı
- Dış ticarete rakiplerimizin gerisinde kalma tehdidi
- Planlanan teknolojik atılımların yapılamama tehdidi

BÖLÜM XXII. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. Yılı hedef alınarak, ekonomik ve sosyal kalkınmasını belirli bir düzeye getirmiş, bireylerine çağdaş uygarlığın her türlü nimet ve fırsatlarını sunabilme yolunda büyük atılımlar yapmış bir “2023 yılı Türkiye’sini düşünebilme çalışması her açıdan ilginç ve heyecan veren bir olaydır. Geleceğin eldeki verilerin matematiksel uzantılarıyla hesap edilmesi yerine, bir bakış açısı tanımlayarak, onun ışığında, ülkede neler yapılması gerektiğini anlatmak, kalkınma için bir yol haritası çizmek bakımından önemli bir olaydır. Bu nedenle, “Vizyon Kavramı”nın iyi anlaşılması, onunla olayların ele alınacağı düşünülmesi, sorunların çözümünde ve engellerin aşılmasında o bakış açısının esas olacağı bilinmesi, ülkemizi yeni kalkınma ufuklarına yöneltebilecek önemli davranış biçimidir.

Cumhuriyetimizin 100. Yılı olan 2023 hedeflerinin dış ticaret hedeflerinin genel olarak değerlendirmesine baktığımızda ülkemizin bu hedeflere varabilmek amacıyla çok

çalışması ve gerekli düzenlemeleri konjonktürü göz önüne alarak yapması gerekmektedir. 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. "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.

Durum değerlendirmesini yaptığımızda sektörel değerlendirmeler ve konu başlıklarına göre birçok yapılması gereken yasal veya kuramsal düzenlemeler bulunmaktadır.

Öncelikle ihracatımızı ve ithalatımız değerlendirilerek sürekli durum değerlendirmesi yapılmalıdır. Hali hazırda ülkemizin en büyük ekonomik sorunu olarak devam eden cari açık sorunu da böylece kontrol edilebilecektir. Gerçekleşen ve gerçekleşmesi gereken dış ticaret tutarlarının performansı sürekli denetim altında tutulduğunda kontrollü daha kolaylıkla yapılabilecektir. Piyasa gözetim ve denetimi etkin olmalı ve her türlü haksız rekabeti önleyecek düzenlemeler yapılmalıdır.

Dış ticaret stratejisinin uygulanabilmesi için kullanılması öngörülen araçlar ve politika önerilerinin başında; ihracat ve ithalat politikası araçları, pazara giriş stratejisi, kalite altyapısının ve çevreye uyumlu teknolojilerin geliştirilmesi, ihracatın finansmanı, kur politikası, etkin dağıtım sistemi ve lojistik yönetimi gelmektedir.

Siyasi partilerin yaptığı 2023 çalışmalarına baktığımızda genel olarak ekonomik büyüme ile beraber ülkemizin 2023 yılı dış ticaret hedeflerinin 500 milyar dolar ihracat ve 600 milyar dolar civarında ithalat hedefleriyle birbirine yakın hedefler belirlediklerini görüyoruz. Siyasi yaklaşımlarda parti çalışmalarında Türkiye'nin ekonomik büyüme ile birlikte dış ticaret hacmini arttıracığı öngörülmekte ve dış ticarete hacmin arttırmak için öncelikli projeler sıralanmaktadır. Bu projeler daha çok enerji insan sermayesi, ulaştırma ve teknoloji alanlarında yoğunlaşmıştır.

İnsan varlığı bir ülkenin bugün olduğu gibi gelecekte de en değerli sermayesi olacaktır. Onun eğitimi, sağlığı, sosyal güvencesi ve doğru yerde istihdamı ülkeyi dünya rekabet liginde üst sıralara taşıyacaktır. Bugününden haberdar ve geleceğe umutla bakan, uluslararası çapta, özgüveni yüksek insan yetiştiren, zengin kültürel, dini ve tarihi çeşitliliğimizden esinlenen, dış dünya ile de uyumlu eğitim ve ahlaki değerler sisteminin yaratılması, muhafazası öncelikli hedefler arasında olmalıdır. Zira uygulamada etkinlik insan kalitesine bağlıdır.

Bilgi Ekonomisinin gerektirdiği temel politikaların uygulanması kaydıyla Türkiye ekonomisi var olan potansiyelini kullanıp artırarak Cumhuriyet'in 100. yılında dünya ekonomisinin ana gelişme sürecinden kopmadan ilerleyebilecektir. Bunu yaparken aynı zamanda küresel Bilgi Ekonomisi sürecinin 2023'ten sonraki on yıllarında başarılı olmak için ihtiyaç duyacağı yapı ve özellikleri de üretebilecektir. Dünyanın bugünkü gelişme sürecinde Türkiye'de gerek Bilgi Ekonomisi politikalarının uygulanmaması gerekse ekonomik, sosyal ve siyasi krizlere yol açacak davranışlar ise bütün bu umut verici geleceği geri dönülmesi neredeyse olanaksız bir biçimde tehlikeye atacaktır. Dolayısıyla Türkiye bu seçeneklersen birincisini hayata geçirmeyi başarmak zorundadır. Beşeri sermayenin arttığı bir ülkenin gelişmesi çok muhtemeldir.

Başka verileri karşılaştırdığımızda da karşımıza benzer bir tablo çıkıyor. Örneğin, yüksek teknoloji ürünlerin üretim ve ihracat içindeki payına baktığımızda Türkiye'nin rakiplerine göre gerilerde kaldığını görüyoruz. İlk 10 ekonomi arasına girebilmek için rakiplerimize büyüme avantajı sağlayan alanlarda onlarla yarışabiliyor olmamız gerekiyor. Evet, her şeye rağmen dünyanın 10 büyük ekonomisinden biri olmamız mümkün. Ancak, görülen o ki dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmayı başarabilmemiz için eğitim, istihdam (özellikle de kadın istihdamı) ve verimlilik gibi pek çok alanda reformlar yapmamız gerekiyor. Özellikle eğitimde mesleki eğitime daha çok önem verilmesi gerektiği aşikardır. Ayrıca dış ticaret elemanı yetiştirme programları da önceliklerden biri olmalıdır.

Türkiye'nin beşeri sermaye potansiyelinin yükseltilmesi için okullaşma oranının yükseltilmesi gerekliliği açıktır. Dış ticaret açısından nitelikli insan gücüne sahip olmak bir avantaj oluşturmasına rağmen, kimi sektörlerde ara insan gücü temin edilmesinde

zorluklar yaşanmaktadır. Bu nedenle mesleki ve teknik eğitimin yaygınlaştırılması ara insan gücü probleminin çözümüne katkıda bulunacaktır. Bilim ve bilimsel çalışmalar teşvik edilmeli ve desteklenmelidir. Her türlü buluş yenilik ve icat ülkemizin hem katma değerine hem de toplumuna büyük katkı olacaktır. Bu nedenle bilimsel faaliyetler özellikle üniversiteler anlamında desteklenmelidir.

Diğer bir konuda dış ticaretimizin önemli eksikliklerinden olan markalaşmadır. Son 30 yılda ihracatın önemli bir sıçrama sağlanmasına karşın, markalaşma ve tanıtım faaliyetleri konusunda yetersiz kaldığı ve Türk malı imajının yeterince global pazarlarda yerleşemediği gözlenmektedir. Bu çerçevede, Türkiye Markası'nın oluşturulması rekabet gücünü arttıracaktır. Türk Malı imajının markalaşma potansiyeli olan firmaların markaları eşliğinde oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla oluşturulan "Turquality" projesi markalaşma konusunda bir örnek teşkil etmektedir. Dünyada Türk ürünleri imajının güçlendirilmesine yönelik olarak verilen TURQUALITY ve marka desteklerinin kapsamını genişletmek gerekmektedir. Uluslararası markaların Türk firmalarınca satın alınmasını teşvik ederek Türk ürünlerinin yaygınlaşması ve uluslararası olmasını sağlamak en önemli hedeflerden biri olmalıdır.

Enerjide dışa bağımlılık ile birlikte yüksek enerji fiyatları Türkiye'de üretim maliyetlerini arttıran diğer unsurlardan birisidir. Cari açığı daha düşük seviyelere indirmek ve enerjide dışa bağımlılığı azaltmak amacıyla, yenilenebilir enerji kaynaklarının enerji arzı içindeki payını artırılacaktır. Nükleer santrallere yönelik çalışmalara devam edilmelidir. Yepyeni enerji kaynakları üretilebilmelidir.

Henüz etkin bir şekilde faydalanılmayan yeni ve yenilenebilir enerji kaynaklarının (rüzgar ve su enerjisi, jeotermal) kısa sürede devreye sokulması ve başta elektrik ve doğal gaz olmak üzere enerji kaynaklarında üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda; etkin, verimli, rekabete açık, şeffaf, tüketici haklarının korunmasını sağlayan bir piyasanın oluşturulması sürecine hız kazandırılması gerekmektedir.

Enerjide dışa bağımlılığın ve çevresel etkilerin azaltılması hedefleri açısından, yenilenebilir enerji kaynaklarından azami ölçüde yararlanılmalıdır. Enerji maliyetlerinin uluslararası rekabet koşullarına uygun hale getirilmesi ve enerjide dışa bağımlılığın

giderilmesi için Enerji Bakanlığı'nın gerekli tedbirleri almalıdır. Enerji sorununun çözülmesi ancak ülkemizde bol olarak bulunan kaynakların enerjiye çevrilmesiyle olacaktır.

Enerjide dışa bağımlılığımızın azaltılması amacıyla Ülkemiz linyitlerinden elektrik enerjisi üretimi, Ulaşım araçlarında kullanılacak yakıt pilleri üretimi, Rüzgar enerjisinden elektrik üretimi, güç üretim tesislerinde kullanılacak yakıt pilleri üretimi, hidrojen yakma teknolojilerinin geliştirilmesi, hidrolik kaynaklardan elektrik üretimi, nükleer enerji üretimi, sanayideki kullanım için enerji tasarrufu sağlayan teknolojilerin kullanılması, yapıların enerji gereksinimlerinin azaltılması ve ihtiyacın yenilenebilir kaynaklardan sağlanması gibi önlemler alınabilir.

Ülkemizin 2023 yılında dış ticaret hedeflerine varabilmesi için şüphesiz KOBİ'lere büyük bir yük düşmektedir. Bu anlamda KOBİ'ler ile ilgili uygulanacak politikalara ağırlık verilmelidir.

Sektörel kümelenme anlayışını ihracatı artırmada bir araç olarak kullanmak ve kümelerin koordinasyon halinde dünyaya açılmasını desteklemek gerekmektedir. Ülkemizde dış ticaret modellerinden olan dış ticaret sermayeli sermaye şirketleri ve sektörel dış ticaret modellerinin oluşturma şartları veya mevcut durumları daha fazla desteklenebilir. Ayrıca bu tür modeller için daha esnek bir mevzuat oluşturulabilir.

KOBİ'lere yönelik politikaların temel hedefleri, bu kesimin verimliliğinin, katma değer içindeki payının ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasıdır. Bu amaçla öncelikle bankacılık sisteminin toplam kredi hacmi içinde KOBİ kredilerinin artırılması ve risk sermayesi, finansman yatırım ortaklığı, gayrimenkul yatırım ortaklığı gibi modern finansman araçlarından KOBİ'lerin daha etkili düzeyde yararlandırılması amacıyla bu alanlarda kurumsal kapasitelerin güçlendirilmesi öngörülmektedir.

KOBİ'lerin düşük teknoloji seviyelerinin uluslararası pazarlardaki rekabet edebilirliklerinin önündeki en önemli engeli oluşturduğu gerçeğinden hareketle, teknolojinin yayılımını hızlandırabilmek için transfer kapasitesinin geliştirilmesi ve kalite yükseltilmesine yönelmesi amaçlanmakta ve bu kapsamda işletmelerin teknoloji

alt yapılarının geliştirilmesine yönelik eğitim, danışmanlık, Ar-Ge desteklerinin yoğunlaştırılması gerekmektedir.

KOBİ'lerin bankalarla olan problemlerinin çözümü için Anadolu yaklaşımı geliştirilecektir. KOBİ'lerle ilgili vergi mevzuatının basitleştirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca bankaların KOBİ kredisi kullandırması özendirilmelidir.

KOBİ'ler sahip oldukları esnek yapıları ile, ulusal innovasyon sisteminin güçlendirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Sabit maliyetlerinin düşük olması, büyük ölçekte stok bulundurmamaları gibi sebeplerle KOBİ'lerin üretim yapılarının yeni teknolojilere adaptasyonu daha kolay ve kısa sürede gerçekleşmektedir. Bu sebeple KOBİ'lerin yapacakları AR&GE faaliyetleri desteklenmeye devam edilmelidir.

KOBİ'lerin pazarlama ve ihracat kapasitesini artırıcı destekleri sürdürmek gerekmektedir. Yan sanayi olarak üretim yapan KOBİ'ler için ihracatın finansmanına yönelik KOSGEB tarafından geliştirilen destekleyici sistemlerin güçlendirilmesi ülkemizin dış ticaretine önemli katkılar yapacaktır. KOBİ'ler tedarik faaliyetleri kapsamında desteklenmeli ve gerekli altyapı oluşturulduktan sonra, her tedarik projesine belirli oranda KOBİ katılımı zorunlu kılınmalıdır. Kobi olmadan büyümeyi sağlamak ve ihracat artışını sağlamak ülkemizin dışa bağımlılığını azaltmak mümkün değildir.

Ülkemizin ihracatının artırılabilmesinde ihracatın finansmanı da büyük öneme sahiptir. Zira finansman araçlarının çeşitlendirilmesi ve finansmanın desteklenip artırılması ihracata olumlu katkı yapacaktır. Burada da en önemli görev Ticari bankalara ve Türk Eximbank'ına düşmektedir.

İhracatın finansmanı tüm bankacılık sisteminin görevi olup, finansal destek mekanizmalarının oluşturulmasında ticari bankaların da önemli rolü bulunmaktadır. Eximbanklar vasıtasıyla ihracat finansman kavramı uluslararası uygulamada esas itibariyle ihracatçıları, alacaklarının ödenmemesi riskine karşı korumaya yönelik olanaklar olarak tanımlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ihracatçıların kısa vadeli kredi talepleri uygun koşullarla tamamen ticari bankalar tarafından karşılanmakta ve ihracat finansman kuruluşları ticari bankalara ve ihracatçılara garanti ve sigorta desteği

sağlamaktadır. Ancak, Türkiye'de durum farklı bir yapıda gelişmiştir. Bu gerçekten hareketle, "Eximbank kredi, sigorta ve teminat programlarının kullanım koşullarının iyileştirilmesi, yeni programların geliştirilmesi ve Eximbank'ın orta ve uzun vadeli programlara ağırlık verecek bir yapıya kavuşturulması." şeklinde tanımlanan ve ulaşılması öngörülen hedef "İhracatın Finansmanına Yönelik Destek Mekanizmalarının Geliştirilmesi, Eximbank Kredi, Sigorta ve Garanti Programlarının Kullanım Koşullarının İyileştirilmesi, Yeni Programların Geliştirilmesi ve Eximbank'ın Orta ve Uzun Vadeli Programlara Ağırlık Verecek bir Yapıya Kavuşturulmasıdır.

Uluslararası alanda keskinleşen rekabet koşulları, garanti ve sigorta programlarının önemini giderek artırmaktadır. Sigorta programları çerçevesinde ticari ve politik risklerden arındırılmış bir ortamda çalışma imkanı bulan ihracatçıların ticari bankalardan daha kolay finansman temin edebilmelerine olanak sağlayacak mekanizmalara ağırlık verilecektir. Bu kapsamda, orta ve uzun vadede uygulamaya konulması düşünülen *İşletme Sermayesi Garanti Programı* ile ticari bankaların firmaların ihracata yönelik faaliyetlerine işletme sermayesi kredisi sağlamanın teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Bu çok önemli bir gelişmedir. Böylece hem Firmalara hem bankalara destek sağlanmış olacaktır. Ayrıca Yeni ihracat finansmanı araçları geliştirmek gerekmektedir.

Burada şunu da belirtmeliyiz ki günümüzde Ortadoğu ülkelerindeki siyasi ve ekonomik karışıklıklar bu ülkelerde bulunan sermayemizi olumsuz etkilemiştir. Bu ülkelerdeki Türk sermayesinin takipçisi olarak Eximbank gereken başvurularla bu sermayenin takipçisi olmalıdır.

