TİM REPORT
Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı
Sayı: 261 Kasım 2026

İnsan, Teknoloji ve Yaratıcılık

# Türkiye Innovation Week Sahnesinde Buluştu








Okyanus Ötesinde İbre Yukarı Döndü

Türkiye Nükleerde Yeni Bir Döneme Hazırlanıyor

Çelik Sektörü Küresel Daralmadan Pozitif Ayrıştı

YAPARLAR

# Her Yük Hafif, Her İş Kolay



**Yaparsak, iyisini yaparız!**

"79 yıllık üretim tecrübesi"

Her yüke uygun transpalet, her işte **YAPARLAR** gücü. Depo operasyonlarınızda yerli üretim, sağlam yapı, güvenilir ekipman.

MADE IN TÜRKİYE

www.yaparistif.com | **0 (212) 477 27 37**

**yaparlar**.com

MOLECOR O-PVC Boru Türkiye



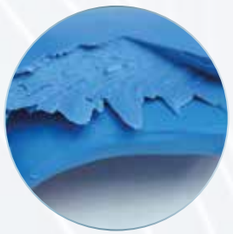
Made in Türkiye




## The biggest range of O-PVC pipes in the world



Türkiye'de yeni üretim tesisi



Molecular Orientation, the PVC revolution



molecor.com.tr

## Bizi bu etkinliklerde bulabilirsiniz

3rd EURASIA WATER EXPO Avrasya Su Fuarı
www.waterexpoeurasia.com

Booth E4

GROWTECH. ANTALYA

Booth 4-B100

# içindekiler


10
**TÜRKİYE'NİN EKİM AYI İHRACATI 25,9 MİLYAR DOLAR OLDU**
*Türkiye, ekimde 25,9 milyar dolarla ekim ayları ihracat rekoruna ulaşırken otomotiv, 4 milyar 32 milyon dolarla aylık ihracatta 4 milyar dolar sınırını aşan ilk sektör oldu. Yılın ilk 10 ayında toplam ihracat yüzde 5,5 artarak 236,8 milyar dolara yükseldi.*

18
**DÖVİZ DÖNÜŞÜM DESTEĞİNDE YENİ DÖNEM**
*Yurt dışı kaynaklı döviz gelirlerini Türk lirasına dönüştüren firmalara yönelik destek mekanizması, 1 Ekim'de yeni koşullarla uygulanmaya başladı. Yıllık 100 milyon TL'lik destek tavanı ve firma bazlı satış limitleriyle şekillenen yeni sistem, ihracatçıların destekten yararlanma koşullarını yeniden belirliyor.*

22
**GELECEĞİN KODUNDA İNSAN VAR**
*Türkiye Innovation Week 2026, 13'üncü yılında yapay zekâdan robotik teknolojilere, yeni nesil üretimden girişimciliğe uzanan başlıklarla iş dünyasının temsilcilerini, teknoloji ekosistemini ve gençleri İstanbul'da bir araya getirdi.*

50
**TÜRKİYE NÜKLEERDE YENİ BİR DÖNEME HAZIRLANIYOR**
*Artan elektrik ihtiyacı ve enerji kaynaklarını çeşitlendirme hedefi, Türkiye'nin nükleer yatırımlarına yön veriyor. Türkiye, Akkuyu'da ilk ünitenin devreye alınmasına hazırlanırken Sinop ve Trakya'da planlanan yeni santraller için görüşmelerini sürdürüyor. Hedef, 2050'ye kadar 20 bin megavatlık nükleer kurulu güce ulaşmak.*

54
**OKYANUSUN ÖTESİNDE İBRE YUKARI DÖNDÜ**
*Türkiye ile ABD arasındaki ticari ilişkiler, son 20 yılda ihracatın 3,3 katına çıkmasıyla yeni bir boyuta taşındı. İki ülke arasındaki yıllık ticaret hacminde 2028 için 50 milyar dolarlık seviye hedefleniyor.*

64
**KÖRFEZ TİCARETİNİN KAVŞAK NOKTASI: BAE**
*Küresel arenada sahip olduğu petrol rezervleriyle dikkat çeken Birleşik Arap Emirlikleri, Dubai'nin yeniden ihracat gücü ve Abu Dabi'nin sanayi hamleleri sayesinde bölgenin en dinamik pazarlarından biri hâline geldi.*

70
**ÇELİK SEKTÖRÜ KÜRESEL DARALMADAN POZİTİF AYRIŞTI**
*Küresel ham çelik üretiminin 2025 yılında yaklaşık yüzde 2 gerilediği dönemde Türkiye, üretimini yüzde 3,3 artırarak 38,1 milyon tona yükseltti. Dünyanın yedinci, Avrupa'nın en büyük çelik üreticisi konumunu koruyan Türkiye'de sektörün büyüme performansı, maliyetler ve küresel rekabet baskısıyla sınanıyor.*

76
**TEDARİK ZİNCİRLERİNDE AKILLI REKABET DAYANIKLILIK GETİRİYOR**
*Günümüzde yaşanan küresel krizler, tedarik zincirlerinde yalnızca verimlilik ve düşük maliyetin yeterli olmadığını gösteriyor. Dünya Ekonomik Forumuna göre otonom yapay zekâ, riskleri tespit etmenin ötesine geçerek karar alma ve uygulama süreçlerini hızlandırabilir ancak bu dönüşümün başarısı, güvenilir veriye ve etkin yönetişime bağlı.*





Akkuyu'daki dört reaktöre Sinop ve Trakya'da dörder reaktörün eklenmesiyle, toplam 12 büyük reaktörde yaklaşık 15 bin megavat kurulu güce ulaşılması öngörülüyor.




Dünyanın farklı noktalarından düşünce liderlerini, bilim insanlarını, girişimcileri, yatırımcıları ve gençleri İstanbul'da buluşturan Türkiye Innovation Week 2026, ziyaretçi sayısını yüzde 75 artırarak 35 bine taşıdı.








TİMREPORT

**TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN**
Mustafa GÜLTEPE

**YAYIN KURULU**
Erdem ÇENESİZ
Hasan Osman SABIR
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Ömer MADIRLI
Yiğit Tufan ESER
Elif ÇAKIROĞLU ERDEM
Mustafa SEÇİLMİŞ
Yıldırım ÖZCAN

**EDİTÖR**
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

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

viyamedya

**AJANS BAŞKANI**
Selda YEŞİLTAŞ

**YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ**
Murat ERDOĞAN

**ART DİREKTÖR**
Serpil YENİHAYAT

**GRAFİK TASARIM**
Erkan ALTINDAĞ

**EDİTÖR**
Gizem İRİS

**REKLAM MÜDÜRÜ**
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

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

/viyamedya






**MUSTAFA GÜLTEPE**
**TİM Başkanı**




# İhracattaki Artışı Sürdürülebilir Hâle Getirmeliyiz

TİM olarak ekim ayını yoğun bir çalışma takvimiyle geride bıraktık. Cumhurbaşkanımızın teşrifleriyle Türkiye Innovation Week'in 13'üncüsünü düzenledik. PwC iş birliğiyle hazırladığımız "İhracatta Rekabetçilik Raporu"muzu kamuoyuyla paylaştık. Antalya'da düzenlediğimiz "Delegeler Çalıştayı"nda ihracat ailemizle bir araya gelerek sektörlerimizin sorunlarını, beklentilerini ve çözüm önerilerini dinledik. Delegelerimizin dile getirdiği sorun, talep, görüş ve önerilerle ilgili notlarımızı aldık.

Önemli etkinlikler gerçekleştirdiğimiz ekim ayında üretmeye ve ihracata da hız kesmeden devam ettik. Ekim ayında 25,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 artışla bugüne kadarki en yüksek ekim ayı ihracatına ulaştık. 10 aylık ihracatımız 236,8 milyar dolara, son 12 aylık ihracatımız ise 285,6 milyar dolara yükseldi. Ocak-Ekim döneminde yüzde 5,5, yıllık çevrimde yüzde 5,8 artıdayız.

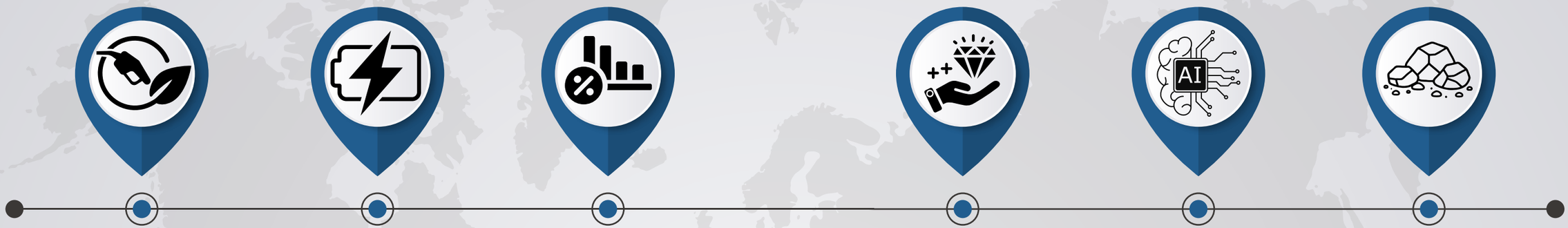
Eylüldeki çift haneli artıştan sonra ekimi de yüzde 8,1 artıda kapatmak elbette önemli. Ancak ihracat miktarındaki düşüşü görmezden gelemeyiz. İlk 10 ayda ihracatımız miktar bazında yüzde 2,1 azaldı. PwC ile hazırladığımız rekabetçilik raporu, ihracat değerindeki artışa rağmen miktarda yaşanan düşüşün kaynağını net bir şekilde ortaya koyuyor. Sorunun temelinde, rakip ülkelerle enflasyon ve maliyet artışında ayrışmamız yatıyor. İşte bu ayrışma rekabet yarışında bizi geriye düşürüyor.

Merkez Bankasının uzun bir aradan sonra faiz indirimlerine yeniden başlamasını olumlu karşılıyoruz. Ancak döviz dönüşüm desteğinde sıkıntılarımız artarak devam ediyor. Enflasyonla kur arasındaki farkı biraz olsun azaltması için yüzde 3'lük döviz dönüşüm desteğinin artırılmasını bekliyorduk. Sonuç hiç de beklediğimiz gibi olmadı. Hem bürokrasi arttı hem de birçok firma için fiili destek oranı yüzde 1'in bile altına geriledi. İhracatçılarımızdan bir aydır yoğun şikâyetler alıyoruz. Merkez Bankasından mevcut durumu bir an önce gözden geçirmesini, en azından eski uygulamaya dönmesini talep ediyoruz. İhracatçımızın düşük maliyetli ve uzun vadeli krediye erişimi konusunda da bir an önce adım atılmasını bekliyoruz.

Biz zorluklara rağmen tüm imkânlarımızla sahadayız. İhracatçılarımızı yeni pazarlarla buluşturmak için yoğun bir mesai yapıyoruz. TİM ve ihracatçı birlikleri olarak ekim ayında 22 ticaret heyeti, 3 alım heyeti, 29 fuar katılımı ve 2 UR-GE faaliyeti gerçekleştirdik. Kazakistan, Meksika, Hong Kong ve Singapur'da firmalarımızı potansiyel alıcılarla buluşturduk. Kasımda Avustralya, Japonya, Fransa ve Almanya gibi önemli pazarlara gideceğiz. Her yeni pazarda, her yeni iş birliğinde ihracatçılarımızın emeğinin karşılığını bulması için çalışmaya devam edeceğiz.

Yıla 282 milyar dolarlık mal ihracatı hedefiyle başlamıştık. 10 aylık verilerin ışığında yılı 285 milyar doların üzerinde tamamlayabileceğimizi öngörüyorum. Hizmet ihracatında da 128 milyar dolarlık hedefimize ulaşacağımıza inanıyorum. Biz yılmadan, yorulmadan, motivasyonumuzu kaybetmeden üretimi ve ihracatı sürdürüyoruz. Bu yolda emek veren tüm ihracat ailemize gönülden teşekkür ediyorum.

# DÜNYA TURU




## DÜNYA

### BİYOYAKIT ÜRETİMİNDE YÜZDE 70 ARTIŞ BEKLENTİSİ

Yayımlanan bir araştırmaya göre, ABD-İran çatışmaları kaynaklı enerji krizine yanıt olarak küresel biyoyakıt üretiminin 2025 seviyelerine göre 2030 yılına kadar yaklaşık yüzde 70 artması bekleniyor.

ABD-İran çatışmaları başladığından bu yana Brezilya, Çin, Hindistan, Endonezya ve ABD'nin yanı sıra Avrupa Birliği de dâhil olmak üzere birçok ülke biyoyakıt kullanım oranlarını artırmaya yönelik tedbirler aldı. Önerilen düzenlemelerin uygulanması durumunda biyoyakıt ham maddesi üretmek için gereken tarım arazisi alanının, 2023 seviyelerine kıyasla 2030 yılına kadar iki katını aşabileceği tahmin ediliyor.

## AB

### AVRUPA BATARYA KURALLARI MALİYETİ ARTIRABİLİR

Bruegel'in yeni raporuna göre, Avrupa Birliği'nin otomotiv sektörüne yönelik son düzenlemeleri, rekabet gücünü artırmak yerine yerleşik üreticileri koruyarak tüketici ve vergi mükelleflerinin maliyetlerini yükseltebilir. Raporda, Çin menşeli araçlara uygulanan gümrük vergileri, yerel üretim şartları ve 2035 sonrası içten yanmalı motorlara ilişkin düzenlemelerin elektrikli araçlara geçişi yavaşlatabileceği belirtiliyor.

AB'de batarya hücresi üretimi şartının maliyeti kilovatsaat başına 50 euro'dan 85 euro'ya çıkarabileceği, bunun standart bir elektrikli aracın fiyatına yaklaşık 2.100 euro ekleyebileceği öngörülüyor. Düşük karbonlu çelik şartının ise maliyeti 200 euro artırabileceği hesaplanıyor.

## İNGİLTERE

### ENFLASYON AĞUSTOSTA YÜZDE 3,1 OLDU

İngiltere'de tüketici enflasyonu, ağustosta enerji fiyatlarındaki artışın etkisiyle yıllık bazda yüzde 3,1'e yükselerek son beş ayın en yüksek seviyesine çıktı. Ancak çekirdek enflasyonun üst üste dördüncü ayda yüzde 2,6'da kalması ve hizmet enflasyonunun yüzde 3,4 seviyesini koruması, İngiltere Merkez Bankası açısından temel fiyat baskılarının henüz hızlanmadığına işaret etti. Manşet yıllık enflasyon oranının, Merkez Bankasının temmuz ayındaki son tahminlerinde öngördüğünden daha yüksek gerçekleşmesine rağmen, politika yapıcıların fiyat artışına dair temel göstergelere daha fazla odaklanması muhtemel görünüyor. Enerji fiyatlarının gecikmeli etkisi nedeniyle önümüzdeki aylarda enflasyonda yeni artışlar görülebileceği belirtiliyor.

## BAE

### BAE'DEN ALMANYA'YA 40 MİLYAR EURO'LUK YATIRIM

Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Almanya'ya 40 milyar euro yatırım yapmayı planlıyor. Yatırım taahhüdü, BAE Devlet Başkanı Şeyh Muhammed bin Zayed Al Nahyan'ın 9-11 Eylül 2026'da Almanya'ya gerçekleştirdiği devlet ziyareti sırasında duyuruldu. İki ülke, ticaret, savunma, enerji ve teknoloji alanlarında stratejik diyalog başlatırken, yatırımları artırmak amacıyla Almanya-BAE Yatırım Konseyinin kurulmasına yönelik ortak niyet bildirgesi imzaladı.

Paket kapsamında yaklaşık 1 gigavat kapasiteli yeni veri merkezleri dâhil gelişmiş dijital altyapıya yatırımlar yapılması planlanıyor. Ayrıca şirketler arasında toplam 9,35 milyar euro'nun üzerinde 29 anlaşma imzalandı.

## JAPONYA

### JAPONYA'DAN YAPAY ZEKÂYA 140 MİLYAR DOLARLIK YATIRIM

Japonya, ABD ve Çin'in ardından dünyanın en büyük yapay zekâ altyapı merkezlerinden biri olma hedefiyle veri merkezi yatırımlarını hızlandırıyor. Ülke, büyük doğal gaz ticaret şirketi JERA'nın da dâhil olduğu plan kapsamında, önümüzdeki beş yılda Japonya ve Asya'da yapay zekâ veri merkezleri için 140 milyar dolara kadar yatırım yapmayı planlıyor.

Proje kapsamında toplam 4 gigavatlık kapasite oluşturulması hedeflenirken, Tokyo yakınlarında kurulacak ilk 400 megavatlık tesis için 15 milyar dolarlık yatırım öngörülüyor. Tesisin 2028 civarında faaliyete geçmesi planlanıyor.

## SUUDİ ARABİSTAN

### MEDİNE'DE 114 MİLYON TONLUK CEVHER BULUNDU

Suudi Arabistan, Medine Bölgesi'nde yüksek yoğunlukta nadir toprak elementleri ve uranyum içeren yaklaşık 114 milyon ton cevher keşfetti. Enerji, Sanayi ve Maden Kaynakları Bakanı Prens Abdulaziz bin Selman, keşfi Uluslararası Atom Enerjisi Ajansının Viyana'da düzenlenen 70. Genel Konferansı'nda duyurdu. Keşif, Suudi Arabistan'ın maden kaynaklarının ekonomik değerini artırma ve kritik minerallerin tedarik zincirlerindeki konumunu güçlendirme çalışmalarının bir sonucu olarak değerlendiriliyor. Yeni kaynakla birlikte ülkenin genişleyen maden portföyüne önemli bir rezerv daha eklenirken, kritik mineraller alanındaki kapasitesinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların sürdürülmesi hedefleniyor.

**Kaynak:** *Ticaret Bakanlığı*

# Türkiye'nin Ekim Ayı İhracatı 25,9 Milyar Dolar Oldu

**Türkiye, ekimde 25,9 milyar dolarla ekim ayları ihracat rekoruna ulaşırken otomotiv, 4 milyar 32 milyon dolarla aylık ihracatta 4 milyar dolar sınırını aşan ilk sektör oldu. Yılın ilk 10 ayında toplam ihracat yüzde 5,5 artarak 236,8 milyar dolara yükseldi.**



Türkiye'nin ekim ayı ihracatı 25,9 milyar dolar oldu. 2026'da 10 aylık ihracat 236,8 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 285,6 milyar dolara ulaştı. Ekim ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından İstanbul'da açıklandı.

**"EKİMDE 3 AYRI REKORA İMZA ATILDI"**

Ekim ayı rakamlarının çok güzel geldiğini belirterek sözlerine başlayan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, "Geçen ay, en yüksek ekim ayı ihracat rekoru kırıldı. Mal ihracatımız yüzde 8,1 artarak 25,9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Eylülde 26 milyar dolardı hatırlarsınız. Böylece 103 yıllık Cumhuriyet tarihimizin en yüksek üçüncü aylık ihracatına ulaşmış bulunuyoruz. İkinci önemli başarı 2026 Ocak-Ekim dönemi rekoru. O da yüzde 5,5 artışla 236,8 milyar dolara yükseldi. Üçüncü rekor son 12 aylık yıllıklandırılmış toplam mal ihracat rekoru. Geçen ay, 2025 Ekim ayına kıyasla 15,6 milyar dolar artarak 285,6 milyar dolara yükseldi. Hedefimiz 282 milyar dolardı. Hedefimizi 3,5 milyar dolar aştık." dedi.

Bakan Bolat, son bir yıldaki mal ihracatının 15,6 milyar dolar arttığını kaydederek, hizmetler ihracatında ağustostan itibaren görülen hızlanmanın sürdüğünü söyledi. Ekim itibarıyla yıllıklandırılmış hizmetler ihracatının toplamının 127,4 milyar dolara yükseldiğini dile getiren Bolat, "Böylece ekim sonu itibarıyla yıllıklandırılmış mal ve hizmet ihracatının toplamı 413 milyar dolara yükseldi. Cumhurbaşkanımızın yılın başında belirlediği 410 milyar dolarlık hedefi ekim ayı itibarıyla aşmış bulunuyoruz." diye konuştu.

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Ekim sonu itibarıyla yıllıklandırılmış mal ve hizmet ihracatının toplamı 413 milyar dolara yükseldi. Cumhurbaşkanımızın yılın başında belirlediği 410 milyar dolarlık hedefi ekim ayı itibarıyla aşmış bulunuyoruz."







**"DEĞER ARTIŞINA RAĞMEN MİKTAR BAZINDA DÜŞÜŞ YAŞANDI"**

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, eylül ayını yüzde 15,4 artışla ve 26 milyar dolarlık ihracatla tamamladıklarını hatırlattı. Tüm zorluklara rağmen ekim ayında da iyi bir performans sergilediklerini belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre ekimde geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8,1 artışla 25,9 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Böylece en yüksek ekim ayı ihracatına imza atmış olduk. 10 aylık mal ihracatımız 236,8 milyar dolara, 12 aylık ihracatımız ise 285,6 milyar dolara ulaştı. 10 aylık ihracatta yüzde 5,5, 12 aylık çevrimde yüzde 5,8 artıdayız. Miktar olarak ihracatta ise ekimde yüzde 1,7, 10 aylık dönemde yüzde 2,1 eksideyiz. İki hafta önce kamuoyuyla paylaştığımız rekabetçilik raporu, ihracattaki değer artışına rağmen miktar bazında yaşanan düşüşün kaynağını net bir şekilde işaret ediyor. Sorunun temelinde, enflasyon ve maliyet artışları bakımından rakip ülkelerden ayrışmamız yatıyor. İşte bu ayrışma rekabet yarışında bizi geriye düşürüyor.

Ekimde 13 sektörümüzün ihracatı artarken, 13'ünde düşüş oldu. Sektörler sıralamasında otomotiv 4 milyar 32 milyon dolarla liderliğini sürdürdü. Böylece ilk kez bir sektörümüz aylık ihracatta 4 milyar dolar sınırını geçmeyi başardı. Otomotivi, 3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,9 milyar dolarla elektrik-elektronik, 1 milyar 353 milyon dolarla çelik ve 1 milyar 324 milyon dolarla demir ve demir dışı metaller sektörümüz takip etti. İhracatını en fazla artıran ilk beş sektör savunma ve havacılık, kimyevi maddeler, elektrik-elektronik, otomotiv ve mücevher oldu. Savunma ve havacılık sektörümüzün ihracatı yüzde 61,1 artış gösterdi. Mücevherde yüzde 33,8, elektrik-elektronikte yüzde 17,6, kimyevi maddelerde yüzde 13,7, otomotivde ise yüzde 5,9'luk artış kaydettik. En fazla düşüşse hazır giyim, makine, gemi ve yat, mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ve hububat sektörlerimizde yaşandı. Gemi ve yatta yüzde 23,6, hazır giyimde yüzde 14,1, makinede yüzde 10,5, mobilya ve kâğıt ürünlerinde yüzde 8,3, hububatta yüzde 4,7 düşüş oldu."