Ayrıca ihracatçıların kullandıkları girdilerin maliyetlerinin (SGK, kurumlar vergisi, enerji maliyetleri) rakipleri ile aynı koşullarda rekabet edebilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve vergi ve benzeri yüklerde düzenlemeler yapılarak ihracatçı özendirilmelidir.

Ülkemizin zengin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerinden koruma ve kullanma dengesi içinde yararlanılması ve turizm alternatifleri geliştirilerek ülkemizin turizmden alacağı payın artırılması için, turizm kaynakları makro ölçekte planlanmalı, dağınık bir şekilde bulunan alternatif turizm bölgelerinin birbirleriyle entegrasyonu

sağlanmalı, 'Turizm Gelişim Bölgeleri', 'Turizm Koridorları', 'Turizm Kentleri' ve 'Eko turizm Bölgeleri' oluşturularak, turizm potansiyeli bulunan bütün bölgelerin diğer alternatif turizm türleri ile cazibesi artırılmalıdır. Turizm için özellikle tesis ve otellerin turizmi cezbedecek şekilde güçlendirilmesi gerekmektedir. Turizmin gelirlerinin artması ülkemizin geleceğinin en önemli unsurlarından biri olacak ve 2023 Türkiye’inde ülkemize özellikle deniz turizmi ve kültürel turizm ile önemli katkılar sağlayacaktır. Özellikle turizme yönelik olarak yapılan tesislerde bürokratik engel ve zorlukların ortadan kaldırılabilmesi için kamu reformu yapılmalıdır. Kalite anlayışı turizmin her alanında ve her basamağına uygulanacaktır. Turizm sektöründeki kaliteyi artırmak için mesleki eğitim desteklenmelidir. İklim, doğal kaynaklar, bozulmamış çevre, Turizmin sosyal ve ekonomik önemini anlamış bir toplum yapısı, Zengin tarih, kültür, örf ve adet, Türk insanının geleneksel konukseverliği, turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfusun varlığı, özgün sosyo-kültürel özellikler ve doğu ile batının egzotik bir bileşimini sunması, coğrafi konum nedeniyle ana pazarlara olan yakınlık, rakip ülkelere göre daha yeni ve daha nitelikli tesislerin varlığı Türkiye’nin avantajlı olduğu turizm unsurlarıdır. Süratle kapasite ve yatak sayısı turizmde arttırılmalı ve hizmet kalite ve standartları arttırılmalıdır.

Yurtdışı teşkilatlarımız son yıllarda birçok anlamda başarılı bir görünüm kaydetmiştir. Yurtdışı teşkilatlarının başarısı, öncelikle, personel, ekipman ve ödeneklerinin artırılmasının yanında karşılaştıkları sorunların aşılmasında çeşitli kuruluşlarla işbirliği yapılmasına da bağlı bulunmaktadır. Bu kuruluşların başında TOBB, İGEME ve İhracatçı Birlikleri gelmektedir. Özellikle İGEME ve İhracatçı Birlikleri son yıllardaki faaliyetleri çerçevesinde dış ilişkiler konusunda deneyim kazanmışlardır. Yurtdışı temsilcilikler, ilgili meslek kuruluşlarının madde sektör bazında sağlayacakları personel desteği ile tecrübeleri ve görev yaptıkları ülkede diplomatik sıfatla çalışmanın avantajlarını kullanarak, daha başarılı sonuçlar ortaya koyabileceklerdir.

Özellikle Tanıtım faaliyetlerinin bir “Türkiye Tanıtım Stratejisi” çerçevesinde devlet ve özel sektörün tüm ilgili kurum ve kuruluşlarının işbirliğiyle oluşturularak ve bir program olarak ele alınması ihracata, istikrarlı ve kalıcı bir fayda sağlayacaktır.

Hedefimiz, fuarlar ve diğer pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini ürünlerimizin tamamlayıcılığı üstün olan bölge ve ülkelere doğru yoğunlaştırmak, var olduğumuz pazarlarda ve yeni pazarlarda pazar payımızı ve ihracat hacmimizi planlı ve hesaplı bir şekilde artırmak olmalıdır. Yapılan tanıtım ve fuarların ülke turizmini de katkı sağlayacağı unutulmamalıdır. Fuar etkinlikleri döviz kazandırıcı turizm ve hizmetler olarak ihracatın sürdürülebilmesi açısından "stratejik sektör" olarak değerlendirilecektir. Yapılacak etkin tanıtımlar ülkemizin yükselen değerini markalaşma yönünde önemli bir adım olacaktır.

Sanayi ürünlerinin ihracatına yönelik olarak özellikle AB ülkelerine yapılacak ihracat için süregelen sorunların çözülmesi gerekmektedir. Bunun için hedefler ve çözüm önerilerinin olması halinde daha sağlıklı bir strateji söz konusu olacaktır. Mevcut sorunların çözümü için süratle gerekli idari, teknik ve hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Üretilen mallarda kalitenin özendirilmesi gerekmektedir.

Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için hizmet standardının yükseltilmesi öncelikle ele alınması gereken unsurdur. Bu amaçla, hizmet kalitesinin artırılarak müşteri memnuniyetinin maksimum düzeye çıkarılması ve süreklilik arz eden bir yapıya kavuşturulması ve turizmde sürekli gelişme kavramının yerleşmesi sonucu yaratılacak talep ile turizm gelirlerinin artırılması hedeflenmelidir.

Alternatif turizm olanakları yaratılarak talebin artırılmasını sağlamak ve iç turizmi geliştirmek amacıyla sektörün mevsimsellik özelliğini değiştirmeye yönelik yasal-yönetmelik düzenlemeler yapılacak, doğal, tarihi ve sosyal çevreyi koruyan ve sürdürülebilir kılan, karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitleri ön plana çıkarılacaktır.

İhracatın diğer önemli bir zayıf noktası, Türkiye'nin ihracat yapısının dünya ticaretindeki "dinamik ürünler" veya "yükselen" sektörler sınıflamasıyla tam anlamıyla örtüşmemesidir. Dünya ticareti içerisindeki payı zaman içerisinde artış gösteren ürünler olarak tanımlanan dinamik ürünler sınıflamasında yer alan ürünlerin büyük bir çoğunluğu yüksek teknoloji içeren ürünlerdir. Ülkemiz ihraç ürünleri profilinde de bu yönde bir gelişme yaşanmasına karşın, ülkemiz potansiyeli ve dünya ticaretinden almayı

hedeflediğimiz pay düşünüldüğünde, bu gelişmenin daha da ileri noktalara taşınması gereği ortaya çıkmaktadır.

Diyebiliriz ki Türkiye teknolojinin gelişmesine ve üretilmesine önem vermekte ve sürekli artırmasına rağmen AR-GE harcamaları kaleminin istenilen seviyede olmadığıdır. AR-GE harcamalarında özel kesimin varlığı kamuya olan bağlılığı azaltmakta ve yatırımları artırmaktadır. AR-GE ile kurumsallaşma firmalarımızın temel amacı olmalı ve bu alandaki çalışmalar teşvik edilerek desteklenmelidir. Üniversitelerimize ayrılan AR-GE payları arttırılarak bilimsel ve teknolojik faaliyetler desteklenmelidir.

Türkiye'nin bu süreci doğru algılayıp değerlendirmesi ve “bilgi çağı” olarak adlandırılan bu dönemde, ekonomik ve sosyal gelişmesini, ülke refahını artıracak şekilde, dış ticaret politikasıyla desteklemesi ve böylece uluslar arası rekabetin hakim olduğu pazarlara daha çok ve katma değeri yüksek mal ve hizmet satması temel gerekliliktir.

Dış Ticaret ile ilgili kamu kurumları görevlerini yerine getirirken, bilgi çağının gereksinimleri doğrultusunda, uluslararası rekabet gücünün ve dünya ticaretinden alınan payın, yenilikçilik ve girişimcilik kültürünün oluşturulması ve bilgi teknolojilerinin etkin kullanımı hususlarını en önemli öncelikleri arasında görmelidir.

Yenilikçi fikirler ve Ar-Ge'ye dayalı, katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçlerini yeni nesil teşvik modelleri ile desteklemek ve yenilikçi niteliğe sahip ihraç ürün sayısının artırılması amacıyla tasarım faaliyetlerini hizmet ticareti kapsamında yaygınlaştırmak önemli bir gerekliliktir. Girdi başına katma değeri yüksek olan sektörlerde gerekli önlemler alınmalı ve teşvik edilmelidir. Yüksek katma değer yaratan sektörlerde gerekli alt yapı oluşturulmalı ve bu sektörlerde üretimin artırılması Türkiye'ye uluslararası alanda rekabet gücü kazandıracaktır.

Katma değeri yüksek, Ar-Ge'ye ağırlık veren bir mevcut ve potansiyel pazarlarında daha nitelikli ürünler satabilen bir üretim desenine kavuşmak için Türkiye'nin Ar-Ge yatırımlarının desteklenerek bu dönüşümü sağlaması gerekmektedir.

Katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi ve ihracatının artmasıyla şüphesiz ki ithalatımızda daralma olacak ve cari açığımızda da azalma olacaktır.

İhracatta yüksek teknolojlili ve katma değerli ürünlerin ihracatına geçme" amaçlarının hem sektörel hem de coğrafi alanlar bazında detaylandırılması, ortaya konulan vizyonların hayata geçirilmesinde önemli bir adım teşkil edecektir.

Diğer bir önemli konu da yabancı sermaye yatırımlarıdır. Bu yatırımların ülkemize hem gelir kazandırması söz konusu iken hem de bu yabancı sermayelerin işletmecilik teknoloji ve know - how bilgisi de ülkemize kazandırılmış olacak üretimin etkinliğini arttıracaktır.

Türkiye'deki güçlü iç pazar hem yatırım potansiyeli açısından hem de ithalat açısından önemlidir. Ancak bu önemine rağmen Türkiye yabancı sermaye yatırımlarından da yeterli payı alamamaktadır.

İhracatın artırılması için nasıl hedef ülkeler/pazarlar seçiliyorsa, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını çekmek için de hedef ülkeler ve sektörler seçmelidir. Selektif bölge ve sektörler seçilerek bu anlamda teşvikler uygulanmalı ve yabancı sermaye özendirilmelidir. Yabancı sermayenin ülkemize ve dış ticaretimize olumlu katkı yapması aşikârdır. Yerli ve yabancı yatırımcıların yeni yatırım yapmalarını teşvik etmek ve rekabet güçlerini arttırmak için vergi reformu yapılması gerekmektedir. Diğer önemli bir konu da yabancı ve hatta yerli yatırımcı önündeki bürokratik engellerin kaldırılması gerekliliğidir. Diğer teşvik konuları ise Devletin yatırım yapılabilirliği yüksek yerleri belirleyip yatırımcıya tahsis etmesi için Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nın gerekli düzenlemeleri yapması ve yatırımcılara AR-GE konusunda her türlü desteği sağlayacak düzenlemelerin yapılması için yasal düzenleme ile TÜBİTAK'ın daha etkin çalışmasının sağlanmasıdır. Ayrıca dış ticarete yönelik yatırımlarda üretim ve ihracat zincirinde istikrarlı ihracat artışının sağlanması amacıyla gerekli altyapı, mevzuat ve teşvik enstrümanlarını etkin bir şekilde kullanmaktır. Yeni dönemde ise, GİTES kapsamında ithalat bağımlılığı tespiti yapılan spesifik sektörlerde doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla yurt içi üretimin desteklenmesi, kaynak yetersizliği nedeniyle yurt içinden tedarik edilemeyen ve mutlaka yurt dışından tedarik edilmesi

gereken temel girdi alanlarında yurt dışı yatırımlar yoluyla tedarik güvenliğinin sağlanması için yatırımı teşvik politikaları ve uygulamaları geliştirilecektir.

Şüphesiz ki 500 milyar dolar gibi bir ihracat rakamına 2023 yılına kadar ulaşmak istiyorsak dış ticaret pazarlarımızı hem genişletmeli hem de çeşitlendirmeliyiz. Örneğin ülkemizin dış ticaret ağırlığı AB ülkelerindedir. AB ülkelerinde olabilecek bir ekonomik sıkıntı ülkemizi de doğrudan etkilemektedir. Ülkemizin dış ticaret dağılımı üzerinde coğrafi yakınlığın avantajı Avrupa ile olan ticarete kullanılırken, diğer bölgelerle ekonomik ve ticari ilişkilerde yeterince kullanılamamaktadır. Avrupa hariç, diğer komşu ve yakın ülkelere yönelik ticaretin gelişmemiş olmasının en önemli sebebi siyasi ilişkilerin, ticari ilişkilerin önüne geçmesidir. Oysa ulaştırma maliyetleri, tüketim kalıplarındaki benzerlik, kültürel yakınlık gibi faktörlerin dış ticaret işlemleri üzerindeki bilinen etkileri göz önüne alındığında Türkiye'nin çevresinde çok büyük bir pazar ortaya çıkmaktadır. Pazar ve ürün çeşitlendirmesine gidilmesi, tarım ürünleri ihracatını artırıcı bir yöntem olabilecektir. Türkiye bir taraftan AB üyesi olarak ekonomisini güçlendirirken diğer taraftan da özellikle Kafkaslar, Orta Asya ve Orta Doğu'da olmak üzere bir bölümünde tarihi ve kültürel bağlarının da etkili olacağı sıkı ekonomik ilişkiler kurulmalıdır. Coğrafyamızdaki gelişmeler yakından takip edilerek ticaret stratejilerimizi duruma göre oluşturmalıyız.

Dış ticarete ilişkin bilgilerin güncel, etkileşimli ve küresel standartlara uygun olarak edinilmesini ve kullanımını sağlayacak ve aynı zamanda Türkiye'nin ihracat potansiyelini tanıtacak bir altyapı oluşturulması gerekmektedir. Bu çerçevede, bir taraftan pazara girişte karşılaşılan engellerin tespiti ve bu engellerin ikili ve çok taraflı temaslarla ortadan kaldırılmasına, diğer taraftan ise ülkemiz ürünleri ve ihracatçılarının yurtdışında tanıtımına yönelik olarak kamu - özel sektör ve sivil toplum örgütleri arasında sistematik bir işbirliğinin oluşturulması ihtiyacı bulunmaktadır.

Türkiye'nin genel ihracat stratejisinin tamamlayıcı bir unsuru olan Pazara Giriş Stratejilerinin hayata geçirilmesi, iş dünyasına ve yatırımcılara, uluslar arası ticarete karşılaşılan tarife ve tarife dışı engeller konusunda yardım edecektir. Yapılması gerekenlerden biri de dış ticarete yeni rotalar belirlemek olmalıdır. Bakir pazarlara olanca hızıyla akış yapmak gerekmektedir. Eğer yepyeni pazarlara ihtiyacımız olduğu

bir gerçekte o halde yeni Pazar stratejileri geliştirmek de gerekecektir. Tabi ki pazarlara girişte bu pazarların araştırması iyi yapılmalı etüt edilmeli ve Pazar riskleri iyi çalışılmalıdır.

Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda sorumlulukları aratacak Ülkemizin dış ticaret ağırlığı olduğu AB ülkeleriyle yaptığı dış ticaret hacmi bundan etkilenecektir ancak şu da unutulmamalıdır ki Ortadoğu Kafkas ve Doğu Asya ülkelerine yakın bir AB üyesi Türkiye birçok açıdan avantajlı olacaktır. Ülkemizin büyümesi Ortadoğu ve Arap sermayesinin ülkemize olan güvenini ve yatırımlarını da arttıracaktır. Ancak gümrük birliğinde mallarımızın yaşadığı mevzuat uyumu sorunları AB üyesi olduğumuzda yine yaşanması muhtemel bir olgudur. Ayrıca şunu da belirtmeliyiz ki AB pazarında Türkiye'nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerin, bu ülkelerin ithalatları içerisindeki payının giderek azalması, ihracatın daha da artırılabilmesi için, başka malların ihracatının geliştirilmesini gerektirmektedir.