**"DÖVİZ DÖNÜŞÜM DESTEĞİ KONUSUNDA İHRACATÇILARIMIZDAN YOĞUN ŞİKÂYET ALIYORUZ"**

Güncel gelişmeleri de değerlendiren Mustafa Gültepe, Merkez Bankasının yeniden faiz indirimine başlamasını olumlu bulduklarını söyledi. Döviz dönüşüm desteğinde ise sıkıntıların artarak devam ettiğini vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "Biz, enflasyonla kur arasındaki farkı biraz olsun azaltması için yüzde 3'lük döviz dönüşüm desteğinin artırılmasını bekliyorduk. Ancak sonuç hiç de beklediğimiz gibi olmadı. Hem bürokrasi arttı hem de birçok firma için fiili destek oranı yüzde 1'in bile altına geriledi. İhracatçılarımızdan bir aydır yoğun şikâyetler alıyoruz. Merkez Bankasından mevcut durumu bir an önce gözden geçirmesini ve en azından eski uygulamaya dönmesini talep ediyoruz. İhracatçımızın düşük maliyetli ve uzun vadeli krediye erişimi konusunda da bir an önce adım atılmasını bekliyoruz. Biz zorluklara rağmen tüm imkânlarımızla sahadayız. İhracatçılarımızı yeni pazarlarla buluşturmak için yoğun bir mesai yapıyoruz. TİM ve ihracatçı birlikleri olarak geçen ay 22 ticaret, 3 alım heyeti, 29 fuar katılımı, 2 UR-GE faaliyeti gerçekleştirdik.

Kazakistan, Meksika ve Singapur gibi ülkelere gerçekleştirdiğimiz heyetlerle firmalarımızı yeni alıcılarla buluşturduk. Bu ay Avustralya, Japonya, Fransa, Almanya gibi önemli pazarlara ticaret heyeti düzenleyeceğiz. Tüm firmalarımızı ticaret heyetlerine katılmaya davet ediyorum."

**"2026'DA MAL İHRACATIMIZIN 285 MİLYAR DOLARI AŞACAĞINI ÖNGÖRÜYORUM"**

2026'ya 282 milyar dolarlık mal ihracatı hedefiyle başladıklarını hatırlatan Gültepe, yılı 285 milyar doların üzerinde tamamlayacaklarını öngördüğünü söyledi. Gültepe, "Son 12 aylık hizmet ihracatımızın ise tahmini olarak 127,4 milyar dolara ulaştığını öngörüyoruz. Bilindiği gibi hizmet ihracat verisi iki ay geriden geliyor. Ocak-Ağustos döneminde hizmet ihracatımız 80,6 milyar dolar düzeyinde gerçekleşti. Yıl sonu itibarıyla 128 milyar dolarlık hedefi yakalayacağımıza inanıyorum." diye konuştu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İhracatçılarımızı yeni pazarlarla buluşturmak için yoğun bir mesai yapıyoruz. TİM ve ihracatçı birlikleri olarak geçen ay 22 ticaret, 3 alım heyeti, 29 fuar katılımı, 2 UR-GE faaliyeti gerçekleştirdik."



# İhracatın Geleceği TİM Delegeler Çalıştayı'nda Ele Alındı

**30 Ekim-1 Kasım tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirilen Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Delegeler Çalıştayı'nda, güncel ekonomik gelişmeler, ihracatçıların rekabet gücü, finansman ve destek mekanizmaları, küresel pazarlardaki gelişmeler ile 2027 beklentileri kapsamlı şekilde değerlendirildi.**




TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Eylül ayında ihracatımızı yüzde 15,4 artırdık. Dokuz aylık ihracatımız 211 milyar dolara, 12 aylık ihracatımız ise 283,7 milyar dolara ulaştı. Hem dokuz aylık ihracatta hem de yıllık çevrimde yüzde 5,2 artıdayız."



Türkiye'nin dört bir yanından TİM delegelerini bir araya getiren Delegeler Çalıştayı'nın açılış programı, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla gerçekleştirildi.

Açılışta konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Cumhuriyet'in 103'üncü kuruluş yıl dönümünü kutlayarak Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşlarını rahmet ve minnetle andı.

Antalya'da gerçekleştirilen Delegeler Çalıştayı'nın geleneksel hâle geldiğini belirten Gültepe, programın ihracat ailesinin ortak sorunlarının, taleplerinin, beklentilerinin ve çözüm önerilerinin doğrudan ele alındığı önemli bir istişare zemini olduğunu söyledi.

### "GELECEĞİ BİRLİKTE KURGULAYACAĞIMIZ BİR ORTAK AKILDA BULUŞUYORUZ"

Haziran ayında başlayan yeni yönetim döneminin ilk Delegeler Çalıştayı'nı gerçekleştirdiklerine dikkat çeken Gültepe, "Bu çalıştayda birbirimizi dinliyor, hep birlikte istişare ediyoruz. Geleceği birlikte kurgulayacağımız bir ortak akılda buluşuyoruz." dedi.

Açılış programı kapsamında delegelere bir sunum yapan Gültepe; güncel ekonomik gelişmeleri, ihracat performansını ve önümüzdeki döneme ilişkin hedefleri değerlendirdi. Türkiye'yi ihracatta dünyanın ilk 10 ülkesi arasına çıkarma vizyonunu yineleyen Gültepe, bu hedef doğrultusunda üretim, rekabetçilik, katma değer ve pazar çeşitliliğinin önemine dikkat çekti.

### REKABETÇİLİK GÜNDEMİN ANA BAŞLIKLARI ARASINDA YER ALDI

Gültepe, TİM'in PwC Türkiye iş birliğiyle hazırladığı "İhracatta Rekabetçiliğin Geliştirilmesi" raporuna da değindi. Dokuz sektörü mercek altına alan raporun Türkiye'nin rekabetçilik alanındaki güçlü yönlerini ve gelişim alanlarını ortaya koyduğunu belirten Gültepe, ihracatçıların küresel pazarlardaki konumunu güçlendirecek adımların önemine işaret etti.

Çalıştay boyunca sektörel değerlendirmeler, finansman ve destek mekanizmaları, üretim maliyetleri, küresel pazarlardaki gelişmeler ve ihracatçıların rekabet gücünü etkileyen başlıklar kapsamlı şekilde ele alındı.

### DELEGELER SORULARINI DOĞRUDAN YÖNELTTİ

Açılış programının ardından gerçekleştirilen "Delegeler Soruyor" oturumunda, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Ağar, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ile Bakanlık ve TİM yetkilileri delegelerin sorularını yanıtladı.

Oturumda farklı sektör ve bölgelerden gelen ihracatçıların sahada karşılaştıkları sorunlar, beklentiler ve çözüm önerileri doğrudan paylaşılırken ihracat gündemine ilişkin güncel başlıklar karşılıklı istişare edildi.

### 2027'YE EKONOMİK VE JEOPOLİTİK PERSPEKTİFTEN BAKILDI

Delegeler Çalıştayı kapsamında "2027'ye Bakış" başlıklı panel de gerçekleştirildi. TİM Başekonomisti Emre Alpan İnan'ın moderatörlüğündeki panelde Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Prof. Dr. Çağrı Erhan, Bilgi Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu ve Risk ve Strateji Analisti Metehan Demir değerlendirmelerde bulundu.

Panelde uluslararası ticaretin geleceği, stratejik ortaklıklar, ihracat pazarlarındaki dönüşüm, 2027 yılına ilişkin ekonomik beklentiler ve jeopolitik gelişmelerin küresel tedarik zincirlerine olası etkileri ele alındı.






### CUMHURİYET'İN 103'ÜNCÜ YILI İHRACAT AİLESİYLE KUTLANDI

Delegeler Çalıştayı kapsamında Cumhuriyet'in 103'üncü kuruluş yıl dönümü dolayısıyla Cumhuriyet Gala Programı da düzenlendi. TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve ihracat ailesinin katıldığı programda Cumhuriyet'in ikinci yüzyılında üretim ve ihracatın taşıdığı role vurgu yapıldı.

Gültepe, "Gazi Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyetle birlikte bize Türkiye'yi çağdaş uygarlık seviyesinin üzerine çıkarma hedefini göstermişti. Biz ihracatçılar, Cumhuriyet'in bize emanet ettiği bu büyük yürüyüşün bugünkü temsilcileriyiz." dedi.

Türkiye'nin üretim ve ihracat gücünü daha ileri taşımak için birlik ve dayanışmanın önemine dikkat çeken Gültepe, "Geçmişimizden güç alarak daha çok üretmek ve dünyaya daha fazla değer sunmak durumundayız. Birlikte çalışırsak, birlikte üretirsek, dayanışmamızı daha da büyütürsek başarabiliriz. Cumhuriyetimizin ikinci yüzyılını hep birlikte üretimin ve ihracatın yüzyılı yapacağız." ifadelerini kullandı.

Üç gün süren TİM Delegeler Çalıştayı, ihracat ailesinin ortak gündeminin değerlendirilmesi, sahadan gelen görüş ve önerilerin paylaşılması ve gelecek döneme ilişkin yol haritasının istişare edilmesiyle tamamlandı.

Delegeler Çalıştayı boyunca sektörel değerlendirmeler, finansman ve destek mekanizmaları, üretim maliyetleri, küresel pazarlardaki gelişmeler ve ihracatçıların rekabet gücünü etkileyen başlıklar kapsamlı şekilde ele alındı.



# Rekabetçilikte En Kritik Başlığı Maliyetler Oluşturuyor

**Türkiye İhracatçılar Meclisi, PwC Türkiye iş birliğiyle hazırladığı "İhracatta Rekabetçiliğin Geliştirilmesi" raporunu açıkladı. Dokuz sektörün rekabet gücünü mercek altına alan rapor, maliyet baskısının pazar kayıplarını artırdığına işaret ederken, rekabetçiliğin güçlendirilmesi için 189 politika adımı ortaya koydu.**




Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) PwC Türkiye iş birliğiyle hazırladığı "İhracatta Rekabetçiliğin Geliştirilmesi" başlıklı rapor, Mustafa Gültepe tarafından basına ve kamuoyuna açıklandı. Gültepe, raporda otomotiv, kimya, makine, elektrik-elektronik, tekstil, hazır giyim, çelik, demir dışı metaller ve mobilya olmak üzere imalat sanayisindeki dokuz sektörü mercek altına aldıklarını bildirdi.

### "ÜRETİM KAPASİTEMİZİ KÜRESEL REKABET GÜCÜNE DÖNÜŞTÜREMİYORUZ"

İncelenen sektörlerin 2025'te 166 milyar dolarla toplam ihracatın yaklaşık yüzde 70'ini gerçekleştirdiğine dikkat çeken Gültepe, şöyle devam etti: "Rapor masa başında değil sahada hazırlandı. Dokuz sektörde, 200'den fazla ürün grubunu değerlendirdik. Her sektörle ayrı ayrı çalıştaylar düzenledik. 20'den fazla rakip ülkenin verileri üzerinden karşılaştırma yaptık. Maliyetler, verimlilik ve teknoloji kapasiteleri, lojistik imkânları, teşvikler, insan kaynağı, sanayi ve ticaret politikalarında artıları ve eksileri ortaya koyduk. Bu parametrelerin birçoğunda iyi bir yerdeyiz. Üretim kapasitemiz hâlâ çok güçlü. İhracat tecrübemiz var.

Avrupa'ya ve Orta Doğu'ya yakınız. Esnek üretim ve hızlı teslimat kapasitesine sahibiz. Lojistikte ve navlun maliyetlerinde kısmen avantajlıyız. Ancak bu avantajlarımıza rağmen üretim kapasitemizi küresel rekabet gücüne dönüştüremiyoruz. Çünkü yıllardır üstüne basa basa söylediğimiz gibi sorunun temelinde maliyetler var. Rapor, dışarıdan bir gözle sorunun nereden kaynaklandığını net bir şekilde gösteriyor."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "İncelediğimiz bütün sektörlerde maliyet yapımız ve rakip ülkelerle aramızdaki makroekonomik ayrışma öne çıkan başlık oldu. Fiyatlama kabiliyetimizin zayıflaması, beraberinde pazar kayıplarını getirdi."



### "RAKİP ÜLKELERDE İSTİKRARLI SEYREDEN MALİYET YAPISI TÜRKİYE'DE BOZULDU"

Mustafa Gültepe, Türkiye'de işçilik, enerji, finansman, ham madde ve lojistik maliyetlerinin rakip ülkelere göre çok daha hızlı yükseldiğinin altını çizdi. 2019-2025 döneminde Türkiye'de ortalama yıllık enflasyonun yüzde 38 civarında olduğunu belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Karşılaştırma yaptığımız rakip ülkelerin hepsinde ortalama enflasyon tek hanelerde. Ortalama enflasyonu yüzde 8'in üzerine çıkan ülke yok. İşte bu ayrışma doğrudan ihracatçının maliyetine eklendi.

2019'dan bu yana asgari ücret yüzde 1.290, ham madde ve ara malı fiyatları yüzde 1.250, enerji fiyatları yüzde 1.490 arttı. Aynı dönemde dolar kurundaki artış ise yüzde 860'ta kaldı. Kur aynı hızda yükselmediği için dolar bazında enerji fiyatlarında yüzde 74, asgari ücrette yüzde 51, genel maliyetlerde yüzde 55 artış oldu. Örneğin ülkemizde dolar bazında bir makine ürününün üretim maliyeti 2022'ye göre yüzde 60 arttı. Bu oran hazır giyimde yüzde 58, mobilyada ise yüzde 55 oldu. Rakip ülkelerde daha istikrarlı seyreden maliyet yapısı Türkiye'de bozuldu. İncelediğimiz bütün sektörlerde maliyet yapımız ve rakip ülkelerle aramızdaki makroekonomik ayrışma öne çıkan başlık oldu. Fiyatlama kabiliyetimizin zayıflaması, beraberinde pazar kayıplarını getirdi. Küresel ihracattan aldığımız pay, iki yılda yüzde 1,08'den yüzde 0,98'e geriledi. Pazar kaybı, kapasiteye ve istihdama da yansıdı. İmalat sanayisinde sigortalı çalışan sayısı dört yılda 480 bin azaldı. Biz yıllarca fiyat-performans ülkesi olarak öne çıkıyor, kaliteli ürünü makul fiyat ve hızlı teslimatla sunuyorduk. Rapor, bu dengenin iki taraftan zorlandığına işaret ediyor. Asya'nın düşük maliyetli üreticileri fiyatla baskı kurarken, Avrupa'daki rakiplerimiz aynı pazarlarda bizimle yarışıyor. Örneğin Polonya, dokuz sektörün yedisinde karşımıza rakip olarak çıkıyor. Sonuç bizim için sürpriz olmadı. Yıllardır sahadan dile getirdiğimiz sorun, bağımsız bir çalışmanın verileriyle teyit edildi."




### "BUGÜN REKABET EDEMEZSEK YARINA YATIRIM YAPAMAYIZ"

Mustafa Gültepe, rekabetçilikte yaşanan sorunun ihracatın geleceğini de yakından ilgilendirdiğinin altını çizdi. Küresel ticarette iddialı olabilmeleri için teknolojiye, AR-GE'ye, inovasyona, ikiz dönüşüme, tasarıma ve markalaşmaya daha fazla kaynak ayırmak gerektiğini vurgulayan Gültepe, şunları söyledi:

"Dönüşümün ön koşulu fiyat rekabetçiliği. İhracatçının bütün bu alanlara yatırım yapabilmesi için önce pazarlarda güçlü olması gerekiyor. Pazar kaybeden firma, dönüşüme kaynak ayıramaz. Bugün rekabet edemezsek yarına yatırım yapamayız. Fiyat rekabetçiliğinde son yıllarda yaşanan aşınma, ihracatın geleceği için stratejik bir soruna dönüşme riski taşıyor. Dolayısıyla, rekabetçiliği önceleyen politikalara ihtiyacımız var. Rekabetçiliğimizi yeniden güçlendirmek için bir yol haritası niteliğindeki rapor, dokuz sektör için 189 politika adımı öneriyor. Raporda sektörlere özel spesifik öneriler yer alıyor. Hedef pazarlarda kalıcı konum elde edilmesi, desteklerin katma değer ve performans temelinde yapılandırılması, AR-GE, ürün geliştirme ve inovasyona daha fazla destek ve Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği'nin güncellenmesi ise tüm sektörlerin ortaklaştığı başlıklar olarak öne çıkıyor."

Mustafa Gültepe, Türkiye'nin üretim potansiyeline, 160 bini aşkın üyesi bulunan büyük ihracat ailesine güvendiğini, dört yıl önceki rekabet koşullarının sağlanması hâlinde yıllık çift haneli artışlarla orta ve uzun vadeli hedeflere emin adımlarla yürüyebilecekleri-ni sözlerine ekledi.

# TİM WINGS Kadın İhracatçıları İlham Veren Yolculukta Buluşturdu

**"TİMWINGS Kadın İhracatçılar Buluşması", kadınların üretim, girişimcilik ve ihracattaki gücünü artırmak için iş dünyasının temsilcileri ile kadın ihracatçıları deneyim paylaşımı etrafında bir araya getirdi.**




Türkiye İhracatçılar Meclisi, kadınların üretim, girişimcilik ve ihracattaki gücünü artırmak amacıyla hayata geçirdiği TİMWINGS programı kapsamında iş dünyasının önemli temsilcilerini ve kadın ihracatçıları bir araya getirdi. TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen "TİMWINGS Kadın İhracatçılar Buluşması"nda, bilimden girişimciliğe, yenilikçi fikirlerden uluslararası başarıya uzanan ilham veren deneyimler paylaşıldı. Etkinliğe İstanbul Milletvekili Nilhan Ayan, önceki dönem Avrupa Birliği Bakanı ve Başmüzakereci, Birleşmiş Milletler Medeniyetler İttifakı Yüksek Düzeyli Danışma Konseyi Üyesi Egemen Bağış, TİM Başkan Vekili Ahmet Öksüz, TİM Yönetim Kurulu Üyesi ve TİM WINGS Kurucusu Melisa Tokgöz Mutlu, iş dünyası ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile kadın ihracatçılar katıldı.

### TİM WINGS'İN BUGÜNÜ VE GELECEK VİZYONU PAYLAŞILDI

Programın açılış konuşmasını gerçekleştiren TİM Yönetim Kurulu Üyesi ve TİM WINGS Kurucusu Melisa Tokgöz Mutlu, kadınların üretimden ihracata uzanan yolculuklarında daha güçlü bir şekilde yer almalarının önemine dikkat çekti.

Açılışın ardından "TİM WINGS: Bugünden Geleceğe - Çalışmalarımız ve Yol Haritamız" başlıklı sunumuyla TİM WINGS'in bugüne kadar gerçekleştirdiği faaliyetleri ve gelecek dönem vizyonunu katılımcılarla paylaştı.

Sunumda, kadın ihracatçıların uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmak, finansman olanaklarından daha etkin yararlanmalarını sağlamak ve küresel rekabet güçlerini artırmak amacıyla hayata geçirilen çalışmalar ele alındı. Ticaret Bakanlığı, Türk Standardları Enstitüsü (TSE), Türk Eximbank ve İhracatı Geliştirme AŞ (İGE) ile yürütülen iş birliklerinin yanı sıra kadın ihracatçılara yönelik eğitim, bilgilendirme, networking ve uluslararası pazarlara açılma faaliyetlerinin önemi vurgulandı.

### BİLİMDEN KÜRESEL BAŞARIYA UZANAN İLHAM VEREN BİR YOLCULUK

Etkinliğin dikkat çeken bölümlerinden biri, Ergün Kırlıkovalı'nın konuk olduğu "İlham Veren Bir İhracat Yolculuğu" başlıklı söyleşi oldu. Söyleşinin moderatörlüğünü Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) Yönetim Kurulu Başkanı Sevda Kayhan Yılmaz ile KADKON Başkanı Betül Gülbahar birlikte üstlendi.

Bilimsel bilgi birikiminin girişimcilik vizyonuyla birleşerek uluslararası ölçekte nasıl bir değere dönüşebileceğine odaklanan söyleşide, Ergün Kırlıkovalı'nın mesleki deneyimleri, iş dünyasındaki başarı yolculuğu ve küresel pazarlara ilişkin birikimleri katılımcılarla paylaşıldı.

Bilginin ekonomik değere dönüşmesi, yenilikçi düşüncenin önemi, uluslararası rekabet ve sürdürülebilir başarı gibi konuların öne çıktığı söyleşi, kadın ihracatçılar için ilham verici bir deneyim paylaşımına dönüştü.





# TİM Ticaret Heyetleriyle Yeni İş Birliği Kapıları Açtı

**Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda Kazakistan, Meksika, Hong Kong ve Singapur'a yönelik ticaret heyetleri gerçekleştirdi. Programlarda Türk ihracatçıları farklı sektörlerden yüzlerce iş insanıyla bir araya gelirken, toplamda 650'yi aşkın ikili iş görüşmesi gerçekleştirildi.**



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçıların yeni pazarlara erişimini güçlendirmek ve uluslararası iş birliklerini geliştirmek amacıyla ticaret heyeti programlarını sürdürüyor. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda ekim ayı boyunca Kazakistan, Meksika, Hong Kong ve Singapur'a düzenlenen heyetlerde Türk firmaları, potansiyel alıcı ve iş ortaklarıyla doğrudan temas kurdu.

### KAZAKİSTAN'DA 273 İKİLİ İŞ GÖRÜŞMESİ

TİM ve Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) organizasyonuyla 19-22 Ekim 2026 tarihlerinde Kazakistan'ın Almatı şehrine yönelik Genel Ticaret Heyeti düzenlendi. Programa Türkiye'den 30 firma ve 34 temsilci, Kazakistan'dan ise 99 firma katıldı. Heyet kapsamında gerçekleştirilen B2B görüşmelerinde toplam 273 ikili iş görüşmesi yapıldı.

Programın açılışında DAİB Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Madırlı, DEİK Türkiye-Kazakistan İş Konseyi Başkanı Selçuk Yüce, TÜKİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Gürol Eren, Atameken Almatı Girişimciler Odası Direktörü Çingishan Maratoviç Mamanov ve T.C. Almatı Başkonsolosu Tuğba Alan Özdenfedakar konuşma yaptı.

### MEKSİKA'DA 150'YE YAKIN GÖRÜŞME

TİM organizasyonuyla 20-24 Ekim 2026 tarihlerinde Meksika'nın başkenti Mexico City'ye yönelik Ticaret Heyeti gerçekleştirildi. Heyete 16 Türk ihracatçı firmadan 19 temsilci katılırken, 60 Meksikalı ithalatçı firma ile 150'ye yakın ikili iş görüşmesi yapıldı.

### HONG KONG VE SİNGAPUR'DA YENİ TİCARİ TEMASLAR

25 Ekim-1 Kasım 2026 tarihlerinde ise Hong Kong ve Singapur'a yönelik Genel Ticaret Heyeti gerçekleştirildi. Gıda, mücevher, lojistik teknolojileri, eğitim ve turizm başta olmak üzere farklı sektörlerden firmaların yer aldığı heyet kapsamında iki önemli Asya pazarında iş görüşmeleri ve kurumsal temaslar yapıldı.