Dış ticaret politikasının, ithalat ve ihracat politikalarının birbirinden ayrılarak sürdürülmesine son verilerek, sektörel bazda ve dış ticaretin uluslararası özelliği de dikkate alınarak ülke/bölge bazında olmak üzere, ikili bir yapılanmaya tâbi tutulması yerinde olacaktır. Ayrıca, ülkenin uzun vadeli dış ticaret stratejisinin belirlenmesinde ve geleceğe ilişkin temel kararların alınmasında danışmanlık hizmeti ifa etmek üzere, sektör ve ülke birimleri ile yurt dışı temsilciliklerde tecrübe kazanmış meslek memurlarının yer aldığı kurum amirine bağlı bir birim oluşturulabilir. Bu tür bir yapılanma kurum içi koordinasyon eksikliğini büyük ölçüde ortadan kaldıracaktır. İthalatımızın yüksek olduğu su götürmez bir gerçekte ise ithalatı azaltacak önlemler alınmalıdır. Bu önlenmelerden ilki de enerji ve teknolojik ürünlerin ithalatının azaltılması olacaktır. Ancak bu ürünlerin ithalatı ancak ve ancak üretimin artmasıyla mümkün olabilecektir. İthalatın ihracata bağlı olarak arttığı biliniyorsa özellikle ihracat yapmak için ithal ettiğimiz ara ve yatırım mallarının üretimine öncelik verilmelidir.

Dış Ticaret Müsteşarlığının yurt içinde ihracatçılara bilgi ve lojistik destek sağlanması, yurt dışı pazarlara girişin kolaylaştırılmasına, ikili ya da çok taraflı ticaret müzakerelerinin yürütülmesine kadar uzanan kapsamlı bir görev sahası bulunmaktadır. İcracı birim olan Dış Ticaret Müsteşarlığı ile Dışışleri, Maliye, Sanayi

ve Ticaret Bakanlıkları, Devlet Planlama Teşkilatı, Hazine ve Gümrük Müsteşarlıkları ve Eximbank gibi çeşitli nedenlerle dış ticaret ile ilgili hususlarda rol alan kuruluşlar arasında eşgüdüm giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Lojistik denilince özellikle havacılık kargo v.b taşımacılığın yanı sıra aynı zamanda ülkemizdeki demir yolları etkin hale getirilmelidir. Zira limanlarımızın da etkinleştirilmesi sağlanırsa limanlardan demir yollarıyla ülkemizin iç kısımlarına mal ve hizmetlerin taşınabilmesi mümkün hale gelecek, dış ticaret yapmak isteyen firmalarımız için bir artı değer olacaktır. Eğer limanlarımızı ve demir yolarımızı daha güvenilir ve daha etkin hale getirebilirsek ülkemizin kıyı şeridinde olmayan illerimizin de dış ticaret yapma imkanları daha da artacaktır.

Ulaşımın ülkemizin ekonomik ve sosyal gelişmesi önünde darboğaz oluşturmayıp sosyo-ekonomik gelişmeye ivme kazandırması, Ulaşımın ekonomik ve güvenli bir şekilde insancıl konfor da sağlanarak gerçekleştirilmesi, sayesinde ulaşımımızın ticaret yollarından biri olacak şekilde ülkemize katkı sağlayacağı açıktır. Ulaşımında Tüm ulusal ulaşım sistemlerinin, kendi teknik özelliklerine ve ülke coğrafyasının koşullarına göre, en ileri düzeyde ve birbirlerini tamamlayacak şekilde kullanılabilirliğinin sağlanması, Ulaşım sisteminin uluslararası gereksinimlere de uygun olarak planlanması, uluslararası sisteme entegre olması ve Türkiye'nin kıtalar arasında köprü olma özelliğinin ön plana çıkarılması gerekmektedir. Ayrıca Ulaştırma alt sistemlerin birbirlerini tamamlayıcı bir yapı içerisinde gelişebilmesi ve diğer sektörlerin taşıma gereksinimlerinin yerinde, zamanında, en ekonomik ve en güvenli biçimde karşılanabilmesi için sistemin bir bütün olarak ele alınmasını sağlayacak "ulaşım ana planı" nın hazırlanması gerekmektedir.

İllerimizin dış ticaret yapma potansiyelleri vardır. Bu açıdan her bir ilimiz için 2023 hedeflerini gerçekleştirmek için ayrı ayrı örgütlenme veya çalışma yapılmalı stratejik hedefler iller arasında dağıtılmalıdır. İllerimizin ihracatını artıracak gerekli her türlü alt yapı hazır hale getirilmelidir. İllerimizin potansiyellerine göre her ilimize devlet tarafından teşvik verilmelidir. Sermaye yoğun İllerimizin sayısının artması bu illerdeki potansiyelimizi de arttıracaktır. İllerimizdeki potansiyeli kullanmak ve ihracatı

illerimize yaymak ülke politikalarında rahatlamamanın yanı sıra aynı zamanda ülkemizin dış ticaretinde önemli bir dönüşüm sağlayacaktır.

Serbest bölgelerimize baktığımızda ise henüz istenilen düzeyde bir etkinlik sağlanamamıştır. Bunun için serbest bölgeler için çalışmalar yapılmalı ve özellikle her riske karşı gerekli önlemler alınmalıdır. Serbest bölgelerimizin daha düzenli hale getirilmesi gerektiği ve giderek önemini kaybettiği unutulmamalıdır.

Türkiye’de özellikle 1980’li yıllar ile birlikte kronik hale gelen enflasyon şüphesiz gerek üretimi gerekse ticaretimizi etkilemiştir. Enflasyon oranının yüksek ve dalgalı, fiyatların oluşumunda piyasa dışı faktörlerin etkili olduğu bir ortamda, ekonomik birimlerin fiyat tahminleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Göreli fiyat hareketlerinin bilgi aktarma özelliğinin yok olması ile ekonomik etkinlik azalmakta ve büyüme ile kaynak dağılımı olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu durum sonucunda ekonomide verimlilik düşmektedir.

Ülkemizin en önemli problemlerinden biri verimliliğimizin düşük olmasıdır. Bu anlamda verimliliği artırıcı önlemler alınmalı yüksek katma değer yaratılmalıdır. Yüksek katma değer yaratmanın yolu ise teknoloji düzeyimizi attırmaktır. Verimliliğimizi yada teknoloji düzeyimizi arttırmak için Üretimde toplam kalite anlayışının arttırılmasına yönelik düzenlemeler yapılması, Üniversite-sanayi işbirliği ile AR-GE faaliyetlerinin patent geliştirilmesine yönelik desteklerin arttırılması ve Üniversite-sanayi işbirliği için yasal düzenlemelerin yapılması, bu işbirliğinin en etkili araçlarından birisi olan Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin VE TEKNOPARK'ların gelişmelerini süratle tamamlayabilmeleri için yatırım programlarından daha fazla kaynak ayrılması, TÜBİTAK ve AB, AR-GE fonlarının etkin kullanımı için tedbir alınması gerekmektedir. Böylece teknolojinin daha teşvik edilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin diğer en önemli eksikliklerinden birisi de ara ve yatırım malları yeterince üretmiyor oluşudur. Mutlaka ara ve yatırım mallarını daha fazla üretmek için gerekli önlemler alınmalı destek sağlanmalı ve devlet yönetiminde bir strateji oluşturulmalıdır. Eğer ara ve yatırım mallarında ülkemiz ayağa kalkabilirse bu bizim ihracatımızın ithalata olan bağımlılığımızı da azaltacaktır. Özellikle ara ve yatırım

malları alanlarında yerli üreticiler cezalandırılarak ithalat özendirilmektedir. Bu politika, ülke ekonomisinde, katma değer ve istihdam yaratmayan bir üretim ve ihracat yapısına yol açarak adeta bir montaj sanayinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Montaj sanayine dönüşmenin en temel göstergesi ihracat ve üretim arttıkça ara mal ve yatırım malları ithalatının ve cari açığın çok daha hızlı artmasıdır. Ara malı üretimi için yeni üreticilerin proje bazlı desteklenmesi yoluyla teşvik edilmesi gerekmektedir.

Ara ve yatırım mallarında ülkemizin üretimini arttırması teknolojik gelişmenin arttırılmasıyla başarılabilir. Kriz ve sermaye yetersizliği nedeniyle kapanan veya düşük kapasite ile çalışan tesislerin ekonomiye kazandırılması ve yeni yatırımların gerçekleştirilmesini sağlayacaktır. Bu da bizim ihtiyacımız olan ürünlerin üretimini arttırabilir. Örneğin otomotiv sektörü ihracatımızda 1 numaralı sektör olmasına rağmen ülkemiz bir montaj sanayi görünümündedir. Bu kadar ihracatı yapılan bir sektörün kendi ülkesine ait bir markası veya tamamen yerli üretimi bulunmaması çok düşündürücüdür. Bu örnekten yola çıkarak ülkemizde mümkün olduğunca her sektörün analizi yapılmalı ve dış ticaret potansiyelleri ele alınarak değerlendirmeler yapılmalıdır. Dış ticaretini yaptığımız ürünlerin çeşitlenmesi 2023 hedeflerimiz için önemli bir adım olacaktır.

Dünyada endüstri-içi ticaret de hızla gelişmektedir. Bu gelişimin doğal sonuçlarından en önemlisi teknoloji transferidir. Ülkemizin yeni kuşak teknoloji transferi alabilmesi, bunu ekonomik bünyesine uyumlu hale getirebilmesi ve dünyanın hızlı gelişmesine ayak uydurabilmesi için, farklılaştırılmış sanayi ürünlerinin üretimine ve ticaretine önem vermesi gereklidir. Bu kapsamda endüstri-içi ticarete müsait sanayi dallarının eğitim, enerji, girdi ve finansman yönünden desteklenmesi ihracat ve ekonominin bütünü için büyük önem arz etmektedir. yeni sektörlerdeki teknolojik gelişmelere ve bu sektörlerin finansman destekleri dış ticaretimizde önemli rahatlama oluşturacaktır. Havacılık Savunma ve Uzay sanayindeki gelişmeler ülkemizin dış ticaretinin önemli bir saç yağı olmaya adaydır.

Ülkelerin bu sürece kayıtsız kalmaları mümkün olmadığından, kalkınma yolunda ilerleyebilmeleri ve dünya refahından daha fazla pay alabilmeleri ancak bu süreci doğru algılamaları ile mümkün olacaktır.

Türkiye'nin 2023 hedefleri için yeni ürünler üretip bunları ihracata aktarması gerekliliği bir gerçektir. Ancak aynı zamanda yeni sektörlerin ortaya çıkması da gerekmektedir. Bunlar arasında havacılık savunma sanayi, uzay sanayi ve nükleer enerji sektörü sayılabilir. Söz gelimi 2023 hedeflerine yürürken ilerleyen zamanlarda Türk bilim adamlarının yaptığı tanklar silahlar ve askeri malzemeler görmemiz çok muhtemeldir. Bunların üretildikten sonra ihracatının yapılması geçmişten günümüze bu ürünleri ithal eden Türkiye'nin hem ithalatını azaltacak hem de ihracatımızda büyük bir sıçrama gösterecektir. Aynı şekilde nükleer enerjini kullanılması enerji ithalatımızı rahatlatarak cari açığımızın kapatılmasında önemli bir rol oynayacaktır. Türk hava yolları son yıllarda en çok ismi duyulan bir Türk markası olmuştur. Bu ülkemizin havacılıkta ilerlemeye başladığını göstermektedir. Bu durumda şunu söyleyebiliriz ki yeni sektörlerin 2023 hedeflerinde önemli bir katkısı olacaktır.

Rekor düzeylere ulaşan dış ticaret açığı ve cari işlemler açığı, ülkemizin ekonomik yapısını olumsuz etkilemekte ve kırılganlığı artırmaktadır. Ekonomi programımızın temelini oluşturan ihracata dayalı ve istihdam dostu büyüme modelinin gereği olarak, üretimin ve ihracatın ithalat bağımlılığı azaltılarak sürdürülebilir büyüme ve ihracat artışını sağlayacak politikalar uygulanacaktır. Dışa açık ve rekabetçi bir yapı içerisinde dünya ekonomisi ile bütünleşmeyi sürdüren bir yapı esas alınacak, ihracatı geliştirmek için, ilgili tarafların da katılımı ve onayıyla, planlı ve proaktif bir dış ticaret politikası uygulamaya konulacaktır. Bu kapsamda, ihracatta; katma değeri yüksek, bilgi ve teknoloji yoğun ürünler ihraç etmek; dünya ticaretinde önemi artan, alım gücü yüksek, genç nüfuslu ve dinamik pazarlara yönelmek; komşu ülkelerle ticareti geliştirmek; nihai tüketiciye ulaşmak gibi stratejiler benimsenecektir.

İhracatın ithalatını karşılama oranını yüzde 80'ler seviyesine çıkartmak, Sürdürülebilir ihracat artışını devam ettirmek ve ihracatçımızın rekabet gücünü artırmak, Uluslararası anlaşmalardan doğan yükümlülüklerimiz de göz önüne alınarak Türk ihracatçısının uluslararası alanda karşılaştığı sorunlara etkin ve hızlı çözümler bulmak, İhracatın üretim boyutu da dikkate alınarak sanayi - üniversite işbirliğini desteklemek gerekmektedir.

Dış ticaretin önündeki en önemli risklerden biri de kur riskidir. Zira kurdaki değişiklikler ya da dalgalanmalar doğrudan ithalat ve ihracata etki etmektedir. Örneğin ortaya çıkabilecek bir reel ya da finansal kriz ister yurt içi ister yurt dışı kaynaklı olsun kur seviyesine direkt etki etmekte ve dış ticareti ve cari açığı etkilemektedir. Türk lirasının son yıllarda değer kazanmasının önemli sonuçlarından birisi kur avantajına bağlı olarak ithalatın artmasıdır. Bu ise kur avantajı nedeniyle ithal girdi bağımlılığın artması anlamına gelmektedir.

Ülkemiz bilişim ve iletişim tekniklerini dış ticaretin yararı için yoğun bir şekilde kullanmalıdır. e – ticaret gibi bir pazarlama olanağının artması dış ticaretimize olumlu katkı yapacaktır.

Sonuç olarak Türkiye ekonomisinde, temel makroekonomik göstergelerde sağlanacak iyileşme ve istikrara bağlı olarak, genelde reel sektörün, özelde ihracatçıların yatırım-üretim-satış kararlarında kısa vadeli bekleyiş ve etkilerden uzun vadeye geçildikçe, ihracatçıların uzun vadeli finansman ihtiyaçları da artacaktır. Türk Eximbank'ın kısa vadeli ihracat kredilerine olan talebin azalması ile birlikte artan kaynaklarının ihracata yönlendirilmesi amacıyla, özellikle orta-uzun vadeli kredi gereksinimi olan sermaye ve yarı sermaye malı üreten firmalar ile yüksek teknoloji kullanan ve katma değeri fazla olan malları üreten firmalara destek sağlanacak, uluslar arası piyasalarda “Türk Malı” imajını güçlendirecek ve yerleştirecek ihracat desteklenecek ve ihracatçıların yeni taleplerine uygun, müşteri odaklı programlar uygulamaya konulacaktır.

Oluşturulacak yeni dış ticaret stratejisi ve alınacak önlemler ile sürdürülebilir ihracat artışının gerçekleştirilerek, yıllık ortalama yüzde 5-6 oranında büyüme beklentisiyle 2023 yılında ihracatın yaklaşık 460 milyar, ithalatın ise yaklaşık 560 milyar dolar seviyelerinde olacağı tahmin edilmiştir. 2012 itibariyle baktığımızda hedeflerin gerçekleşmesi için ihracatın ancak yılda %12 büyüme ile olacaktır. Bu hedeflerimizin gerçekleşmesi ise toplumsal bir kalkınma ve çaba ile mümkün olabilecektir. Sektörlerin ihtiyaçları ve eksiklikleri doğru tespit edilerek gerekli düzenlemeler devlet eliyle de yapılmalıdır. Topyekün ayağa kalkacak sektörler KOBİ'ler ve STK'larımızla bu hedefleri benimseyip sahiplenmeliyiz.

Ekonomik gelişmenin temel amacı toplumsal refah olmalıdır. Dolayısıyla 2023'te ulaşılabilecek ekonomik büyüklükler ancak toplumsal refahı artırıyorlarsa anlam taşıyacaktır. Dış ticaretimizin artması Finansal piyasalarımızın daha canlı olması ve büyümenin ve kalkınmanın hızlanması ülkemizin refah seviyesini, vatandaşlarımızın hayat standartlarını arttıracaktır.