Heyetin Hong Kong ayağında açılış konuşmalarını T.C. Hong Kong Başkonsolosu Emirhan Yorulmazlar ile Hong Kong General Chamber of Commerce ve Hong Kong Trade Development Council temsilcileri gerçekleştirdi. Hong Kong programına 12 Türk firması katılırken, yaklaşık 60 Hong Konglu iş insanıyla 150'ye yakın ikili iş görüşmesi yapıldı.

Heyetin Singapur ayağı ise T.C. Singapur Büyükelçisi Sadık Arslan, ihracatçı heyeti ve iki ülke iş dünyası temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi. Program kapsamında Türk ihracatçıları Singapurlu iş insanlarıyla bir araya gelirken, 100'e yakın ikili iş görüşmesi yapıldı.

# Döviz Dönüşüm Desteğinde Yeni Dönem İhracatçı için Ne Değişti?



**Yıllık 100 milyon TL'lik destek tavanı ve firma bazlı satış limitleriyle şekillenen yeni sistem, ihracatçıların destekten yararlanma koşullarını yeniden belirliyor.**

Firmaların yurt dışından elde ettikleri döviz gelirlerini Türk lirasına çevirmelerini teşvik eden döviz dönüşüm desteği, 1 Ekim itibarıyla yeni bir uygulama çerçevesine kavuştu. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının (TCMB) yayımladığı uygulama talimatı, destekten yararlanma koşullarını yeniden düzenlerken üretim, istihdam ve katma değer oluşturan firmaları öne çıkaran bir yapı getiriyor.

## 2023'TEN BU YANA 44 BİN FİRMAYA DESTEK SAĞLANDI

TCMB, döviz dönüşüm desteğini Ocak 2023'te firmaların yurt dışı kaynaklı döviz gelirlerini Türk lirasına çevirmelerini teşvik etmek ve Merkez Bankası rezervlerini güçlendirmek amacıyla uygulamaya aldı. İlk dönemde dönüştürülen dövizin Türk lirası karşılığının yüzde 2'si oranında sağlanan destek, Mayıs 2025'te geçici olarak yüzde 3'e çıkarıldı.

TCMB'nin 28 Eylül 2026 tarihli Merkezin Güncesi yazısında paylaşılan bilgilere göre uygulamanın başladığı 2023 yılından bu yana yaklaşık 44 bin firmaya destek sağlandı. Destekten yararlanan firmaların toplam ihracatçı firmalar içindeki payı ise 2026'da yüzde 34'e ulaştı. Yeni düzenlemeyle bu oranın daha da artırılması hedefleniyor.

## DÖVİZ ALMAMA TAAHHÜDÜ KALKTI

Yeni dönemin en dikkat çekici değişikliği, destekten yararlanan firmaların döviz alımlarına ilişkin taahhütlerinin kaldırılması oldu. Önceki uygulamada firmalardan, destek ödemesini takip eden bir ay içinde aldıkları destek tutarının yüzde 10'undan fazla döviz satın almamaları yönünde taahhüt alınıyordu. Bu koşul, ilerleyen dönemde dövizle ham madde veya ara malı satın alması gereken, yeni siparişler için döviz ihtiyacı doğabilecek ya da işletme sermayesini döviz cinsinden tutan şirketler açısından kısıt oluşturabiliyordu.

Yeni uygulamada bu taahhüt yerine döviz pozisyonu oranı esas alınıyor ve buna göre de döviz pozisyonu oranı yüzde 10'u aşan firmalar destekten yararlanamıyor. Oranın hesaplanmasında firmanın likit döviz varlıkları, net satış hasılatı ile toplam aktiflerinden hangisi daha yüksekse o tutarla karşılaştırılıyor. Dolayısıyla değerlendirme, yalnızca belirli bir dönemde döviz satın alınıp alınmadığına değil, firmanın döviz varlıklarının mali yapısı içindeki yerine dayanıyor. Bu değişiklik, döviz ihtiyacı faaliyetlerinin doğal bir parçası olan şirketlerin destekten yararlanma imkânını korumayı amaçlıyor.

## YILLIK DESTEK ÜST SINIRI 100 MİLYON TL

Yeni sistem, firmaların bir takvim yılı içinde yararlanabilecekleri döviz dönüşüm desteğine 100 milyon TL üst sınır getiriyor. Ancak bu tutar, her şirketin otomatik olarak alabileceği bir ödeme anlamına gelmiyor. Firmaların hem döviz pozisyonu şartını karşılaması hem de kendileri için hesaplanan satış limiti içinde kalması gerekiyor. Dolayısıyla yıllık destek tavanı ile Merkez Bankasına satılabilecek döviz miktarını belirleyen firma satış limiti, birbirinden ayrı iki sınır olarak değerlendirilmeli.

Destek, Merkez Bankasına satılan dövizin işlem günündeki dönüşüm kuru üzerinden hesaplanan Türk lirası karşılığına mevcut destek oranının uygulanmasıyla belirleniyor. Mevcut yüzde 3'lük oran kapsamında, gerekli koşulları sağlayan bir firmanın destek tutarı, uygun bulunan dönüşüm işlemi üzerinden hesaplanıyor. Bununla birlikte ödeme, firmanın yararlanabileceği destek tavanını ve satış limitini aşamıyor.

2026'nın son çeyreği için ayrıca geçiş hükmü bulunuyor. 1 Ekim-

> Döviz Dönüşüm Desteği uygulamasının başladığı 2023 yılından bu yana yaklaşık 44 bin firmaya destek sağlandı. Destekten yararlanan firmaların toplam ihracatçı firmalar içindeki payı 2026'da yüzde 34'e ulaştı.

Yeni sistem, firmaların bir takvim yılı içinde yararlanabilecekleri döviz dönüşüm desteğine 100 milyon TL üst sınır getiriyor. Bu kapsamda firmaların hem döviz pozisyonu şartını karşılaması hem de kendileri için hesaplanan satış limiti içinde kalması gerekiyor.

31 Aralık 2026 döneminde hem firma satış limitine hem de yıllık destek üst sınırına 0,25 katsayısı uygulanacak. Buna göre, bu dönem için azami destek tutarı 25 milyon TL olacak. 1 Ekim öncesinde yapılan döviz satışları ve alınan destekler, ilgili geçiş dönemi limitlerinin hesabında dikkate alınmayacak.

### HANGİ DÖVİZ GELİRLERİ DESTEK KAPSAMINDA?

Firmaların yurt dışı kaynaklı döviz gelirlerini kapsayan düzenleme kapsamında döviz cinsinden ihracat gelirleri, yurt dışında yerleşik kişilerden elde edilen döviz kazandırıcı hizmet gelirlerinden Türkiye'ye getirilen tutarlar ve serbest bölgelerde faaliyet gösteren şirketlerin yurt dışına yaptıkları satışlardan elde ettikleri dövizler değerlendirilebiliyor. Kıymetli maden ihracatından kaynaklanan döviz gelirleri ise uygulama kapsamı dışında tutuluyor.

Dövizin Merkez Bankasına satışında ABD doları, euro ve İngiliz sterlini esas alınıyor. Diğer döviz cinslerinden elde edilen gelirler, aracı banka tarafından bu para birimlerinden birine dönüştürülerek Merkez Bankasına satılabiliyor. Desteğe başvuracak şirketlerin, dövizin yurt dışı kaynaklı olduğunu ve ilgili ihracat ya da hizmet faaliyetiyle bağlantısını belgelemeleri gerekiyor.

Aracı bankalar, dövizin kaynağını kontrol etmekle yükümlü. Yurt içindeki bir bankadan transfer edilen tutarlarda da dövizin yurt dışından geldiğini gösteren belgeler talep edilebiliyor. Kaynağı doğrulanamayan dövizler için destek başvurusu kabul edilmiyor.

Peşin ihracat bedellerinde ise ek bir takip yükümlülüğü var. Firma, dövizi Merkez Bankasına sattıktan sonra altı ay içinde en az satılan tutar kadar, ödeme şekli "Peşin Ödeme" olarak belirtilmiş gümrük beyannamesi bilgisini ve döviz pozisyonu bildirim formunu bankaya sunmalı. Böylece döviz girişi ile fiilî ihracat arasındaki bağlantının belgelenmesi sağlanıyor.

## "YENİ DÜZENLEME, BEKLENTİLERİ KARŞILAMAKTAN UZAK KALDI"



**Mustafa Gültepe**
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Döviz Dönüşüm Desteği ile ilgili Bloomberg HT'ye yapmış olduğu değerlendirmede şunları söyledi: "Yeni sistemi pozitif değerlendiremiyorum. Zaten sektörler son üç yılda faaliyet kârı yapmıyor. Burada bir yanlışlık var. Yeni sisteme göre özellikle desteklenmesi gereken sektörler buradan daha az, yani üçte bir oranında yararlanacak. Bunun değişmesi gerekiyor.

Döviz dönüşüm desteğinde yeni sistem uygulamaya konulmadan önce bu desteği kullananlarla istişare toplantıları yapmak gerekiyordu. Bunu neden talep ettiğimize iyi bakılması gerekirdi. Döviz dönüşüm desteği verildi çünkü kur fazla baskılanıyordu. Yüzde 8'e çıkarılmasını istiyoruz çünkü enflasyonla kur arasındaki makas yarı yarıya. Girdiler yüzde 50 artıyorsa, döviz yüzde 25 artıyor. Bunu tolere etme şansımız yok. Bunu hiçbir teknolojik gelişme karşılayamaz. Bizim beklentimiz daha fazla yükseltilmesiyken, özellikle desteklenmesi gereken sektörler buradan daha az yararlanacak. Bunun değişmesi gerekiyor, moral motivasyon kalmadı. Bizi desteklemeleri gerekirken var olan desteğin geri çekilmesi doğru bir hamle olmadı. Tabana yaymak doğru ama mevcudu indirmeden tabana yaymak gerekiyor. Önümüzdeki dönemde yapılan yanlıştan dönülür umarım."





## DÖVİZ ALMAMA TAAHHÜDÜNÜN KALDIRILMASI İHRACATÇIYA NE KAZANDIRIYOR?



**Dr. Hakan Çınar**
Dış Ticarete Yön Verenler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı

İhracatçının temel ihtiyacı yalnızca dövizini serbestçe alıp satabilmek değil, aynı zamanda uluslararası ticaretin gerektirdiği döviz likiditesini kesintisiz yönetebilmektir.

Döviz almama taahhüdünün kaldırılması, ilke olarak ihracatçının finansal hareket alanını genişleten olumlu bir gelişmedir. Çünkü ihracatçı şirketler yalnızca döviz kazanan kuruluşlar değildir; aynı zamanda ithal girdi kullanan, döviz cinsinden borçlanan ve uluslararası ödemeler gerçekleştiren işletmelerdir. Önceki sistemde dövizini Türk lirasına dönüştüren ihracatçı, yeniden döviz satın alma konusunda belirli kısıtlamalarla karşılaşıyordu. Bu durum özellikle ithalata bağımlı üretim yapan şirketlerin döviz pozisyonlarını yönetmesini zorlaştırabiliyordu.

**Bu taahhüdün kaldırılması üç önemli avantaj sağlayabilir:**

- Şirketler, döviz gelirlerini Türk lirasına dönüştürdükten sonra ihtiyaç duyduklarında yeniden döviz alabilecek.
- İthalat ve dış borç ödemeleri için daha esnek bir nakit akışı planlaması yapılabilecek.
- Döviz dönüşüm desteğinden yararlanma kararı, şirketlerin ticari ihtiyaçlarıyla daha uyumlu hâle gelebilecek.

### "DESTEK FİNANSMAN MALİYETLERİNİ GERÇEKTEN AZALTIYOR MU?"

Yeni uygulamanın en fazla tartışılması gereken tarafının yüzde 10'luk döviz pozisyonu kriteri olduğunu düşünüyorum. Bu düzenleme özellikle ithal girdiye bağımlı üretim yapan, yüksek tutarda döviz ödemesi bulunan ve uluslararası ticaret hacmi nedeniyle döviz likiditesi taşımak zorunda olan şirketleri etkileyebilir. Burada üzerinde durulması gereken temel mesele şudur: İhracatçının döviz bulundurması ile döviz biriktirmesi aynı şey değildir.

İthalat ödemeleri, döviz kredisi taksitleri veya yurt dışı tedarikçi yükümlülükleri nedeniyle tutulan dövizlerin de kriter kapsamında değerlendirilmesi, bazı şirketler için ciddi bir dezavantaj yaratabilir. Bu nedenle düzenlemenin, şirketlerin yalnızca döviz varlıklarını değil, yakın vadeli döviz yükümlülüklerini ve net döviz ihtiyaçlarını da dikkate alacak şekilde geliştirilmesinin yararlı olacağı kanaatindeyim. Sonuç olarak, yüksek katma değer üreten şirketleri destekleme hedefini doğru buluyorum. Ancak dış ticarette faaliyet gösteren şirketlerin finansal yapılarının birbirinden çok farklı olduğu unutulmamalı.

Döviz dönüşüm desteğinin ihracatçı açısından önemli bir finansman avantajı sağlayabileceği açık. Ancak bu avantajın her şirket için aynı ölçüde geçerli olduğunu söylemek mümkün değil. Mevcut yüzde 3'lük destek oranı üzerinden değerlendirdiğimizde örneğin, 1 milyon dolar karşılığı dövizini Türk lirasına dönüştüren bir ihracatçı, dönüşüm tutarının yüzde 3'ü kadar ilave destek elde edebiliyor.

Ancak konunun diğer tarafında kur riski bulunuyor. Bir ihracatçı bugün dövizini Türk lirasına dönüştürdüğünde destek kazanırken birkaç hafta sonra ithalat ödemesi yapmak için yeniden döviz satın almak zorunda kalabilir. Bu süre içinde kur yükselirse elde ettiği desteğin önemli bir kısmını, hatta tamamını kaybedebilir. Özellikle ithalat girdisi yüksek şirketlerde kur riskinden korunma araçlarının maliyeti de bu hesaba dâhil edilmelidir.




# Geleceğin Kodunda İnsan Var:

## “Humanity 6.0 – İnsanlığın Yeni Evresi”

**Türkiye Innovation Week 2026, 13’üncü yılında yapay zekâdan robotik teknolojilere, yeni nesil üretimden girişimciliğe uzanan başlıklarla iş dünyasının temsilcilerini, teknoloji ekosistemini ve gençleri İstanbul’da bir araya getirdi. “Humanity 6.0 – İnsanlığın Yeni Evresi” temasıyla düzenlenen etkinlik, insanın teknolojiyle birlikte değişen rolünü ve inovasyonun üretimden ihracata uzanan etkilerini gündeme taşıdı.**

Yapay zekâ, robotik teknolojiler ve biyoteknoloji alanındaki ilerlemeler, sanayiden hizmet sektörüne kadar pek çok alanda yeni fırsatlar yaratırken inovasyon, Türkiye’nin yüksek katma değerli üretim ve ihracat hedeflerinde giderek daha fazla önem kazanıyor. Teknolojik dönüşümün merkezine insanı yerleştiren bu yaklaşım, bu yıl 13’üncüsü düzenlenen Türkiye Innovation Week 2026’nın (TIW26) ana temasını oluşturdu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ev sahipliğinde, Ticaret Bakanlığının desteğiyle düzenlenen Türkiye Innovation Week 2026, 15-17 Ekim tarihleri arasında Haliç Kongre Merkezi’nde gerçekleştirildi. Bu yıl “Humanity 6.0 – İnsanlığın Yeni Evresi” temasıyla kapılarını açan organizasyonda, teknolojinin üretim süreçlerinden çalışma hayatına, eğitimden toplumsal yaşama kadar uzanan etkileri ele alındı. İnsan ile yapay zekânın birlikte şekillendireceği geleceğe odaklanan etkinlik, değişen yetkinlikleri, yeni iş modellerini ve inovasyonun ekonomik dönüşümdeki yerini gündeme taşıdı.

Dünyanın farklı noktalarından düşünce liderlerini, bilim insanlarını, girişimcileri, yatırımcıları ve gençleri İstanbul’da buluşturan TIW26, ziyaretçi sayısını yüzde 75 artırarak 35 bine taşıdı.




## TIW26 ODAĞINA İNSAN VE İNOVASYONU ALDI

Üç gün boyunca dokuz farklı program alanı ve sahnede 120'den fazla konuşmacıya ev sahipliği yapan Türkiye Innovation Week 2026'nın açılış programı Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla gerçekleştirildi. Dünyanın farklı noktalarından düşünce liderlerini, bilim insanlarını, ihracatçıları, girişimcileri, yatırımcıları ve gençleri İstanbul'da buluşturan TIW26, ziyaretçi sayısını yüzde 75 artırarak 35 bine taşıdı.

Programın ilk gününde panel ve etkinliklerin yanı sıra İnova-TİM ve Türkiye'nin Girişimcileri yarışmalarında başarı gösteren gençler ödüllendirildi. Programın açılış konuşmasını gerçekleştiren TİM Başkanı Mustafa Gültepe, yapay zekânın üretimden ticarete her alana girdiğini, makinelerin öğrendiğini, algoritmaların karar verdiğini söyledi. Yeni çağın pusulasının insanı gösterdiğini ve TIW26'yı bu anlayışla hazırladıklarını belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu büyük dönüşümün merkezinde insan var. Dönüşümün tarihi bu topraklarda yazıldı. Bu toprakların insanları Kapadokya'da bin yıl önce 20 bin kişinin barınabileceği yer altı şehirleri kurdu. Havalandırmasıyla, su sistemiyle tam bir mühendislik harikası şehirlerden söz ediyoruz. Bu aynı zamanda bir inovasyondu. 800 yıl önce Diyarbakır'da Artuklu Sarayı'nda El-Cezeri suyla çalışan makineler tasarladı. İşte o makineler bugün robotiğin ilk örnekleri olarak anılıyor. Bu da bir inovasyondu. Özetle inovasyon bu toprakların tarihsel refleksi ve bu refleksin kaynağı hep insan oldu."

Türkiye Innovation Week 2026'nın ikinci gün programı, İnovaLİG Ödül Töreni ile başladı. Ödüller, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe tarafından sahiplerine takdim edildi. Törenin ardından Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın teşrifleriyle devam eden programda, Cumhurbaşkanı Erdoğan Türkiye'nin dört bir yanından gelen iş dünyası temsilcilerini, ihracatçıları, girişimcileri ve gençleri selamladı.

## "İNOVASYON REKABETİN TEMELİNDE YER ALIYOR"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, organizasyonun ikinci gününde düzenlenen programın açılış konuşmasına, Türkiye Innovation Week'in ilk yılından bu yana Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın gösterdiği ilgi ve desteğin kendileri için önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu söyleyerek başladı.

Aynı gün gerçekleştirilen İnovaLİG Ödül Töreni'ne de değinen Gültepe, tekstilden savunma sanayisine, çelikten gemi inşasına kadar farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların aynı sahnede buluşmasının inovasyonun belirli sektörlerle sınırlı olmadığını gösterdiğini ifade etti.

Gültepe, "İnovasyon, üretimin olduğu her yerde gelişmenin ve rekabetin temelinde yer alıyor. Firmalarımız tek bir başarıyla yetinmiyor; hep yeniyi arıyor, hep daha iyisini geliştirmek için çalışıyor. Onlar bize inovasyonun güçlü bir kabiliyet olduğunu gösteriyor." dedi.

**TİM Başkanı Mustafa Gültepe:** "Bugün fikirleri ticarete dönüştürenler daha çok kazanıyor. Bizim hedefimiz de tam olarak bu. Fikri bizden, tasarımı bizden, markası bizden, inovasyonu bizden bir hayalin peşindeyiz."







## "FİKİR ÜRÜNE, ÜRÜN MARKAYA, MARKA İHRACATA DÖNÜŞMELİ"

Türkiye'nin üretim ve ihracatta geldiği noktanın yalnızca rakamlardan ibaret olmadığını vurgulayan Gültepe, bunun aynı zamanda üretmeyi öğrenen, üretimini çeşitlendiren ve ürettiğiyle dünyaya açılan Türkiye'nin dönüşüm hikâyesi olduğunu söyledi. Kalitede dünya standartlarının yakalandığını, tasarımda küresel ölçekte rekabet edildiğini belirten Gültepe, bundan sonraki hedefin yüksek teknolojiyle dünyaya yön verebilmek olduğunu ifade etti.

Gültepe, "Teknoloji geliştirmek hiç şüphesiz büyük başarı. Ancak asıl başarı, geliştirilen o teknolojinin dünya pazarlarında aranan bir ürüne dönüşmesinde saklı. Bugün fikirleri ticarete dönüştürenler daha çok kazanıyor. Bizim hedefimiz de tam olarak bu. Fikri bizden, tasarımı bizden, markası bizden, inovasyonu bizden bir hayalin peşindeyiz." diye konuştu.

Üniversitelerde üretilen bilginin sanayiyle, girişimcilerin fikirlerinin sermayeyle ve üreticilerin kabiliyetlerinin dünya pazarlarıyla buluşturulması gerektiğini vurgulayan Gültepe, Türkiye Innovation Week'in bu anlayışı güçlendiren önemli bir platform olduğunu söyledi.

Gültepe, "Fikir ürüne, ürün markaya, marka ihracata dönüştüğünde inovasyon amacına ulaşır. İşte Türkiye Innovation Week ile büyütmek istediğimiz anlayış tam olarak bu." dedi. Bu dönüşümün merkezinde insanın bulunduğunu ifade eden Gültepe, "Humanity 6.0 – İnsanlığın Yeni Evresi" temasının da bu yaklaşımı yansıttığını belirtti.

## "YIL SONUNDA 410 MİLYAR DOLARIN ÜZERİNE ÇIKACAĞIZ"

Türkiye'nin girişimcilikten tasarıma, markalaşmadan ihracata kadar birçok alanda önemli bir dönüşüm gerçekleştirdiğini belirten Gültepe, son 12 ayın yedisinde ihracat rekoru kırıldığını, eylül ayında ise çift haneli ihracat artışı gerçekleştirildiğini hatırlattı. Gültepe, aylık ihracatın da yaklaşık 26 milyar dolarla en yüksek ikinci seviyesine ulaştığını söyledi.




Türkiye Innovation Week 2026'nın ana stratejik partneri Trendyol olurken stratejik partnerleri arasında İhracatı Geliştirme AŞ (İGE), Türk Ticaret Bankası, Türkiye Sigorta, Ziraat Bankası, VakıfBank, Halkbank ve Doğuş Teknoloji yer aldı.





Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: "24 yıl önce sayıları bir elin parmaklarını dahi geçmeyen teknoparklarımızın sayısı bugün 115'e ulaştı. 2002'de 1,2 milyar dolar olan Türkiye'nin araştırma, geliştirme harcamalarını 20 milyar dolara çıkardık."

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 2026 yılı için belirlediği 282 milyar dolarlık mal ihracatı hedefinin eylül itibarıyla yıllıklandırılmış bazda aşıldığını belirten Gültepe, hizmet ihracatında da 125 milyar dolar seviyesinin üzerine çıkıldığını ifade etti. Gültepe, "İnşallah yıl sonunda toplam ihracatta 410 milyar doların üzerine çıkacağız." dedi.