Tasarruf ve yatırımların dünya standartlarına çıkartılmasının yanı sıra, beşerî sermayenin seviye ve kalitesine yapılacak yatırımlar, araştırma-geliştirme çabalarının teşviki GSYİH'nın daha hızlı gelişmesi için yapılması gerekenler arasındadır. Böyle olumlu kırılmalara bağlı olarak hem Türkiye'nin ilk on ekonomi arasına girme tarihi daha öne çekilebilir hem de ülkenin kalkınması, refah seviyesinin yükselmesi sağlanabilir.

2023 yılı hedeflerimizin gerçekleşmesi şüphesiz ülkemizin gerek ekonomik gerekse toplumsal refahımızın artması anlamına gelecektir. Kalkınmadaki değişim ve ticaretimizin değişmesi önümüzdeki dönemde hepimizin izleyeceği bir süreç olacaktır. Dış ticaretimizin artması gayri safi milli hasılanın da artması anlamına gelebileceğinden bunun toplumumuz üzerindeki refah ve hayat standardı artışı anlamına gelebileceği de bir gerçektir. Bu hedeflerimizin gerçekleşmesi ancak ve ancak eksikliklerin doğru tespit edilerek giderilmesinden geçmektedir. Dış ticaretimizin dünyada söz sahibi konuma gelmesi için teknolojimizin gelişmesiyle beraber sektörlerdeki gelişme de beraberinde gelecektir. Öncelikle bu hedeflere olan inancın devam etmesi sosyolojik, psikolojik ve ekonomik anlamda gösterilecek çabalar dış ticaret hedeflerimizde yol gösterici olacaktır. Toplumun ya da devletin 2023 hedeflerini tek başına gerçekleştirmesi çok zor bir ihtimaldir. Bu nedenle STK'larımızla milletimiz ve devletimiz ile hep birlikte bu hedefleri gerçekleştirmek için çaba göstermek gerekmektedir. Bunun anlamı ise 2023 için çok çalışmamız verimli çalışmamız ve bilinçli çalışmamız gerektiğidir.

EK TABLOLAR

Tablo:1 2001-2011 YILLARI ARASINDA ÜLKELERE GÖRE İHRACATIMIZ - Milyon Dolar

ÜLKELER	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TOPLAM	31.334	36.059	47.253	63.167	73.476	85.535	107.272	132.027	102.143	113.883	134.972
1 ALMANYA	5.367	5.869	7.485	8.745	9.455	9.686	11.993	12.952	9.783	11.479	13.958
2 IRAK	0	0	718	1.821	2.750	2.589	2.845	3.917	5.124	6.036	8.314
3 İNGİLTERE	2.175	3.025	3.670	5.544	5.917	6.814	8.627	8.159	5.915	7.236	8.158
4 İTALYA	2.342	2.376	3.193	4.648	5.617	6.752	7.480	7.819	5.890	6.505	7.854
5 FRANSA	1.895	2.135	2.826	3.668	3.806	4.604	5.974	6.618	6.209	6.055	6.809
6 RUSYA FEDERASYONU	924	1.172	1.368	1.859	2.377	3.238	4.727	6.483	3.202	4.628	5.995
7 A.B.D.	3.126	3.356	3.752	4.860	4.911	5.061	4.171	4.300	3.223	3.763	4.595
8 İSPANYA	950	1.125	1.790	2.620	3.011	3.720	4.580	4.047	2.824	3.536	3.920
9 B.A.E.	380	457	703	1.144	1.675	1.986	3.241	7.975	2.899	3.333	3.708
10 İRAN	361	334	534	813	913	1.067	1.441	2.030	2.025	3.044	3.591
11 HOLLANDA	892	1.056	1.526	2.138	2.470	2.539	3.019	3.144	2.124	2.461	3.245
12 ROMANYA	392	567	873	1.235	1.785	2.350	3.644	3.987	2.216	2.599	2.879
13 SUUDİ ARABİSTAN	501	555	741	769	962	983	1.487	2.202	1.771	2.218	2.764
14 MISIR	421	326	346	473	687	709	903	1.426	2.618	2.251	2.759
15 ÇİN	199	268	505	392	550	693	1.040	1.437	1.599	2.269	2.467
16 BELÇİKA	0	693	886	1.183	1.292	1.381	1.736	2.122	1.796	1.960	2.451
17 İSRAİL	805	861	1.083	1.315	1.467	1.529	1.658	1.935	1.528	2.080	2.391
18 AZERBAJCAN	225	231	315	404	528	695	1.048	1.667	1.399	1.550	2.065
19 POLONYA	241	343	486	698	830	1.060	1.436	1.587	1.321	1.504	1.759
20 UKRAYNA	289	313	445	576	821	1.121	1.481	2.188	1.033	1.260	1.731
21 BULGARİSTAN	299	380	622	894	1.179	1.568	2.060	2.152	1.389	1.497	1.623
22 SURİYE	281	267	411	395	552	609	798	1.115	1.425	1.845	1.611
23 YUNANİSTAN	476	590	920	1.171	1.127	1.603	2.263	2.430	1.634	1.456	1.554
24 TÜRKMENİSTAN	105	110	170	215	181	281	340	663	945	1.140	1.494
25 İSVİÇRE	243	289	353	446	553	901	935	2.857	3.932	2.057	1.489
26 CEZAYİR	422	514	573	806	807	1.021	1.232	1.614	1.780	1.505	1.471
27 İSVEÇ	214	296	458	561	662	787	883	919	748	947	1.183
28 GÜRCİSTAN	144	103	155	200	272	408	646	998	766	769	1.093
29 AVUSTURYA	341	367	473	561	659	710	844	991	807	835	1.053
30 K.K.T.C.	201	222	320	470	754	885	932	1.072	771	975	1.023
31 KAZAKİSTAN	120	160	234	356	460	697	1.080	891	633	819	948
32 FAS	98	138	181	330	371	551	722	958	600	624	921
33 MALTA	63	142	157	99	279	227	621	956	655	410	900
34 ÇEK CUMHURİYETİ	109	130	189	222	290	378	578	701	489	694	888
35 BREZİLYA	90	49	50	69	103	122	230	318	388	615	884
36 DANİMARKA	272	365	454	637	733	827	1.009	953	679	765	881

37	KANADA	172	240	221	347	365	379	370	501	338	480	875
38	<i>EGE SERBEST BÖLGE</i>	189	223	263	388	404	395	444	453	318	543	861
39	SİNGAPUR	105	99	100	76	79	357	390	793	348	594	840
40	TUNUS	141	121	220	256	295	325	530	778	647	714	803
41	HİNDİSTAN	74	73	71	136	220	222	348	543	411	606	756
42	LİBYA	67	165	255	337	384	489	643	1.074	1.799	1.932	748
43	LÜBNAN	184	187	148	234	196	241	393	665	686	618	718
44	SLOVENYA	63	69	103	189	332	418	487	649	595	357	618
45	GÜNEY KORE	62	55	58	80	100	156	152	271	235	304	528
46	GÜNEY AFRİKA CUM.	78	88	122	190	316	598	654	1.239	867	369	511
47	MACARİSTAN	170	201	285	350	379	486	776	684	446	441	509
48	ÜRDÜN	119	117	150	229	289	322	389	461	456	571	507
49	PORTEKİZ	286	227	315	402	396	563	551	541	409	465	446
50	HONG-KONG	146	150	95	145	115	148	180	189	226	248	426
51	AVUSTRALYA	84	100	136	227	228	289	292	367	305	336	411
52	SLOVAK CUMHUR.	28	33	60	109	123	170	284	307	217	455	402
53	NİJERYA	69	63	66	80	99	83	133	281	258	251	394
54	NORVEÇ	70	115	171	206	245	261	375	391	384	344	380
55	SİRBİSTAN	0	0	0	0	0	279	475	458	306	306	355
56	ÖZBEKİSTAN	90	94	138	145	151	176	226	337	279	283	355
57	İRLANDA	147	183	262	434	405	575	637	664	289	339	354
58	FİNLANDİYA	71	136	214	256	297	359	412	367	197	297	353
59	<i>MERSİN SERBEST B.</i>	70	107	178	191	188	209	289	295	216	241	328
60	ENDONEZYA	32	29	47	54	81	85	174	284	251	251	308
61	MAKEDONYA	90	101	123	149	162	173	272	296	283	263	299
62	KUVEYT	105	139	166	266	210	219	221	493	211	395	297
63	JAPONYA	124	130	156	190	234	263	247	330	233	272	296
64	PERU	9	14	7	7	7	9	15	125	62	159	287
65	<i>BURSA SER. BÖL.</i>	15	77	142	175	254	266	302	312	202	226	282
66	AFGANİSTAN	7	20	36	71	113	91	109	137	234	260	276
67	ETİYOPYA	32	32	51	78	109	92	146	164	229	175	275
68	LİTVANYA	33	54	86	123	149	167	236	231	151	208	274
69	YEMEN	100	119	156	204	197	198	274	354	380	330	273
70	ARNAVUTLUK	73	80	114	161	191	214	295	306	273	241	271
71	BOSNA HERSEK	28	43	63	100	128	151	445	572	227	224	269
72	KOSOVA	0	0	0	0	0	76	120	279	278	294	266
73	SUDAN	55	59	64	88	145	217	180	234	248	228	244
74	HIRVATİSTAN	30	43	86	118	168	214	356	329	221	249	242
75	BEYAZ RUSYA	20	20	20	25	50	65	96	145	119	187	233
76	ANGOLA	8	11	14	22	27	45	48	182	152	109	221
77	GANA	18	23	37	32	32	33	84	100	73	96	220
78	PANAMA	29	23	20	37	84	78	117	228	84	141	217

79	UMMAN	31	31	22	29	40	71	92	216	106	129	215
80	ARJANTİN	23	2	11	20	38	44	65	107	74	179	214
81	PAKİSTAN	31	57	70	86	188	130	157	155	163	248	214
82	MOLDOVYA	28	40	47	66	81	107	146	198	118	148	209
83	KENYA	10	8	13	18	51	85	98	233	71	86	199
84	İST.AHL.SERBEST B	292	365	425	513	482	352	451	390	272	208	197
85	İST.DERİ SER.BÖLG	201	339	443	595	656	657	369	377	281	268	193
86	KATAR	8	16	16	35	82	342	450	1.074	289	163	188
87	MALEZYA	35	152	227	52	57	60	83	98	140	225	183
88	KIRGIZİSTAN	17	24	41	75	90	132	181	191	140	129	181
89	TACİKİSTAN	16	11	29	42	47	72	118	176	126	144	173
90	CEBELİ TARIK	14	41	52	102	41	240	149	39	171	152	171
91	TANZANYA	3	4	6	8	23	27	30	53	55	89	171
92	TAYVAN	67	230	130	163	78	80	95	97	130	137	163
93	BAHREYN	11	17	29	54	42	35	77	308	114	172	160
94	SENEGAL	13	19	27	26	35	40	65	90	95	83	155
95	MEKSİKA	52	77	40	151	164	141	197	152	93	146	145
96	KOCAELİ SERBEST BÖLGE	0	1	4	28	63	129	121	113	106	66	144
97	MARŞAL ADALARI	0	1	9	58	118	100	215	275	99	81	142
98	AVRUPA SERBEST BÖL	4	73	141	214	317	330	346	329	167	136	139
99	BANGLADEŞ	15	15	40	33	91	92	63	70	135	170	132
100	ESTONYA	13	18	23	36	57	75	82	240	106	90	132
101	ŞİLİ	20	20	16	25	25	35	42	150	37	81	131
102	TAYLAND	37	45	108	124	51	61	63	100	132	220	125
103	İST.TRAKYA SER.BÖ	31	119	167	233	339	364	269	198	148	126	118
104	LETONYA	16	20	27	38	81	77	105	104	65	66	116
105	KOLOMBİA	11	8	17	26	45	52	79	75	36	53	111
106	KAYSERİ SER.BÖL.	1	13	22	28	49	94	104	104	82	103	106
107	KAMERUN	9	15	20	21	17	15	24	33	50	49	105
108	ANTALYA SERBEST B	60	37	39	54	56	62	95	149	93	97	104
109	MOZAMBİK	1	1	5	4	6	9	15	18	25	46	103
110	FİLİPİNLER	13	15	27	36	31	43	40	97	85	71	101
111	VIETNAM SOSYALİST	13	26	25	34	44	45	77	154	190	106	100
112	BENİN	4	5	5	5	5	6	37	25	29	117	87
113	VENEZÜELLA	16	16	22	13	39	42	42	28	36	44	84
114	KONGO	4	6	5	9	16	15	19	28	40	45	78
115	MORİTANYA	4	12	4	6	10	9	11	15	23	37	76
116	YENİ ZELANDA	12	16	21	35	43	38	51	64	55	64	68
117	FİLDİŞİ SAHİLİ	9	15	14	14	27	30	32	39	60	48	66
118	EKVATOR GİNESİ	0	0	1	2	5	11	10	14	20	33	63
119	LİBERYA	9	2	20	47	48	10	100	159	171	67	61
120	TOGO	2	8	3	6	5	8	13	18	32	31	60

121	LÜKSEMBURG	0	17	13	20	28	24	74	56	19	26	54
122	MADAGASKAR	3	4	5	12	9	9	11	22	19	27	51
123	EKVATOR	8	5	2	26	7	26	25	68	16	35	50
124	FİLİSTİN (GAZZE)	6	5	6	9	9	21	21	21	30	40	49
125	CİBUTİ	7	4	5	9	7	11	45	40	43	31	45
126	MAURİTİUS	1	1	2	4	6	8	23	31	19	23	45
127	MOĞOLİSTAN	1	2	1	3	4	6	10	13	6	11	43
128	DOMİNİK CUMHUR.	19	15	4	17	6	8	7	48	24	30	42
129	SRİ LANKA	13	16	29	30	53	37	45	35	32	32	42
130	GAMBİYA	3	6	10	14	10	11	18	17	21	21	40
131	SOMALİ	0	0	0	1	2	2	2	8	4	5	40
132	GİNE	5	6	8	8	12	17	18	27	13	28	39
133	ORTA AFRİKA CUM	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	32
134	KONGO DEM. CUM.	1	1	1	2	2	4	4	9	14	14	32
135	URUGUAY	5	2	2	2	3	4	8	14	11	32	30
136	GABON	2	4	3	3	5	6	23	13	14	19	30
137	KARADAĞ	0	0	0	0	0	8	20	48	26	27	27
138	PARAGUAY	1	1	1	1	1	1	2	3	8	25	26
139	HOLLANDA ANTİLLER	11	1	1	2	13	3	4	4	4	20	26
140	SİERRA LEONE	2	1	5	7	5	7	11	15	16	24	26
141	GUATEMALA	9	3	6	5	6	12	10	15	10	16	25
142	NİJER	1	1	2	3	4	4	11	16	11	15	24
143	UGANDA	1	0	1	3	4	7	9	11	10	14	24
144	TRİNİDAD VE TOBAGO	2	3	3	4	4	8	9	27	19	25	24
145	HAİTİ	10	11	8	7	5	6	7	10	12	21	23
146	JAMAİKA	12	12	16	19	13	22	15	38	17	23	22
147	<i>MENEMEN SERBEST B</i>	50	50	50	45	41	45	45	48	30	20	22
148	<i>ADANA YUMRT.SER.B</i>	0	2	5	4	2	2	14	27	13	19	20
149	MALİ	3	3	5	6	10	8	12	9	9	10	18
150	İNG.VİRJİN ADA.	6	6	4	7	32	39	66	82	194	75	18
151	CAYMAN ADALARI	0	0	0	2	0	78	6	19	45	38	16
152	KOMORLAR	0	0	0	2	2	2	2	4	2	3	15
153	BURKİNA FASO	1	2	3	3	4	4	5	7	6	10	15
154	NEPAL	0	1	1	1	5	3	1	1	5	9	14
155	SEYŞELLER	2	1	2	1	4	7	6	2	3	4	14
156	İZLANDA	3	3	10	10	18	22	11	11	6	7	14
157	BURMA (BİRMANYA)	0	1	0	0	2	1	1	1	12	19	13
158	<i>GAZİANTEP SER. BÖ</i>	8	23	22	19	16	12	10	8	6	8	12
159	<i>KESİNLEŞMEMİŞ ÜLK</i>	851	631	296	18	91	100	641	1.133	457	12	11
160	KOSTARİKA	14	6	3	8	3	10	10	10	6	8	10
161	LIECHTENSTEIN	0	2	4	5	4	6	7	3	5	8	10
162	BOLİVYA	0	1	1	1	0	1	2	5	3	6	10