**"SAYILI ÜLKENİN SAHİP OLDUĞU BİR İNOVASYON ALTYAPISI İNŞA ETTİK"**

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, konuşmasının başında Ticaret Bakanlığına, TİM'e ve programın düzenlenmesinde emeği geçenlere teşekkür etti. İnovasyon Haftası'nın "İnsanlığın Yeni Evresi" temasıyla düzenlenmesini de son derece anlamlı bulduğunu belirtti.

Cumhurbaşkanı Erdoğan, yapay zekâ, robotik, biyoteknoloji, veri sistemleri ve otonom teknolojiler başta olmak üzere hayatın her alanında köklü değişimler yaşanırken, iş dünyasının bu yeni döneme ne kadar hazır olduğunun tespitinin şüphesiz çok önemli olduğunu vurguladı. Ayrıca bütün bunların şimdiden konuşulmasını, iş hayatı dâhil farklı yönleriyle ele alınmasını çok kıymetli bulduğunu dile getirerek, Türkiye İnovasyon Haftası'nda bu önemli tema altında yürütülecek ufuk açıcı tartışmalara görüşleriyle, düşünceleriyle, birikimleriyle, önerileriyle katkı verenlere teşekkür etti.

Türkiye olarak teknoloji yarışında geri kalmak istemediklerini belirten Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Millî teknoloji hamlemizle dünyada sayılı ülkenin sahip olduğu muazzam bir araştırma, geliştirme ve inovasyon altyapısı inşa ettik. 24 yıl önce sayıları bir elin parmaklarını dahi geçmeyen teknoparklarımızın sayısı bugün 115'e ulaştı. 2002'de 1,2 milyar dolar olan Türkiye'nin araştırma, geliştirme harcamalarını 20 milyar dolara çıkardık." diye konuştu.

**"2030 YILINA KADAR ÜLKEMİZDEN 100 BİN TEKNOLOJİ GİRİŞİMİNİN DOĞMASINI HEDEFLİYORUZ"**

Özgün bir fikri olan, dünyayı daha iyiye dönüştürme idealine sahip her bir insanın hayallerine giden yolu ardına kadar açmaya çalıştıklarını aktaran Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Girişimcilerimizin ihtiyaç duyduğu finansmanı temin etmek üzere girişim sermayesi ve eş finansman mekanizmalarını devreye aldık. Her yıl düzenlediğimiz TEKNOFEST'lerde binlerce yenilikçi fikir somut projeye dönüşüyor. 2019 yılına kadar unicornu olmayan bir ülkeyken bugün sekiz unicornumuz var. 2030 yılına kadar ülkemizden 100 bin teknoloji girişiminin doğmasını, bunların toplam değerlemesinin ise 100 milyar dolara ulaşmasını hedefliyoruz. Atatürk Havalimanı terminal binalarını Terminal İstanbul markasıyla dünyanın en büyük teknoloji ve girişimcilik merkezi hâline getiriyoruz. İlk aşamasını devreye aldığımız Terminal İstanbul'u tüm fonksiyonlarıyla 2027'de kullanıma açacağız." ifadelerini kullandı.

Nisan ayında Türkiye'yi küresel yatırımlar ve teknoloji girişimleri için merkez ülke hâline getirecek adımları kamuoyuyla paylaştıklarını aktaran Cumhurbaşkanı Erdoğan, sözlerine şöyle devam etti: "Merkez Bankamızın 750 milyar lira tahsis ettiği yatırım taahhütlü avans kredisi programı bunların en başında yer alıyor. Yüksek teknoloji destek programı HIT 30'la da Türkiye'nin ileri teknoloji üretim gücünü yükseltmek üzere önemli bir adım attık. KOBİ'lerimizin finansmana erişimini kolaylaştırmak amacıyla 250 milyarlık imalat sanayi kredi finansman programını devreye aldık."

**"VERİ MERKEZLERİMİZİN TOPLAM KURULU GÜCÜNÜ EN AZ 1 GİGAVATA ULAŞTIRACAĞIZ"**

Yakın dönemde "2026-2030 Türkiye Yapay Zekâ Eylem Planı"yla gelecek vizyonunu paylaştıklarını söyleyen Cumhurbaşkanı Erdoğan, şöyle devam etti: "Buna göre, veri merkezlerimizin toplam kurulu gücünü 2030 yılına kadar en az 1 gigavata ulaştıracağız. Veri merkezi, bulut bilişim ve yapay zekâ altyapılarında özel sektörün öncülüğünde en az 10 milyar dolarlık kaynağı harekete geçireceğiz. Bilge dil modelimizle Türkçe yapay zekâ çözümlerinin geliştirilmesini ve farklı sektörlerde yaygınlaşmasını sağlayacağız.

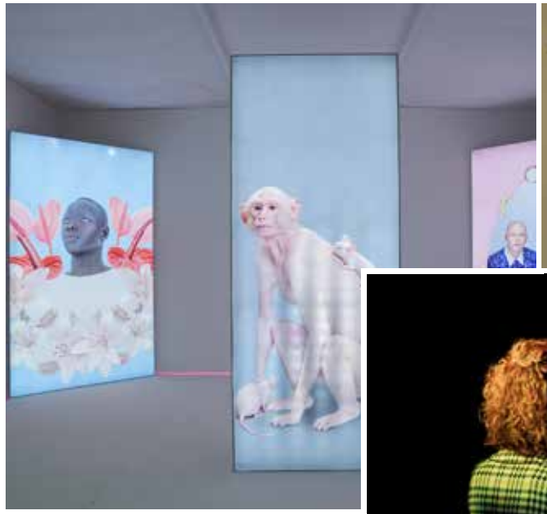
Teknolojiye yaptığımız yatırımların ekonomimiz ve dijital egemenliğimiz için ne anlama geldiğini



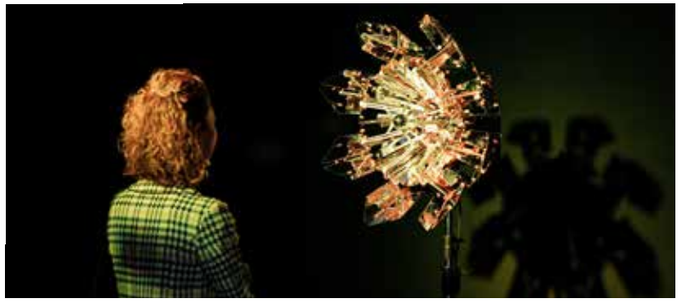




Programda, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe tarafından, Cumhurbaşkanı Erdoğan'a hediye olarak parmak izi formunun içine işlenen ayetin yer aldığı "İnsanın İzi" adlı hat tablosu takdim edildi.







özellikle savunma sanayi alanında görüyoruz. Savunma ve havacılık sektörümüzün 2002 yılında yerlilik oranı sadece yüzde 20, ihracatı ise 248 milyon dolar seviyesindeydi. Güvenlik güçlerimizin kullandığı birçok temel malzemeyi ithal etmek zorunda kalıyorduk. Attığımız kararlı adımlarla ülkemize ve milletimize yakışmayan bu hazin tabloya son verdik. Bugün savunma sanayisinde 4 bin 500'ü aşkın firma, 1.400'ün üzerinde proje, 100 bine yaklaşan doğrudan istihdam ve 100 milyar doların üzerinde proje büyüklüğü ile bambaşka bir seviyeye ulaştık. Geçen yıl 180 farklı ülke ve bölgeye 10 milyar doların üzerinde savunma ve havacılık ürünü ihraç ettik."

### "Türkiye için İleri Teknolojiye Yatırım Yapmak Tercihten Öte Mecburiyettir"

Cumhurbaşkanı Erdoğan, savunma ve havacılık sektörünün ihracatının 2026 yılının Ocak-Eylül döneminde, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 15,6 artarak 6,9 milyar dolara ulaştığını belirterek şunları söyledi: "Türkiye'nin genel ihracatında kilogram başı değer 1,5 dolar civarındayken savunma sanayisinde hacimli ürünler dâhil kilogram başına ihracat değerimiz 65 dolara yaklaşıyor. Hatta SİHA'larımızda kullandığımız kameraların kilogram başı değeri 20 bin dolar civarında. O kameraların içindeki dedektörlerin kilogram başı değeri ise 50 bin dolar.

Bunlar bize şunu anlatıyor: Türkiye için ileri teknolojiye yatırım yapmak tercihten öte mecburiyettir. Yüksek katma değerli üretime geçişi de hızlandırmak zorundayız. Elbette bu süreçte geleneksel olarak güçlü olduğumuz sektörleri ihmal etmeyecek, onları da desteklemeye devam edeceğiz."

### TÜRKİYE INNOVATION WEEK'TE SANAT VE TEKNOLOJİ BİR ARAYA GELDİ

Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında Ayşe Demirci küratörlüğünde hazırlanan Creative Tech Zone sergisi de ziyaretçilerle buluştu. Yapay zekâ, biyoloji, nörobilim ve sürdürülebilirlik alanlarını sanatla buluşturan sergide, insan ve teknoloji arasındaki değişen ilişkiyi ele alan eserler yer aldı. İnsan, makine, duygu ve zekâ arasındaki ilişkilere odaklanan çalışmalar, beden ile veri, doğal ile yapay arasındaki sınırları sorgularken teknolojinin insan yaşamı ve yaratıcılığı üzerindeki etkilerini farklı yönleriyle ortaya koydu.

Sergide Parker Heyl ve Mac Van Dam'ın "Cosmobloom", Hüseyin Aksoylu'nun "Manyetik" ve Uğur Acil'in "Balloon: Kendi İçimde Döndüm Dolaştım" adlı çalışmalarının da aralarında bulunduğu çok sayıda eser ziyaretçilere sunuldu. Seçkide insanın dijital dünyayla kurduğu ilişki, biyolojik süreçler ve doğanın teknolojiyle kesişimini konu alan çalışmalar öne çıktı.

Creative Tech Zone sergisinin AI Cinema Stage bölümünde ise Can Büyükberber, Gökay Gedik ve Bora Somunoğlu'nun yapay zekâ temelli üretimleri bir araya getirildi. Hareketli görüntü ve sinema üzerinden insan yaratıcılığı ile üretken teknolojiler arasındaki ilişkiyi ele alan eserler, yapay zekânın görsel anlatım alanında sunduğu yeni olanakları ortaya koydu.



denizbank.com | 0 850 222 0 804

Sırada
Elektrikli Araç Kredisi
**Fırsatları Var**

- %100 elektrikli motor özellikli 0 km ve 2. el araçlar için uygun kredi seçenekleri
- 24–36 ay vade imkânı
- İşletmelere özel faiz oranı avantajları

Hemen Başvurun

Detaylı bilgi denizbank.com'da.

ENBD

DenizBank

# İnovasyonu Üretime Taşıyan Liderler Sahnede

**Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında düzenlenen İnovaLİG Ödülleri, inovasyonu iş süreçlerine entegre ederek rekabet gücünü artıran şirketleri bir araya getirdi. Türkiye'nin 70 ilinden 2 bin 641 firmanın başvurduğu yarışmada, büyük işletmeler ve KOBİ'ler arasından 10 şirket birincilik ödülüne layık görüldü.**




Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında düzenlenen İnovaLİG Ödülleri sahiplerini buldu. Şirketlerin sürdürülebilir büyüme yolculuğunda inovasyon, yalnızca yeni ürün ve hizmet geliştirmekle sınırlı kalmayarak iş modellerinden organizasyonel yapılara, üretim süreçlerinden kaynak yönetimine kadar geniş bir alanda belirleyici oluyor. Bu dönüşümün Türkiye genelinde yaygınlaşmasını amaçlayan İnovaLİG ise firmaların inovasyon yönetimindeki yetkinliklerini ölçmelerine ve geliştirmelerine katkı sağlıyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen İnovaLİG Ödülleri'nde bu yıl da inovasyonu kurumsal süreçlerinin bir parçası hâline getiren ve yenilikçi uygulamalarıyla öne çıkan şirketler ödüllendirildi. Büyük ölçekli işletmeler ve KOBİ'ler olmak üzere iki ayrı alanda gerçekleştirilen yarışmada, beş farklı kategorinin birincileri belirlendi.