163	KÜBA	4	2	3	2	2	9	32	20	11	15	10
164	GUYANA	3	2	2	2	2	2	2	4	3	6	9
165	ST.VİNCENT	3	5	1	7	10	24	16	13	38	6	9
166	MALDİV ADALARI	0	0	0	1	2	2	1	2	7	7	8
167	BAHAMA	18	24	29	56	33	45	29	58	6	6	8
168	ERİTRE	5	10	15	19	12	15	20	11	3	7	7
169	BRUNEİ	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
170	NİKARAGUA	2	1	0	2	2	1	1	2	2	1	7
171	ZAMBIYA	0	0	0	1	2	2	3	6	3	6	6
172	BURUNDİ	0	0	0	0	2	1	1	2	2	4	6
173	RUANDA	1	0	0	1	0	1	3	4	8	8	6
174	ST.CHRİST. NEVİS	0	0	1	0	0	0	1	11	2	3	6
175	ÇAD	1	3	2	1	1	2	3	9	5	3	6
176	CAPE VERDE	3	7	6	5	3	5	8	11	5	6	6
177	<i>DENİZLİ SERBEST B.</i>	0	0	16	56	71	19	19	7	4	5	6
178	HONDURAS	3	2	2	3	4	6	3	8	5	5	5
179	ZİMBABVE	2	1	0	0	1	1	2	1	1	2	5
180	BARBADOS	0	1	1	1	2	3	3	27	4	5	5
181	SURİNAM	1	2	1	2	3	3	3	4	3	3	5
182	<i>SAMSUN SERBEST B.</i>	3	1	1	10	20	21	35	164	2	4	5
184	YENİ KALEDONYA	3	0	1	1	1	1	2	2	2	3	4
185	KAMBOÇYA	2	1	2	2	2	5	5	5	5	4	4
186	BELİZE	0	0	0	1	1	1	2	2	1	2	3
187	<i>TÜBİTAK SER.BÖL.</i>	0	2	3	0	2	4	8	8	7	5	3
188	MAYOTTE	0	0	0	1	0	0	1	3	3	2	3
189	ANTİGUA-BARBUDA	0	4	18	1	23	1	4	2	2	4	3
190	SAN MARIO	0	0	2	1	1	1	1	1	1	2	3
191	<i>TRABZON SERBEST B</i>	3	1	3	4	6	5	16	23	7	8	3
193	<i>RİZE SERBEST BÖLG</i>	6	3	3	4	5	3	5	3	3	1	2
195	NAMİBYA	1	1	0	1	0	1	1	3	1	3	2
196	MALAVİ	0	0	2	2	2	1	2	3	2	3	2
197	PAPUA YENİ GİNE	0	0	0	1	1	1	1	2	2	2	2
198	VİRJİN ADA. (ABD)	0	0	2	0	0	0	7	16	9	3	2
206	BERMUDA	0	0	0	0	0	49	0	28	1	1	1
221	KUZEY KORE	1	2	2	1	1	1	1	0	2	0	0
237	BELÇİKA LÜKSEMBURG	688	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
250	SİRBİSTAN VE KARADAĞ	81	122	185	212	258	0	0	0	0	0	0
	TOPLAM	31.322	36.047	47.247	63.160	73.474	85.533	107.269	132.017	102.142	113.883	134.971

EK TABLO 2: 2001-2011 YILLARI ARASINDA ÜLKELERE GÖRE İTHALAT - Milyon Dolar

ÜLKELER	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TOPLAM	41.399	51.554	69.340	97.540	116.774	139.576	170.063	201.964	140.928	185.544	240.834
1 RUSYA FEDERASYONU	3.436	3.892	5.451	9.033	12.906	17.806	23.508	31.364	19.450	21.601	23.951
2 ALMANYA	5.335	7.042	9.453	12.516	13.634	14.768	17.540	18.687	14.097	17.549	22.985
3 ÇİN	926	1.368	2.610	4.476	6.885	9.669	13.234	15.658	12.677	17.181	21.693
4 A.B.D.	3.261	3.099	3.496	4.745	5.376	6.261	8.166	11.976	8.576	12.319	16.034
5 İTALYA	3.484	4.097	5.472	6.866	7.566	8.663	9.968	11.012	7.673	10.204	13.549
6 İRAN	840	921	1.861	1.962	3.470	5.627	6.615	8.200	3.406	7.645	12.461
7 FRANSA	2.284	3.053	4.164	6.201	5.888	7.240	7.850	9.022	7.092	8.177	9.230
8 HİNDİSTAN	355	564	723	1.046	1.280	1.579	2.300	2.458	1.903	3.410	6.499
9 GÜNEY KORE	760	900	1.312	2.573	3.485	3.556	4.370	4.092	3.118	4.764	6.298
10 İSPANYA	1.066	1.419	2.004	3.254	3.555	3.833	4.343	4.548	3.777	4.840	6.196
11 İNGİLTERE	1.914	2.438	3.500	4.317	4.696	5.138	5.477	5.324	3.473	4.681	5.840
12 İSVİÇRE	1.227	2.143	2.968	3.405	4.054	4.015	5.269	5.588	1.999	3.154	5.019
13 UKRAYNA	758	991	1.332	2.509	2.651	3.059	4.519	6.106	3.157	3.833	4.812
14 JAPONYA	1.307	1.466	1.927	2.684	3.109	3.217	3.703	4.027	2.782	3.298	4.264
15 HOLLANDA	1.042	1.311	1.657	1.908	2.152	2.160	2.655	3.056	2.543	3.156	4.004
16 BELÇİKA	0	1.150	1.524	1.992	2.241	2.477	2.869	3.151	2.372	3.214	3.959
17 ROMANYA	481	662	956	1.700	2.286	2.669	3.113	3.548	2.258	3.449	3.801
18 POLONYA	168	245	415	996	1.244	1.437	1.646	1.978	1.817	2.621	3.496
19 SUUDİ ARABİSTAN	730	794	969	1.232	1.889	2.252	2.440	3.322	1.687	2.437	3.454
20 KAZAKİSTAN	90	204	267	442	559	994	1.284	2.332	1.349	2.471	3.020
21 CEZAYİR	1.064	1.126	1.082	1.256	1.695	1.865	2.108	3.262	2.028	2.276	2.716
22 YUNANİSTAN	266	312	428	594	728	1.045	950	1.151	1.131	1.542	2.569
23 İRAK	0	0	84	468	459	376	645	1.321	952	1.355	2.505
24 BULGARİSTAN	394	508	689	959	1.190	1.663	1.952	1.840	1.117	1.703	2.475
25 İSVEÇ	544	535	822	1.118	1.427	1.488	1.716	1.909	1.891	1.923	2.284
26 BREZİLYA	212	236	402	566	799	935	1.173	1.424	1.106	1.348	2.074
27 İSRAİL	529	544	459	714	805	782	1.082	1.448	1.075	1.360	2.057
28 TAYVAN	316	522	753	1.206	1.530	1.649	1.884	1.684	1.342	1.843	2.026
29 GÜNEY AFRİKA CUM.	345	211	336	1.007	1.260	1.793	2.172	1.502	1.103	890	1.955
30 ENDONEZYA	202	327	450	623	750	1.031	1.360	1.409	1.018	1.477	1.932

31	ÇEK CUMHURİYETİ	127	317	444	655	699	682	1.169	1.304	1.029	1.328	1.755
32	AVUSTURYA	418	588	824	1.072	940	1.077	1.351	1.526	1.204	1.439	1.736
33	B.A.E.	65	101	114	183	205	352	470	691	668	698	1.649
34	TAYLAND	152	195	292	501	678	937	1.229	1.473	957	1.281	1.592
35	MALEZYA	239	245	391	647	786	934	1.253	1.512	961	1.124	1.568
36	MACARİSTAN	187	326	417	705	946	1.286	1.424	1.286	987	1.382	1.494
37	AZERBAYCAN	78	65	123	136	272	340	330	928	753	865	1.389
38	MISIR	92	118	189	255	267	393	680	943	642	926	1.382
39	KANADA	129	321	245	369	447	675	867	1.428	937	915	1.312
40	FİNLANDIYA	302	372	480	708	962	1.139	1.208	1.181	796	1.116	1.297
41	VİETNAM SOSYALİST	21	38	55	80	110	189	313	443	457	751	1.009
42	ÖZBEKİSTAN	36	75	99	179	261	416	614	581	413	861	940
43	BANGLADEŞ	22	32	42	84	100	168	246	448	524	845	896
44	SLOVAK CUMHUR.	49	112	206	233	378	437	648	904	814	927	893
45	PAKİSTAN	101	118	192	241	315	380	532	586	619	750	873
46	İRLANDA	378	477	501	700	725	802	862	973	816	874	839
47	NİJERYA	228	182	223	194	234	380	494	522	605	603	823
48	NORVEÇ	251	366	423	495	374	496	496	623	772	829	795
49	AVUSTRALYA	211	286	229	283	294	366	635	827	620	445	747
50	DANİMARKA	196	293	345	343	435	446	656	902	585	679	733
51	MEKSİKA	31	52	100	120	196	262	352	382	335	495	699
52	KOLOMBİA	1	4	76	96	175	205	207	271	383	297	678
53	PORTEKİZ	68	101	155	237	398	382	407	480	418	504	607
54	SURİYE	463	506	413	358	272	187	377	639	328	663	524
55	ARJANTİN	70	112	265	265	261	301	418	790	226	281	491
56	KATAR	6	11	8	18	51	66	30	159	86	177	481
57	ŞİLİ	73	79	160	176	326	442	534	324	200	312	474
58	FAS	38	68	77	106	143	174	198	361	235	397	420
59	KUVEYT	123	27	16	26	42	56	90	81	184	215	404
60	TÜRKMENİSTAN	72	106	124	176	161	190	397	389	328	386	393
61	ESTONYA	1	1	14	44	59	98	167	261	102	146	368
62	SİNGAPUR	111	132	130	175	217	254	285	241	202	211	354
63	SLOVENYA	49	57	93	203	218	202	232	244	250	291	349
64	TACİKİSTAN	14	41	57	63	47	118	143	148	107	284	324
65	MALTA	9	28	73	73	46	21	99	168	135	196	324

66	GÜRCİSTAN	127	138	274	307	303	345	290	525	285	291	314
67	HIRVATİSTAN	17	9	17	35	86	61	77	106	107	211	311
68	<i>Gizli Veri</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	98	862	294
69	GANNA	36	39	95	81	73	57	41	46	102	194	292
70	LÜBNAN	26	42	72	147	145	127	116	179	109	229	283
71	TUNUS	73	72	98	100	117	150	230	365	235	281	250
72	MOLDOVYA	3	5	11	27	31	31	53	70	87	111	244
73	<i>EGE SERBEST BÖLGE</i>	87	111	129	184	194	325	351	259	140	177	236
74	URUGUAY	16	18	36	12	21	16	36	26	30	172	230
75	PARAGUAY	5	44	4	23	22	12	3	53	72	222	229
76	SİRBİSTAN	0	0	0	0	0	49	71	62	56	110	213
77	BEYAZ RUSYA	11	21	29	42	47	46	80	121	84	155	183
78	LÜKSEMBURG	0	133	368	533	122	94	151	125	79	114	163
79	VENEZÜELLA	2	13	20	43	59	88	132	198	121	150	153
80	LİTVANYA	78	110	136	174	159	145	122	199	81	119	148
81	BURKİNA FASO	1	1	1	2	0	3	7	4	5	45	147
82	LİBYA	848	754	1.073	1.514	1.989	2.297	400	336	403	426	140
83	<i>AVRUPA SERBEST BÖL</i>	1	12	21	27	44	62	95	98	80	109	139
84	FİLDİŞİ SAHİLİ	17	32	44	61	33	44	86	118	91	97	139
85	LETONYA	0	0	1	1	3	8	36	25	50	71	130
86	SİRİ LANKA	5	10	17	22	23	35	53	92	98	156	129
87	<i>BURSA SER. BÖL.</i>	3	4	10	14	35	70	97	110	83	104	126
88	ARNAVUTLUK	4	4	5	16	16	13	24	37	5	87	126
89	FİLİPİNLER	36	44	60	112	117	130	197	142	99	107	122
90	ZAMBİYA	1	0	0	2	1	5	21	7	3	8	113
91	BAHREYN	15	19	15	18	19	45	119	96	24	72	111
92	EKVATOR	14	23	28	39	46	71	97	105	77	79	103
93	HONG-KONG	102	114	114	129	120	142	164	193	100	118	100
94	MAKEDONYA	9	15	27	52	52	56	56	30	40	52	92
95	BOSNA HERSEK	5	6	8	11	15	9	21	25	52	72	90
96	<i>KAYSERİ SER.BÖL.</i>	0	1	18	41	54	82	107	110	79	87	90
97	<i>ADANA YUMRT.SER.B</i>	4	16	29	21	29	20	35	55	50	76	87
98	K.K.T.C.	7	21	34	31	45	40	61	52	43	58	81
99	KOSTARİKA	3	21	32	46	53	48	41	40	60	61	79
100	<i>MERSİN SERBEST BÖ</i>	26	34	57	78	43	56	63	100	74	71	77

101	MOZAMBİK	0	1	0	7	12	14	18	11	66	43	71
102	<i>İST.DERİ SER.BÖLG</i>	25	49	34	44	40	39	48	53	27	44	70
103	ÜRDÜN	14	18	17	14	28	9	12	25	20	42	66
104	<i>MENEMEN SERBEST B</i>	52	82	63	57	55	84	108	106	76	72	63
105	PERU	17	12	22	49	37	61	70	64	69	79	58
106	YENİ ZELANDA	16	18	17	18	27	33	37	49	28	48	58
107	UMMAN	0	0	1	1	4	2	24	11	17	39	57
108	KIRGIZİSTAN	6	18	11	13	14	27	45	48	31	31	52
109	<i>İST.TRAKYA SER.BÖ</i>	2	5	8	21	17	18	33	34	29	35	49
110	KAMERUN	6	12	21	35	35	26	52	25	21	40	48
111	TOGO	3	3	4	5	2	3	1	6	1	7	47
112	KAMBOÇYA	0	0	1	3	9	7	12	21	20	28	46
113	<i>İST.AHL.SERBEST B</i>	80	247	204	249	190	130	148	92	50	49	44
114	ETİYOPYA	0	8	20	18	30	24	43	39	35	41	42
115	PANAMA	2	17	20	31	10	10	23	21	12	21	39
116	<i>KESİNLEŞMEMİŞ ÜLK</i>	740	1.011	680	64	122	99	62	45	32	32	29
117	İZLANDA	2	3	2	9	8	5	6	3	7	18	28
118	<i>KOCAELİ SERBEST BÖL.</i>	0	0	0	6	7	13	68	105	245	33	26
119	KONGO	1	3	7	12	14	15	15	18	8	11	26
120	SİERRA LEONE	0	0	0	0	0	2	1	2	2	11	23
121	TANZANYA	1	4	5	11	10	16	12	14	11	14	22
122	KONGO DEM. CUM.	0	0	0	0	0	1	1	1	6	3	19
123	BURMA (BİRMANYA)	1	1	2	3	3	7	12	20	18	24	15
124	MORİTANYA	0	1	2	4	1	0	8	8	1	1	15
125	KENYA	3	2	2	2	2	4	12	13	6	13	15
126	KARADAĞ	0	0	0	0	0	1	0	1	6	6	15
127	<i>ANTALYA SERBEST B</i>	14	9	10	17	16	14	22	20	18	8	15
128	ARUBA	1	0	0	0	0	0	11	36	17	0	14
129	DOMİNİK CUMHUR.	0	1	1	3	3	3	4	8	8	10	13
130	KOMORLAR	0	0	0	2	1	2	13	6	8	3	13
131	TRİNİDAD VE TOBAGO	0	0	2	0	0	0	0	8	17	2	13
132	MALAVİ	4	2	8	21	16	15	28	30	30	20	12
133	NEPAL	1	2	4	5	4	7	7	14	3	10	11
134	KOSOVA	0	0	0	0	0	2	3	5	10	14	10
135	SUDAN	1	12	7	12	8	8	8	9	7	5	9

136	GUATEMALA	0	1	2	0	2	3	4	4	2	12	9
137	ST.VİNCENT	0	6	1	1	2	1	1	0	3	5	9
138	VİRJİN ADA. (ABD)	0	0	1	0	0	0	1	1	0	4	8
139	UGANDA	1	1	1	3	13	6	6	8	11	11	8
140	SAMSUN SERBEST BÖ	0	0	1	39	26	25	43	187	4	5	8
141	MAURİTİUS	1	1	2	9	10	6	9	11	7	7	7
142	HONDURAS	0	1	2	2	5	2	1	2	1	2	7
143	ZİMBABVE	24	5	17	41	11	6	22	28	3	7	6
144	ORTA AFRİKA CUM	0	1	2	4	6	6	6	9	4	5	5
145	AFGANİSTAN	0	1	3	7	8	10	12	9	5	5	5
147	KUZEY KORE	5	2	2	5	3	3	2	52	2	5	4
148	GABON	7	7	8	18	23	15	24	27	12	5	3
149	DENİZLİ SERBEST BÖLGE	0	0	1	0	1	2	2	2	2	2	3
150	NAMİBYA	0	0	0	3	1	3	6	1	0	0	3
151	BOLİVYA	0	0	0	1	0	0	2	4	1	2	3
152	MOĞOLİSTAN	0	0	2	1	0	1	0	1	0	1	3
153	LİBERYA	7	19	6	24	11	2	1	4	1	8	3
156	LIECHTENSTEIN	0	0	2	2	3	6	4	3	3	2	3
157	SENEGAL	0	0	0	0	0	1	2	2	1	1	3
159	SOMALİ	0	0	2	1	1	3	2	1	0	1	2
162	GAZİANTEP SER. BÖ	9	3	1	7	7	3	1	0	4	0	2
163	TÜBİTAK SER. BÖL.	0	0	1	3	2	1	2	3	5	3	2
165	GİNE	0	0	0	0	0	0	1	6	1	3	2
166	İNG.VİRJİN ADA.	3	1	2	2	3	0	0	0	9	0	1
167	ST.CHRİST. NEVİS	0	0	0	0	0	1	3	0	3	3	1
168	BAHAMA	0	0	4	1	4	1	1	54	4	2	1
169	LAOS	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
171	BENİN	11	5	0	0	2	3	2	1	0	3	1
172	MARDİN SERBEST BÖ	0	0	0	3	0	0	0	0	1	2	1
176	MAKAO	2	3	5	6	3	5	7	13	5	0	1
179	EKVATOR GİNESİ	0	1	2	2	6	34	46	2	0	0	0
183	ANGOLA	0	0	0	0	9	27	1	16	0	0	0
226	BELÇİKA LÜKSEMBURG	985	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
254	SİRBİSTAN VE KARADAĞ	7	11	30	87	97	0	0	0	0	0	0
	TOPLAM	41.391	51.544	69.336	97.535	116.750	139.574	170.061	201.962	140.926	185.542	240.833

EK TABLO:3 Geniş Ekonomik Grupların Sınıflamasına (GEGS) göre dış ticaret

Foreign trade by classification of Broad Economic Categories (BEC)

Değer/Value: 000\$

Sektörler	Ocak					
	January					
	2011		2012		Değişim	
	Değer		Değer		Change	
	Value	(%)	Value	(%)	(%)	
İ H R A C A T						EXPORTS
Genel toplam	9 551225	100,0	10374026	100,0	8,6	Total
Sermaye (Yatırım) malları.....	937 091	9,8	1 008 726	9,7	7,6	Capital goods
Ara (Ham madde) malları.....	4 800 988	50,3	5 312 227	51,2	10,6	Intermediate goods
Tüketim malları.....	3 791 853	39,7	4 019 445	38,7	6,0	Consumption goods
Diğerleri.....	21 293	0,2	33 629	0,3	57,9	Others
İ T H A L A T						IMPORTS
Genel toplam	16 904 736	100,0	17 382 776	100,0	2,8	Total
Sermaye (Yatırım) malları.....	2 266 777	13,4	2 401 952	13,8	6,0	Capital goods
Ara (Ham madde) malları.....	12 535 388	74,2	13 285 360	76,4	6,0	Intermediate goods
Tüketim malları.....	2 001 224	11,8	1 595 298	9,2	-20,3	Consumption goods
Diğerleri.....	101 347	0,6	100 166	0,6	-1,2	Others

EK TABLO 4: Ülke gruplarına göre dış ticaret Foreign trade by country groups

	Ocak						
	January						
	2011		2012		Değişim		
	Değer		Değer		Change		
Ülke Grupları	Value	(%)	Value	(%)	(%)	Country Groups	
İ H R A C A T						EX P O R T S	
Genel toplam	9 551 225	100,0	10 374 026	100,0	8,6	Total	
A-AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ	4 552 082	47,7	4 511 788	43,5	-0,9	EUROPEAN UNION (EU)	
B-TÜRKİYE SERBEST BÖLGELERİ	179 573	1,9	191 405	1,8	6,6	FREE ZONES IN TURKEY	
C-DİĞER ÜLKELER	4 819 569	50,5	5 670 834	54,7	17,7	OTHER COUNTRIES	
1-Diğer Avrupa Ülkeleri	847 889	8,9	975 388	9,4	15,0	Other European Countries	
2-Afrika Ülkeleri	774 282	8,1	855 423	8,2	10,5	African Countries	
<i>Kuzey Afrika Ülkeleri</i>	546 084	5,7	614 269	5,9	12,5	<i>North African Countries</i>	
<i>Diğer Afrika Ülkeleri</i>	228 198	2,4	241 154	2,3	5,7	<i>Other African Countries</i>	
3-Amerika Ülkeleri	512 703	5,4	720 240	6,9	40,5	American Countries	
<i>Kuzey Amerika Ülkeleri</i>	348 857	3,7	525 296	5,1	50,6	<i>North America Countries</i>	
<i>Orta Amerika ve Karayip Ülkeleri</i>	66 652	0,7	64 960	0,6	-2,5	<i>Central America And Caraipts</i>	
<i>Güney Amerika Ülkeleri</i>	97 193	1,0	129 984	1,3	33,7	<i>South America Countries</i>	
4-Asya Ülkeleri	2 631 449	27,6	3 079 906	29,7	17,0	Asia Countries	
<i>Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri</i>	2 022 122	21,2	2 326 675	22,4	15,1	<i>Near And Middle Eastern</i>	
<i>Diğer Asya Ülkeleri</i>	609 327	6,4	753 231	7,3	23,6	<i>Other Asian Countries</i>	
5-Avustralya ve Yeni Zelanda	31 775	0,3	36 195	0,3	13,9	Australia and New Zealand	
6-Diğer Ülkeler	21 471	0,2	3 682	0,0	-82,9	Other Countries	
Secilmiş ülke grupları						Selected country groups	
OECD Ülkeleri	5 201 662	54,5	5 458 736	52,6	4,9	OECD Countries	
EFTA Ülkeleri	119 933	1,3	254 717	2,5	112,4	EFTA Countries	
Karadeniz Ekonomik İşbirliği	1 176 519	12,3	1 205 781	11,6	2,5	Organization of Blacksea Economic	
Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	631 713	6,6	656 604	6,3	3,9	Organization for Economic Co	
Bağımsız Devletler Topluluğu	841 090	8,8	931 820	9,0	10,8	New Independent States	
Türk Cumhuriyetleri	279 052	2,9	364 744	3,5	30,7	Turkish Republics	
İslam Konferansı Teşkilatı	2 717 182	28,4	3 132 776	30,2	15,3	Organization of Islamic Conference	
İ T H A L A T						IMP O R T S	
Genel toplam	16 904 736	100,0	17 382 776	100,0	2,8	Total	
A-AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ (AB_27)	5 717 166	33,8	6 031 577	34,7	5,5	EUROPEAN UNION (EU)	
B-TÜRKİYE SERBEST BÖLGELERİ	68 431	0,4	79 783	0,5	16,6	FREE ZONES IN TURKEY	
C-DİĞER ÜLKELER	11 119 140	65,8	11 271 416	64,8	1,4	OTHER COUNTRIES	
1-Diğer Avrupa Ülkeleri	3 132 942	18,5	3 023 382	17,4	-3,5	Other European Countries	
2-Afrika Ülkeleri	508 497	3,0	393 653	2,3	-22,6	African Countries	
<i>Kuzey Afrika Ülkeleri</i>	226 785	1,3	223 967	1,3	-1,2	<i>North African Countries</i>	
<i>Diğer Afrika Ülkeleri</i>	281 712	1,7	169 686	1,0	-39,8	<i>Other African Countries</i>	
3-Amerika Ülkeleri	1 647 168	9,7	1 603 779	9,2	-2,6	American Countries	
<i>Kuzey Amerika Ülkeleri</i>	1 318 612	7,8	1 163 549	6,7	-11,8	<i>North America Countries</i>	
<i>Orta Amerika ve Karayip Ülkeleri</i>	86 702	0,5	82 305	0,5	-5,1	<i>Central America And Caraipts</i>	
<i>Güney Amerika Ülkeleri</i>	241 854	1,4	357 925	2,1	48,0	<i>South America Countries</i>	
4-Asya Ülkeleri	5 122 348	30,3	5 481 461	31,5	7,0	Asia Countries	
<i>Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri</i>	1 334 908	7,9	1 787 640	10,3	33,9	<i>Near And Middle Eastern</i>	
<i>Diğer Asya Ülkeleri</i>	3 787 440	22,4	3 693 821	21,2	-2,5	<i>Other Asian Countries</i>	
5-Avustralya ve Yeni Zelanda	33 457	0,2	25 226	0,1	-24,6	Australia and New Zealand	
6-Diğer Ülkeler	674 728	4,0	743 914	4,3	10,3	Other Countries	
Secilmiş ülke grupları						Selected country groups	
OECD Ülkeleri	8 343 421	49,4	8 222 153	47,3	-1,5	OECD Countries	
EFTA Ülkeleri	576 079	3,4	298 279	1,7	-48,2	EFTA Countries	
Karadeniz Ekonomik İşbirliği	3 146 559	18,6	3 399 573	19,6	8,0	Organization of Blacksea Economic	

Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	1 289 076	7,6	1 563 557	9,0	21,3	Organization for Economic Co
Bağımsız Devletler Topluluğu	2 821 664	16,7	2 963 224	17,0	5,0	New Independent States
Türk Cumhuriyetleri	302 948	1,8	263 243	1,5	-13,1	Turkish Republics
İslam Konferansı Teşkilatı	2 271 832	13,4	2 551 872	14,7	12,3	Organization of Islamic Conference

**EK TABLO: 5 AB'İN BAŞLICA ÜRÜN GRUPLARINDA DIŞ TİCARETİ (MİLYON AVRO)
İHRACAT**

ÜRÜN GRUPLARI	2007	2008	2009	2010	2011	% Değişim	Pay
Gıda ve Canlı Hayvanlar	42.617	49.009	44.745	55.034	63.806	15,9%	4,2%
Tütün ve Alkollü İçkiler	19.495	19.467	17.971	21.406	25.107	17,3%	1,6%
Yakıt Harici Hammaddeler	27.829	29.044	25.168	34.848	40.928	17,4%	2,7%
Mineral Yakıtlar, Yağlar ve İlgili Maddeler	65.670	83.934	57.157	76.235	99.293	30,2%	6,5%
Hayvansal ve Bitkisel Yağlar ve Mumlar	2.450	3.052	2.585	3.029	3.874	27,9%	0,3%
Kimyasal Ürünler	197.968	198.866	195.613	235.259	253.121	7,6%	16,5%
Mamul Ürünler	176.599	179.919	139.512	171.953	196.507	14,3%	12,8%
Makine ve Ulaşım Ekipmanı	543.446	569.562	455.799	572.549	649.146	13,4%	42,4%
Diğer İşlenmiş Maddeler	133.394	137.091	119.006	139.719	157.646	12,8%	10,3%
Diğerleri	31.742	40.737	38.143	39.578	41.917	5,9%	2,7%
TOPLAM	1.241.210	1.310.681	1.095.699	1.349.612	1.531.630	13,5%	100,0%

**EK TABLO 6AB'İN BAŞLICA ÜRÜN GRUPLARINDA DIŞ TİCARETİ (MİLYON AVRO)
İTHALAT⁹⁴**

ÜRÜN GRUPLARI	2007	2008	2009	2010	2011	% Değişim	Pay
Gıda ve Canlı Hayvanlar	68.981	74.489	67.192	73.838	83.886	13,6%	5,0%
Tütün ve Alkollü İçkiler	6.630	6.334	6.430	6.884	7.073	2,7%	0,4%
Yakıt Harici Hammaddeler	64.806	67.635	41.859	64.492	77.088	19,5%	4,6%
Mineral Yakıtlar, Yağlar ve İlgili Maddeler	335.009	456.370	290.335	383.134	486.959	27,1%	28,9%
Hayvansal ve Bitkisel Yağlar ve Mumlar	5.603	7.941	5.479	6.645	8.623	29,8%	0,5%
Kimyasal Ürünler	120.699	124.301	112.448	137.411	152.546	11,0%	9,0%
Mamul Ürünler	189.209	178.346	115.277	157.718	183.735	16,5%	10,9%
Makine ve Ulaşım Ekipmanı	418.737	415.549	342.237	445.890	439.234	-1,5%	26,1%
Diğer İşlenmiş Maddeler	193.331	196.802	180.185	204.757	214.925	5,0%	12,7%
Diğerleri	30.736	37.450	38.232	28.349	30.195	6,5%	1,8%
TOPLAM	1.433.742	1.565.217	1.199.675	1.509.121	1.685.702	11,7%	100%

⁹⁴Eurostat Statistics:

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database

EK TABLO 7: SINIF GRUBUNA GÖRE EN ÇOK DIŞ TİCARETİ YAPILAN MAL GRBU

GTİP	ÜRÜN	MİLYON AVRO
8703	Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar (87.02 pozisyonuna girenler hariç) (steysin vagonlar ve yarış arabaları dahil)	93.819
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	81.349
3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere karışık olan veya karışık olmayan ürünlerden oluşan ilaçlar	70.828
8708	Kara taşıtları için aksam, parça ve aksesuarı	34.093
8802	Diğer hava taşıtları (helikopterler, uçaklar gibi); uzay araçları (uydular dahil), uzay araçlarını fırlatıcı araçlar ve yörünge-altı araçları	32.807
8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	27.474
8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	25.601
7102	Elmaslar (İşlenmiş olsun olmasın, fakat mihlanmamış veya takılmamış)	17.191
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	17.159
9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar (sintigrafi cihazları, diğer elektromedikal cihazlar ve göztestine mahsus cihazlar dahil)	14.379
	İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI	414.701
	TOPLAM	1.531.630

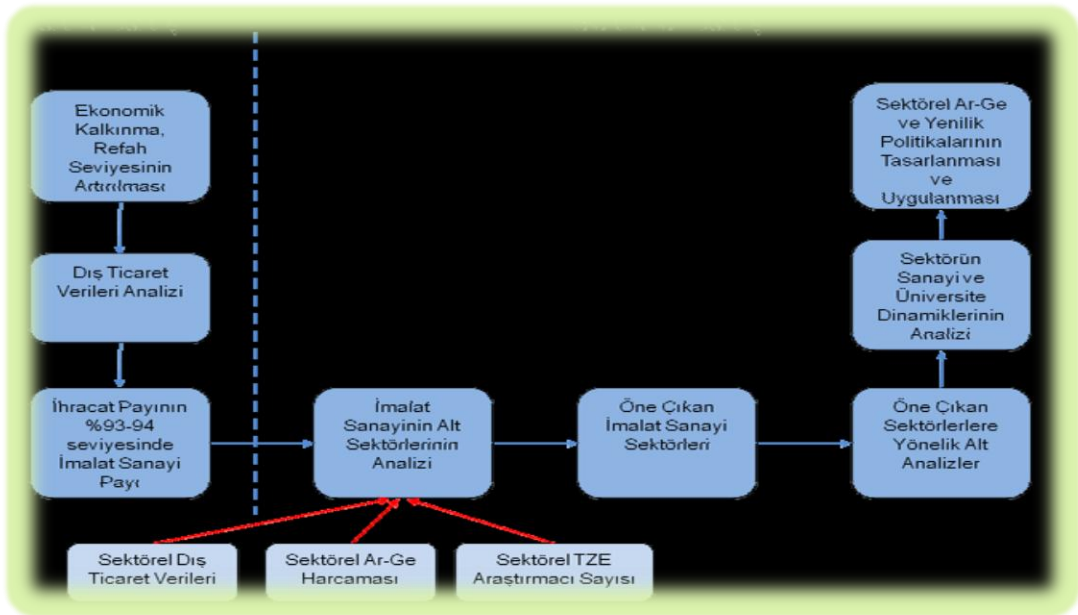
EK TABLO: 8 Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişleri

							(Milyon \$)	
Ülke		2007	2008	2009	2010	2011	Ocak	
							2011	2012
AB Ülkeleri		12.601	11.076	4.928	4.853	11.120	370	332
	<i>Almanya</i>	954	1.237	498	528	520	96	35
	<i>Fransa</i>	367	679	617	600	985	73	4
	<i>Hollanda</i>	5.442	1.343	718	510	1.573	97	198
	<i>İngiltere</i>	703	1.335	350	233	895	6	8
	<i>İtalya</i>	74	249	314	57	98	4	21
	<i>Diğer AB Ülkeleri</i>	5.061	6.233	2.431	2.925	7.049	94	66
Diğer Avrupa Ülkeleri (AB Hariç)		373	291	306	256	1.071	2	30
Afrika Ülkeleri		5	82	2	0	0	0	0
A.B.D.		4.212	868	260	320	1.403	21	35
Kanada		11	23	52	56	20	3	1
Orta -Güney Amerika ve Karayipler		494	60	19	5	59	54	3
Asya		1.405	2.345	673	919	2.023	11	266
Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri		608	2.184	361	474	1.518	9	14
	<i>Körfez Ülkeleri</i>	311	1.963	209	378	205	9	14
	<i>Diğer Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri</i>	196	96	78	45	1.313	0	0
Diğer Asya Ülkeleri		797	161	312	445	505	2	252
Diğer Ülkeler		36	2	12	6	7	1	0
Toplam		19.137	14.747	6.252	6.415	15.703	462	667
Toplam İçinde AB'nin Payı		65,8%	75,1%	78,8%	75,7%	70,8%	80,1%	49,8%

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni (2011 Ekim)

EK TABLO: 9 TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARETİ VE AB'NİN PAYI
(Milyon \$)

Yıl	Avrupa Birliği			AB'nin Payı (%)						
	İhracat	Değ (%)	İthalat	Değ (%)	Denge	Hacim	İhr/İth	İhracat	İthalat	Hacim
1993	8.034	---	14.914	---	-6.880	22.949	53,9	52,3	50,7	51,3
1994	9.388	16,8	11.642	-21,9	-2.255	21.030	80,6	51,9	50,0	50,8
1995	12.207	30,0	18.025	54,8	-5.818	30.232	67,7	56,4	50,5	52,7
1996	12.561	2,9	24.321	34,9	-11.759	36.882	51,6	54,1	55,7	55,2
1997	13.434	6,9	26.119	7,4	-12.685	39.553	51,4	51,2	53,8	52,9
1998	14.807	10,2	25.282	-3,2	-10.475	40.089	58,6	54,9	55,1	55,0
1999	15.421	4,1	22.530	-10,9	-7.109	37.951	68,4	58,0	55,4	56,4
2000	15.664	1,6	28.527	26,6	-12.863	44.191	54,9	56,4	52,3	53,7
2001	17.546	12,0	19.823	-30,5	-2.278	37.369	88,5	56,0	47,9	51,4
2002	20.415	16,4	25.689	29,6	-5.274	46.104	79,5	56,6	49,8	52,6
2003	27.394	34,2	35.140	36,8	-7.746	62.534	78,0	58,0	50,7	53,6
2004	36.581	33,5	48.103	36,9	-11.522	84.684	76,0	57,9	49,3	52,7
2005	41.359	13,1	52.696	9,5	-11.337	94.055	78,5	56,3	45,1	49,4
2006	47.923	15,9	59.401	12,7	-11.478	107.323	80,7	56,0	42,6	47,7
2007	60.391	26,0	68.611	15,5	-8.221	129.002	88,0	56,3	40,3	46,5
2008	63.380	4,9	74.802	9,0	-11.423	138.182	84,7	48,0	37,0	41,4
2009	46.976	-25,9	56.588	-24,4	-9.612	103.563	83,0	46,0	40,2	42,6
2010	52.685	12,2	72.243	27,7	-19.559	124.928	72,9	46,3	38,9	41,7
2011	62.376	18,4	91.224	26,3	-28.848	153.600	68,4	46,2	37,9	40,9
2011/1	4.552	-	5.717	-	-1.164	10.269	79,6	47,7	33,8	38,8
2012/1	4.512	-0,9	6.032	5,5	-1.520	10.543	74,8	43,5	34,7	38,0



EK TABLO: 10 DIŞ TİCARET, İHRACAT VE İTHALAT

İHRACAT(Milyon \$)

Yıl	Yatırım			Ara Mah			Tüketim			Toplam
	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	
1995	831	3,8	-	8.946	41,3	-	11.854	54,8	-	21.636
1996	1.123	4,8	35,2	9.875	42,5	10,4	12.207	52,6	3,0	23.224
1997	1.325	5,0	18,0	11.155	42,5	13,0	13.757	52,4	12,7	26.261
1998	1.411	5,2	6,5	11.272	41,8	1,1	14.275	52,9	3,8	26.974
1999	1.821	6,9	29,1	10.909	41,0	-3,2	13.801	51,9	-3,3	26.587
2000	2.178	7,8	19,6	11.603	41,8	6,4	13.946	50,2	1,0	27.775
2001	2.659	8,5	22,1	13.411	42,8	15,6	15.218	48,6	9,1	31.334
2002	2.740	7,6	3,0	14.637	40,6	9,1	18.533	51,4	21,8	36.059
2003	4.217	8,9	53,9	18.398	38,9	25,7	24.345	51,5	31,4	47.253
2004	6.531	10,3	54,9	25.467	40,3	38,4	30.980	49,0	27,3	63.167
2005	7.998	10,9	22,5	30.290	41,2	18,9	34.835	47,4	12,4	73.476
2006	9.423	11,0	17,8	37.788	44,2	24,8	37.790	44,2	8,5	85.535
2007	13.755	12,8	46,0	49.403	46,1	30,7	43.696	40,7	15,6	107.272
2008	16.725	12,7	21,6	67.717	51,3	37,1	47.094	35,7	7,8	132.027
2009	11.117	10,9	-33,5	49.752	48,7	-26,5	40.715	39,9	-13,5	102.143
2010	11.771	10,3	5,9	56.381	49,5	13,3	45.321	39,8	11,3	113.883
2011	14.167	10,5	20,4	67.981	50,4	20,6	52.252	38,7	15,3	134.954
2011/1	937	9,8	-	4.801	50,3	-	3.792	39,7	-	9.551
2012/1	1.009	9,7	7,6	5.312	51,2	10,6	4.019	38,7	6,0	10.374

İTHALAT

(Milyon \$)

Yıl	Yatırım			Ara Mah			Tüketim			Toplam
	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	
1995	8.119	22,7	-	25.037	70,1	-	2.456	6,9	-	35.708
1996	10.393	23,8	28,0	29.170	66,9	16,5	3.825	8,8	55,8	43.627
1997	11.099	22,9	6,8	32.311	66,5	10,8	4.869	10,0	27,3	48.559
1998	10.716	23,3	-3,4	30.040	65,4	-7,0	4.816	10,5	-1,1	45.921
1999	8.741	21,5	-18,4	27.037	66,5	-10,0	4.619	11,4	-4,1	40.671
2000	11.417	20,9	30,6	36.231	66,5	34,0	6.653	12,2	44,0	54.503
2001	6.993	16,9	-38,8	30.470	73,6	-15,9	3.590	8,7	-46,0	41.399
2002	8.492	16,5	21,4	37.443	72,6	22,9	5.008	9,7	39,5	51.554
2003	11.471	16,5	35,1	49.490	71,4	32,2	7.904	11,4	57,8	69.340
2004	17.397	17,8	51,7	65.686	67,3	32,7	13.964	14,3	76,7	97.540
2005	20.363	17,4	17,0	81.868	70,1	24,6	13.975	12,0	0,1	116.774
2006	23.348	16,7	14,7	99.605	71,4	21,7	16.116	11,5	15,3	139.576
2007	27.054	15,9	15,9	123.640	72,7	24,1	18.694	11,0	16,0	170.063
2008	28.021	13,9	3,6	151.747	75,1	22,7	21.489	10,6	15,0	201.964
2009	21.463	15,2	-23,4	99.510	70,6	-34,4	19.289	13,7	-10,2	140.928
2010	28.818	15,5	34,3	131.445	70,8	32,1	24.735	13,3	28,2	185.544
2011	37.268	15,5	29,3	173.135	71,9	31,7	29.692	12,3	20,0	240.833
2011/1	2.267	13,4	-	12.535	74,2	-	2.001	11,8	-	16.905
2012/1	2.402	13,8	6,0	13.285	76,4	6,0	1.595	9,2	-20,3	17.383

EK TABLO:11 EN ÇOK İHRACAT YAPILAN 20 ÜLKE

Foreign Trade by top twenty countries

	Ülkeler	2011		Ocak 2012		Değişim	Countries
		Değer		Değer			
İHRACAT							
	Genel toplam	9 551 225	100,0	10 374 026	100,0	8,6	Total
1-	Almanya	990 275	10,4	1 031 408	9,9	4,2	Germany
2-	Irak	603 430	6,3	751 841	7,2	24,6	Iraq
3-	İngiltere	564 917	5,9	632 353	6,1	11,9	United Kingdom
4-	İtalya	658 458	6,9	503 338	4,9	-23,6	Italy
5-	Fransa	521 214	5,5	497 054	4,8	-4,6	France
6-	A.B.D.	309 339	3,2	456 784	4,4	47,7	USA
7-	Rusya Federasyonu	417 628	4,4	428 136	4,1	2,5	Russia
8-	B.A.E.	329 982	3,5	332 523	3,2	0,8	U.A.E
9-	İspanya	286 593	3,0	290 989	2,8	1,5	Spain
10-	Hollanda	239 712	2,5	276 097	2,7	15,2	Netherlands
11-	Mısır	224 257	2,3	271 336	2,6	21,0	Egypt
12-	Suudi Arabistan	141 598	1,5	268 216	2,6	89,4	Saudi Arabia
13-	İran	309 701	3,2	231 465	2,2	-25,3	Iran
14-	İsviçre	91 099	1,0	218 252	2,1	139,6	Switzerland
15-	Çin	163 809	1,7	199 531	1,9	21,8	China
16-	Romanya	199 219	2,1	190 117	1,8	-4,6	Romania
17-	Belçika	185 495	1,9	180 508	1,7	-2,7	Belgium
18-	Azerbaycan	119 115	1,2	175 665	1,7	47,5	Azerbaijan
19-	İsrail	165 487	1,7	156 169	1,5	-5,6	Israel
20-	Polonya	127 257	1,3	121 797	1,2	-4,3	Poland
	Diğerleri	2 902 639	30,4	3 160 446	30,5	8,9	Others
İTHALAT							
	Genel toplam	16 904 736	100,0	17 382 776	100,0	2,8	Total
1-	Rusya Federasyonu	2 052 684	12,1	2 216 340	12,8	8,0	Russia
2-	Çin	1 595 649	9,4	1 592 100	9,2	-0,2	China
3-	Almanya	1 404 230	8,3	1 345 518	7,7	-4,2	Germany
4-	İran	871 370	5,2	1 241 025	7,1	42,4	Iran
5-	A.B.D.	1 245 576	7,4	1 095 432	6,3	-12,1	USA
6-	İtalya	801 742	4,7	793 040	4,6	-1,1	Italy
7-	Fransa	600 772	3,6	611 708	3,5	1,8	France
8-	Hindistan	421 818	2,5	431 664	2,5	2,3	India
9-	Ukrayna	416 861	2,5	430 817	2,5	3,3	Ukraine
10-	İspanya	376 780	2,2	429 080	2,5	13,9	Spain
11-	Güney Kore	388 666	2,3	398 141	2,3	2,4	South Korea
12-	İngiltere	359 048	2,1	394 476	2,3	9,9	United Kingdom
13-	Hollanda	266 618	1,6	277 760	1,6	4,2	Netherlands
14-	Romanya	279 508	1,7	260 517	1,5	-6,8	Romania
15-	Belçika	232 147	1,4	253 156	1,5	9,0	Belgium
16-	Japonya	238 420	1,4	243 976	1,4	2,3	Japan
17-	Yunanistan	112 577	0,7	236 073	1,4	109,7	Greece
18-	Polonya	243 337	1,4	219 843	1,3	-9,7	Poland
19-	İsveç	167 901	1,0	206 357	1,2	22,9	Sweden
20-	İsviçre	518 916	3,1	194 630	1,1	-62,5	Switzerland
	Diğerleri	4 310 116	25,5	4 511 122	26,0	4,7	Others

Not: Ülke sıralaması; 2012 Ocak ayı rakamlarına göre yapılmıştır.

KAYNAKÇA

- 1) VAN RIJCKEGHEM, C., ÜÇER, M. (2009). The Evolution and determinants of the Turkish private saving rate: what lessons for policy. *Economic Research Forum Report Series*, No. 09-01.
- 2) BARRO, R., LEE, J. W. Barro - Lee veri tabanı, "*Educational Attainment for Total Population*, 1950-2010", <http://www.barrolee.com/data/full1.htm> Dünya Bankası Veri tabanı. <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>
- 4) OECD veri tabanı. www.oecd.org
- 5) Türkiye İstatistik Kurumu veri tabanı. www.tuik.gov.tr
- 6) <http://ihracat.nedir.com/#ixzz25XhPPhkr>
- 7) "Türkiye Enerji Teknolojileri Araştırmaları Programı", TÜBİTAK, Ağustos 2002.
- 8) EIA 2002: *Energy Information Administration, U.S. Department of Energy*, "International Energy Outlook 2002", (Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 2002).
- 9) Selçuk N., Arabul,H, *Elektrik Enerjisinde Ulusal Politika*, Ankara Sanayi Odası ve İstanbul Sanayi Odası yayını, Ekim 2000.
- 10) TÜBİTAK Enerji ve Doğal Kaynaklar Paneli Temmuz 2003. ANKARA
- 11) DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI, "8. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU" (ANKARA, NİSAN. 2001),
- 12) DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI, "UZUN VADELİ GELİŞMENİN (2001-2023) ve 8. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANIN 'nın (2001-2005) TEMEL AMAÇLARI ve STRATEJİSİ" (ANKARA, EYLÜL. 2000),
- 13) ULAŞTIRMA ŞURASI SONUÇ BİLDİRGESİ. T.C. ULAŞTIRMA BAKANLIĞI (Haziran.1998 – Ankara)

- 14) DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI, “8. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI ULAŞTIRMAÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU”, (2001 – Ankara)
- 15) *Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi*, 2011-2016, Ankara Aralık 2010
- 16) <http://www.tubitak.gov.tr/home.do?ot=1&sid=472&pid=468>
- 17) *Teknoloji Öngörü Projesi ve Savunma, Havacılık ve Uzay Sanayii Paneli Çalışmaları*
http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/shu/SHU_son_surum.pdf
- 18) *İHRACATA DÖNÜK ÜRETİM STRATEJİSİ ve GİTES(girdi tedarik stratejisi 2011 İSTANBUL*. <http://www.ekonomi.gov.tr/upload/3C357972-D8D3-8566-4520D57BA85886C4/Girdi%20Tedarik%20Stratejisi%20Sunumu.pdf>
- 19) TÜİK, Ekonomik Göstergeler, I. Dönem 2012 www.tuik.gov.tr/veriBilgi.Do
- 20) YÜKSEK, Hasan. *BATI AKDENİZ KALKINMA AJANSI (BAKA) DIŞ TİCARET (EKONOMİ BAKANLIĞI) DESTEKLERİ* Eylül 2012
- 21) 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı 2011 yılı programları www.dpt.gov.tr
- 22) 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı Dış ticaret, ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU T.C. BAŞBAKANLIK DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI YAYIN NO: DPT: 2705 - ÖİK: 660
- 23) TÜBİTAK "*Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları; 2023 Strateji Belgesi*" 2004. http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf
- 24) Haluk Geray; ARAYÜZ; Birgün Gazetesi, 05/08/2004
- 25) İNAL, Vedat. *TÜRKİYE 2023 YILINDA DÜNYANIN ON BÜYÜK EKONOMİSİNDE BİRİ OLABİLİR Mİ?* Doğu Üniversitesi Dergisi,13 (1) 2012, 474-87
- 26) tuik.gov.tr/ias/ias.html İstatistik Araştırma sempozyumu(İAS)

- 27) *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı* Ağustos 2012 N201245
www.tepav.org.tr 1 *DEĞERLENDİRME NOTU N. Emrah AYDINONAT, 2023 'TE*
25 BİN DOLAR GELİR HAYAL DEĞİL, AMA...
- 28) T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI VE 2023 VİZYONU TOPLANTISI EKONOMİ
GAZETECİLERİ DERNEĞİ 12 TEMMUZ 2011/ SALI/İSTANBUL
www.ekonomi.gov.tr/upload/bakankonusmametni.pdf
- 29) ÇELİK, Nurullah. *BİLGİ EKONOMİSİ VE EKONOMİK BÜYÜME: Türkiye*
Üzerinde Bir Değerlendirme(1990-2010)
sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c7s12/makale/c7s12m6.pdf
- 30) *Bilgi Toplumu İstatistikleri*, DPT Yayınları, No:2826 Ankara, 2011.
- 31) *Bilim ve Teknolojik Yüksek Kurulu (BTYK)*, 23. Toplantısı, Gelişmelere İlişkin
Değerlemeler, Aralık, 2011.
- 32) *Bilgi Toplumu Stratejisi (2006-2010)* DPT, Mayıs, 2006.
http://www.bilgitoplumu.gov.tr/pdf_syf15_24_3_2012
- 33) OECD (2011), *OECD Communications Outlook 2011*, OECD Publishing.
http://dx.doi.org/10.1787/comms_outlook-2011-en
- 34) TÜİK İstatistik Göstergeleri, www.tuik.gov.tr. 2012
- 35) [Http://www.tubitak.gov.tr/politikalar](http://www.tubitak.gov.tr/politikalar), 2012
- 36) ÖZBEK. Dr. Orkun. AR&GE BÜLTEN, 2008 SUBAT –EKONOMİ, *Ekonomik Kriz*
Belirtisi Olarak Cari Açık - Büyüme ilişkisi,
- 37) Bağımsız Sosyal Bilimciler; “2007 ilkyazında Dünya ve Türkiye
Ekonomisine Bakış. www.bagimsizsosyalbilimciler.org/
- 38) Sönmez, Mustafa; “*Türkiye'nin Büyüyen Cari Açığında İmalat Sanayiinin Yeri*
ve AB'nin Konumu: 2000-2006. İstanbul - BİA Haber Merkezi.
[http://bianet.org/bianet/dunya/103784-cari-acik-buyurken-imalat-sanayi-ve-abnin-](http://bianet.org/bianet/dunya/103784-cari-acik-buyurken-imalat-sanayi-ve-abnin-konumu)
konumu
- 39) *İl İl Dış Ticaret Potansiyeli Araştırması - Dış Ticaret Müsteşarlığı*
www.ekonomi.gov.tr/upload/7EF56F48-D8D3.../kitapmakro.pdf

- 40) *2023'te Türkiye Ekonomisi*, www.ekodialog.com/Makaleler/2023-Turkiye-Ekonomisi.html
- 41) <http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-ve-timin-2023-stratejisi-resmen-devlet-projesi-oldu.html>
- 42) *KOBİ STRATEJİSİ ve EYLEM PLANI*. Ocak 2004
www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/2297/strateji.pdf
- 43) <http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-tim-hedef-2023-500-milyar-dolar-ihracat-stratejisini-basbakana-sunuyor.html>
- 44) *İhracat Stratejik Planı* <http://www.ekonomi.gov.tr/upload/strateji/belge.pdf>
- 45) Dünya Gazetesi. *İhracat Stratejisi Uygulamaya Konuluyor*.
<http://www.dunya.com/2023-ihracat-stratejisi-uygulamaya-konuluyor-156993h.htm>
14 haziran 2012
- 46) <http://www.ekonomi.gov.tr/girditedarik/anasayfa.cfm>
- 47) <http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=bakanlikofisi&bolum=detay&haberid=1521>
- 48) *VİZYON 2023, TEKNOLOJİ ÖNGÖRÜSÜ PROJESİ, RAPOR, İNŞAAT ve ALTYAPI PANELİ*, TEMMUZ 2003
- 49) Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları, 2003-2023 Strateji Belgesi, *Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu, Kasım 2004*
- 50) http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf
- 51) <http://www.tsv2023.org/index.php/tr/anasayfa/35-tr/tsv2023>
- 52) <http://www.tubitak.gov.tr/home.do?ot=1&sid=472&pid=468>
- 53) <http://www.akparti.org.tr/upload/documents/beyanname2011.pdf>
- 54) <http://www.tsv2023.org/pdf/tim-2023.pdf>
- 55) <http://www.akhedefler.com/vaadler.pdf>
- 56) http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/BTYK/btyk23/2011_101.pdf
- 57) <http://ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>

- 58) VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı - Devlet Planlama Teşkilatı
ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/plan8str.pdf
- 59) Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 26.12.1996 tarih, 22859 sayılı R.G.
yayımlanan (İhracat 96/39) Tebliği
- 60) Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 08.07.1998 tarih, 23396 sayılı R.G.
yayımlanan (İhracat 98/13) Tebliği
- 61) APAK, TALHA. SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN KURULUŞ VE FAALİYET ŞARTLARI İLE SAĞLANAN BAŞLICA DESTEKLER, MÜKELLEFİN DERGİSİ, Sayı: 119, 138-146, (2002).
- 62) <http://www.tim.org.tr/tr/content.asp?PID={14E80BEA-DB62-40F5-B432-EF0CB08E8AE7}>
- 63) TÜBİTAK Vizyon 2023 Teknoloji Öngörülerini Projesi
- 64) Makine – Malzeme Paneli ve Tekstil Paneli 8-9 Kasım 2002 “2023 Dünyasında Türkiye” Çalışma Raporu Gebze / KOCAELİ
http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/mm/Ek9.pdf
- 65) 2023 Türkiye Turizm stratejisi eylem planı <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- 66) TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ (2023), KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI ANKARA, 2007
http://www.ika.org.tr/ContentDownload/T%C3%BCrkiye_Turizm_Stratejisi_2023.pdf
- 67) *TÜBİTAK VİZYON 2023 PANEL İÇİN NOTLAR*, www.tubitak.gov.tr/tubitak
- 68) TORUNOĞLU, Ethem. *SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA PARADİGMASI ÜZERİNE ÖN NOTLAR*, TMMOB Çevre Mühendisleri Odası Yönetim Kurulu Başkanı
- 69) http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/csk/EK-16.pdf
- 70) http://www.mhp.org.tr/usr_img/mhp2007/kitaplar/MHP_2011_SecimBeyannamesi.pdf MHP 2023 Vizyonu
- 71) VİZYON 2023: TECHNOLOGY FORESIGHT FOR TURKEY A THESIS SUBMITTED TO THE GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES OF

MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY BY LÜTFİYE ZİBA AKKERMAN,
<https://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12607267/index.pdf>

- 72) TÜBİTAK (2004b) Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Delfi Anketi SonuçRaporu,
Available at: <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr/yayinlar/delfi/>
- 73) TÜBİTAK, (2004c) Teknoloji Öngörü Çalışma Sonuçları, Sentez Raporu, 1.Cilt,
Süreç ve Metodoloji, Haziran 2004.
- 74) TÜBİTAK, (2004d) Teknoloji Öngörü Çalışma Sonuçları, Sentez Raporu, 3.Cilt,
Türkiye Sentezi, Haziran 2004.
- 75) TÜBİTAK (2004e) Paneller Ortak Toplantısı Sonuçları, Available at:
- 76) <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr/etkinlikler/toplanti/tartisma/sonuc.pdf>
- 77) Vizyon 2050 Türkiye Eylül 2011Yayın No: TÜSİAD –T 2011/09/ 518
- 78) TÜİK, 2010c. Türkiye İstatistik Kurumu, 2010 yılı hanehalkı bilişim teknolojileri
kullanım araştırması sonuçları,
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6308>
- 79) EİE, 2011. Enerji Verimliliği Stratejisi Belgesi 2011-2023,
http://www.eie.gov.tr/duyurular/EV/EV-Strateji_Belgesi/ENVER_Strateji_Belgesi-Taslak-20110525.pdf
- 80) ETKB, 2010. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı "2010-2014 Dönemi Stratejik
Planı"
- 81) "Vizyon 2050 Türkiye Raporu" Özet Bulgular, 27 Eylül 2011, TS/BAS-BÜL/11-76
- 82) Işık, Yusuf.2023'te Türkiye Ekonomisi, [http://www.uig.gen.tr/dokumanlar/yil-2023te Türkiye Ekonomisi.pdf](http://www.uig.gen.tr/dokumanlar/yil-2023te_Turkiye_Ekonomisi.pdf)
- 83) 2023'TE CHP Vizyonu, <http://haber.gazetevatan.com/iste-chpnin-2023-vizyonu/441468/9/Haber>
- 84) <http://www.transanatolie.com/ic/CHP/chp-program.pdf>, Çağdaş Türkiye için
Değişim CHP Programı
- 85) <http://www.vizyon2023.com.tr/> Ekonomide 2023

- 86) Türkiye İstatistik kurumu http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12
- 87) <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FCB9B6FB1CAD205122> temel ekonomik göstergeler
- 88) <http://www.tsv2023.org/index.php/tr/stratejik-lokomotif-sektorler.html>
- 89) <http://www.ulasim2023.org/>
- 90) <http://www.hggumruk.com.tr/13-haber-duyuru-icerik.html>
- 91) <http://www.imd.org/research/centers/eviangroup/upload/Turkey-s-2023-Eco-Goal-in-global-perspective.pdf>
- 92) http://www.emlakkulisi.com/turkiye_2023_te_85_milyar_dolar_turizm_geliri_hede_fliyor_-58956.html
- 93) <http://drcetiner.org/ekonomi/turkiye-2023-yili-hedefleri.html> Prof. Dr. B. Gültekin Çetiner
- 94) Çağlar, Esen. *AKP'nin 2023 planı, Türkiye'yi her sene yüzde 8,48 büyütür mü?* <http://www.tepav.org.tr/tr/kose-yazisi-tepav/s/2394>, TEPAV Köşe Yazıları,
- 95) <http://disticaret.nedir.com/>
- 96) <http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/ihracat/1.html>
- 97) http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/yasar/2011/06/17/cari-acik-nedir-ve-nasil-kapanir_Suleyman_yasar_cari_acik_nedir_nasil_kapanir? 17 Haziran 2011
- 98) İhracata dönük üretim stratejisi, <http://www.ekonomi.gov.tr/idusdk/anasayfa.cfm>
- 99) TCMB Veri Dağıtım merkezi, <http://evds.tcmb.gov.tr/yeni/cbt.html>
- 100) <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FCC6AECA659BD6F05648192E81EB0C9848AAD19E7579B3250E>, İstatistik ve grafikler
- 101) <http://ekutup.dpt.gov.tr/tg/index.asp?yayin=teg&yil=0&ay=0>
- 102) http://www.gumrukticaret.gov.tr/assets/content/SGB/STRATEJİK%20PLAN/SP_2010_2014.pdf stratejik plan
- 103) 2011 Faaliyet Raporu, http://www.ekonomi.gov.tr/upload/DE79BC91-D8D3-8566-45209703202B91DA/EB_2011_FAALİYET_RAPORU.pdf
- 104) Ögütçü Mehmet 2023 Türkiye Yol Haritası, *Etkileşim Yayınları 2007*

105) T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI. 2011-2014 SANAYİ STRATEJİSİ BELGESİ

http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/sanayi_stratejisi_belgesi_2011_2014.pdf

106) Bahmani-Oskooee, M ve Domac, I (1995), "Export growth and Economic Growth in Turkey: Evidence from Cointegration Analysis", ODTÜ Gelişme Dergisi, 22(1), 67-77.

107) Bagdadioğlu, E. (2004), "Sabit Sermaye Yatırımları", Türk-İş, <http://www.turkis.org.tr/icerik/makaleturkiyedeyatirimlar.htm>

108) Delice, G. (2001), "KOBİ'lerin İhracata Yönlendirilmesinde Finansman Destekleri: Türk Eximbank Kredileri Üzerine Bir Uygulama", KOBINET - Ekonomi ve İş Dünyası - 1.Orta Anadolu Kongresi, 269- 81. <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/OAKDocs/OAK-T27.pdf> DPT

109) DTM (2003), Türkiye Dış Ticaret Stratejisi (2005-2010-2015-2023) http://www.tokayhaber.com/dis_ticaret_stratejisi.asp

110) Filiztekin, A (2003), "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliğinin Türkiye İmalat Sanayi Üzerindeki Etkileri", Kalder 12. Ulusal Kalite Kongresi'nde sunulan tebliğ, 14 Ekim 2003, İstanbul.

111) Güran, N.(1990), *Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü*, DPT, Yayın No:2231, Ankara.

112) Küçükahmetoğulları, O. (2000), "Türkiye ve Avrupa Birliği Gümrük Birliği'nin Ekonomik Etkileri", *İktisat Dergisi*, Aralık 2000, 34-47.

113) Mihçı, S. ve Akkoyunlu-Wigley, A. (2000), 'Teknolojinin Uluslararası Yayılımı: Türkiye Örneği', *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 225-245,2003

- 114) "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin Türk İmalat Sanayi Alt Sektörleri zerindeki Karlılık Etkileri", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3): 77-91, Kış 2003.
- 115) kszler, Oktay, 2004, "Türkiye'nin İhracatını Zorlaştıran Faktörler : Ordered Logit Modelini Kullanarak Bir Ampirik Değerlendirme" 6-8 Ekim 2004.
- 116) Şenesen-Günlük, G (2005), Türkiye'nin retim Yapısı: Girdi-Çıktı Modeli ile Temel Bulgular, TÜSİAD, Yayın no: Tüsiad-T/2005-06/400
- 117) Tarakçioğlu, I (2005), "*Bugünü Kurtarmayı Bırakıp Biraz da Yarını DŐnsek*", *Türk-İŞ Dergisi*, Mayıs haziran 2005, Sayı 367, 78-80.
- 118) Vehbi, M.T (2002), Türk Dış Ticaretinin Tahmini: Hata Düzeltme Modelinin Bir Uygulaması, *Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı İnceleme Dizisi*, No:28.
- 119) Stratejik Plan 2009 – 2013 Mayıs 2009
<http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebContentGosterim.aspx?Enc=51C9D1B02086EAFB744E24D75560C631>
- 120) *TİM 2023 stratejisini açıkladı*.<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2011/04/19/tim-2023-stratejisini-acikladi#>
- 121) 2023 Türkiye İhracat Stratejisi Eylem Planı
http://www.ekonomi.gov.tr/upload/F72F2D25-CE27-9E3A-10371CC90C3F5026/20120613_31_1.pdf
- 122) http://www.enerji.gov.tr/yayinlar_raporlar/ETKB_2010_2014_Stratejik_Planı.pdf
- 123) http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/eik/EIK_Sonuc_Raporu_ve_Strat_Belg.pdf

- 124)** 9. KALKINMA PLANI ENERJİ ÖZEL İHTİSAS KOMİSYON RAPORU.http://plan9.dpt.gov.tr/oik21_enerji/21enerji.pdf
- 125)** Turquality Büyüme Devam Ediyor:
<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/11/04/turquality-buyumeye-devam-ediyor#>
- 126)** İhracata dönük üretim stratejisi ilk toplantısı yapıldı.
<http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=bakanlikofisi&bolum=detay&haberid=9..> 02.11.2011
- 127)** Turizm Çevre ve Şehircilik
2023http://www.tasam.org/Files/pdf/sectorler/TSV2023_sektor_08_turizm.cevre.sehircilik.pdf
- 128)** 2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı
(KSEP)www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/KOSGEB_Katalog.pdf