Ödül alan şirketlere ödülleri, Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe tarafından takdim edildi.

### "KALICI REKABET İÇİN KENDİMİZİ SÜREKLİ YENİLEMELİYİZ"

Ödül töreninin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, inovasyonu üretime taşıyan firmaların başarılarının ödüllendirildiğini belirterek değişen pazar koşullarında rekabet gücünü korumanın sürekli gelişimden geçtiğine dikkat çekti. Bir ürünün yalnızca bir kez geliştirilmesinin artık yeterli olmadığını ifade eden Gültepe, şirketlerin ürünlerini ve üretim süreçlerini sürekli yeniden değerlendirmesi ve iyileştirmesi gerektiğini vurguladı.

Gültepe, "Biz de kalıcı rekabet için değişimin hızına ayak uydurmak zorundayız. Çünkü müşteri her zaman bir öncekinden daha iyisini bekliyor. Daha yenisini, daha hızlısını ve daha inovatif olanını uygun fiyatla istiyor. Dolayısıyla kendimizi sürekli yenilemeliyiz. Yüksek teknolojiyi, AR-GE'yi, inovasyonu daha çok işin içine katmalıyız." ifadelerini kullandı.





### "YÜKSEK TEKNOLOJİDE KATEDECEĞİMİZ UZUN BİR YOL VAR"

Türkiye'nin sanayi ürünleri ihracatının değer bazında yüzde 40'ını orta yüksek ve yüksek teknolojili ürünlerin oluşturduğunu belirten Gültepe, teknoloji odaklı üretimin artırılmasının önemine işaret etti. Türkiye'nin orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün kategorilerinde önemli bir konumda bulunduğunu ancak özellikle yüksek teknoloji alanında daha fazla ilerleme kaydedilmesi gerektiğini de sözlerine ekleyen Gültepe, şöyle devam etti: "Bu iki kategoride iyi bir yerdeyiz. Yüksek teknolojide ise katedeceğimiz daha uzun bir yolumuz var. Bu bilinçle teknolojiyi üreten ve kullanan firmalarımızın sayısını artırmak, geliştirdiğimiz yenilikleri rekabetçiliğimizi güçlendirmek için kullanmak istiyoruz. Biz inovasyonu tek seferlik başarıdan ibaret görmüyoruz. Yenilenmeyi firmalarımızın çalışma kültürünün ayrılmaz bir parçası hâline getirmek istiyoruz. İnovaLİG tam da bunu yapıyor. Firmalarımız inovasyon kapasitelerini düzenli olarak ölçüyor. Başarı üründen çok inovasyon yönetimi üzerinden değerlendiriliyor. Firmalarımız, stratejilerinden kurum kültürlerine kadar kendilerini kapsamlı biçimde değerlendirebiliyor ve yıldan yıla gelişimlerini takip edebiliyor."

### "İNOVASYON SEFERBERLİĞİ 70 İLE YAYILDI"

İnovaLİG'e yönelik ilginin her geçen yıl arttığını belirten Gültepe, yarışmanın başlangıcından bugüne ulaştığı katılım düzeyine ilişkin verileri paylaştı. 2014'ten bu yana yarışmanın yaşadığı gelişimi aktaran Gültepe, "İnovaLİG'e 2014'te 460 firmayla başlamıştık. Bu yıl ise 70 ilimizden 2 bin 641 firma başvurdu. Burada 70 ilin altını çizmek isterim. İnovaLİG bu anlamda Türkiye'nin her köşesine yayılan bir inovasyon seferberliğine dönüştü. Artık inovasyonun yalnızca büyük şehirlerimizde değil Anadolu'nun dört bir yanındaki firmalarımızda da karşılık bulduğunu görüyoruz. Katılan her firmamız çok kıymetli bir değerleme raporu almaya hak kazanıyor. Dolayısıyla İnovaLİG'in kaybedeni hiçbir zaman olmadı." dedi.




**TİM Başkanı Mustafa Gültepe:** "Kalıcı rekabet için değişimin hızına ayak uydurmak zorundayız. Dolayısıyla kendimizi sürekli yenilemeliyiz. Yüksek teknolojiyi, AR-GE'yi, inovasyonu daha çok işin içine katmalıyız."

### "GELİŞMENİN ANAHTARI AR-GE, YENİLİK, TASARIM VE KATMA DEĞERDE"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat konuşmasına, son birkaç yılın en popüler konuları arasında yer alan yapay zekânın, insan hayatını değiştirmeye başladığını ve bilgiye ulaşmanın hızlandığını belirterek başladı. Gelişmenin anahtarının AR-GE, yenilik, marka, tasarım ve katma değer olduğu yeni bir çağın içinde bulunduklarını, Ticaret Bakanlığı olarak TİM ve benzeri tüm kuruluşlarla bu konular üzerindeki çalışmaları teşvik etmek amacıyla bu

> 2014'te 460 firmanın katılımıyla başlayan İnovaLİG Yarışması'na bu yıl 70 ilden 2 bin 641 firma başvurdu.

## Büyük Ölçekli Firma Kazananları

**İnovasyon Stratejisi**
1. Kipaş Tekstil
2. Ağaoğlu Tekstil
3. Yiğit Akü

**İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü**
1. ROKETSAN
2. Tunay Gıda
3. EnerjiSA

**İnovasyon Döngüsü**
1. Borçelik Çelik
2. Türk Hava Yolları
3. PMS Alüminyum

**İnovasyon Kaynakları**
1. Termo Isı Sistemleri
2. Sarkuysan
3. Ege Profil

**İnovasyon Sonuçları**
1. Gemak Gemi
2. Kurtsan
3. All Alçı

## KOBİ Ölçeğinde Kazananlar

**İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü**
1. Solimpeks Enerji
2. Turkuaz Sağlık
3. Optimak Teknoloji Grubu

**İnovasyon Kaynakları**
1. VSY Biyoteknoloji
2. Sanver Mühendislik
3. Çolakoğlu Mühendislik

**İnovasyon Sonuçları**
1. Semikal Teknoloji
2. MS SPEKTRAL
3. Milvus Robotics Teknoloji

**İnovasyon Stratejisi**
1. Asis Otomasyon
2. DOF Robotics

**İnovasyon Döngüsü**
1. Chef Seasons
2. Forma Makina Sanayi

> Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Amacımız, bir yandan Türkiye'nin rekabet gücüne sahip olduğu ürünlerde ihracatımızı artırmayı sürdürürken diğer yandan katma değeri, marka değeri, inovasyon içeriği ve teknolojik niteliği yüksek ürünlerin ihracatını geliştirmek."

organizasyonları yaptıklarını dile getirdi.

Bakan Bolat şöyle devam etti: "TIW26'nın ana teması 'Humanity 6.0-İnsanlığın Yeni Evresi' olarak belirlendi. Çünkü teknolojinin insanın yerine geçmesini hedeflemiyoruz. İnsanın teknolojiyi kullanması ve daha üretken bir hayat ve ekonomik sistem içinde çalışmasını hedefliyoruz. İnsanın yapay zekâyı nasıl kullanacağının ve yapay zekânın meydana getireceği zenginliğin nasıl daha adil bir şekilde paylaşılabileceğinin cevabı aranıyor. Bunun için tema İnsanlığın Yeni Evresi."

### "TÜRKİYE, EKONOMİK İSTİKRARINI KORUDU"

Büyümenin 16 yıldır kesintisiz sürdüğünü, 1,7 trilyon dolarlık millî gelire ve 18 bin 300 dolarlık kişi başına millî gelire ulaşmanın çok önemli olduğunu vurgulayan Bolat, eylül ayının ihracat için güzel ve bereketli bir dönem olduğunu söyledi. Bolat, "Yılın dokuz ayının beşinde aylık rekorlar kırdık ve altı ayında artışlarımız oldu. Eylül itibarıyla ihracatımız yıllıklandırılmış olarak yüzde 5,2 artarak 283,7 milyar dolara ulaştı ve yıl sonu hedefi olan 282 milyar doları 1,7 milyar dolar aşmış durumdayız. Yıl sonu daha güzel rakamlara ulaşmayı birlikte hedefliyoruz. Burada inovasyon, teknoloji ve AR-GE'nin katkılarını en çok görebileceğimiz alan orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatımız. Orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatı geçen yıl sonunda 112 milyar dolara ulaştı. Bu yılın ilk dokuz ayında ise 86,5 milyar dolara yükseldi. Amacımız, bir yandan Türkiye'nin rekabet gücüne sahip olduğu geleneksel ve emek yoğun ürünlerde ihracatımızı artırmayı sürdürürken diğer yandan katma değeri, marka değeri, inovasyon içeriği ve teknolojik niteliği yüksek ürünlerin ihracatını artırmak."

### İNOVASYONUN ÖNCÜLERİ ÖDÜLLENDİRİLDİ

İnovaLİG Ödülleri, Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve TİM Başkanı Mustafa Gültepe tarafından kazanan şirketlere takdim edildi. Büyük Ölçekli İşletmeler alanında beş farklı kategoride birincilik ödülleri verildi. İnovasyon Stratejisi kategorisinde Kipaş Tekstil, İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü kategorisinde ROKETSAN, İnovasyon Döngüsü kategorisinde Borçelik, İnovasyon Kaynakları kategorisinde Termo Isı Sistemleri ve İnovasyon Sonuçları kategorisinde Gemak Gemi birinciliğe layık görüldü. KOBİ Ölçeği alanında da inovasyon yönetiminin farklı aşamalarında başarı gösteren beş şirket ödüllendirildi. İnovasyon Stratejisi kategorisinde Asis Otomasyon, İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü kategorisinde Solimpeks Enerji, İnovasyon Döngüsü kategorisinde Chef Seasons, İnovasyon Kaynakları kategorisinde VSY Biyoteknoloji ve İnovasyon Sonuçları kategorisinde Semikal Teknoloji birincilik ödülünün sahibi oldu.




# Aden 2 Ballıkpınarı villaları *Bosch ısı pompası, kombi ve boyler hibrit sistemini seçti.*



Ankara'nın en seçkin projelerinden biri olan Aden 2 Ballıkpınarı villalarının da seçimi üstün Bosch teknolojisi oldu. 5 özel villadan oluşan Aden 2 Ballıkpınarı projesinin ısıtma, soğutma ve sıcak su ihtiyacı için Bosch ısı pompası, kombi ve boylerden oluşan hibrit sistemi kullanılacak. Aden 2 Ballıkpınarı villalarında yaşayacaklara şimdiden kendilerini iyi hissedecekleri, konforlu ve mutlu günler dileriz.

İklimlendirme dünyasının güçlü iş ortağı Bosch Home Comfort olarak, ticari ve endüstriyel alanda farklı konfor ihtiyacı olan binaların, projelerin tüm soğutma ve ısıtma ihtiyacını yüksek verimle karşılayabilecek esnek çözümler sunmaya devam ediyoruz.



**Compress 2000 AWF**
Monoblok Isı Pompası



**Condens 5700i W**
Yoğuşmalı Kombi



**Stora**
Isı Pompası Boyleri

Projenin detayları için:

**Yüksek kalitede mükemmel iklimlendirme sever, tasarruflu konfor sağlayan üstün Bosch teknolojisini seçer.**

Yaşam için teknoloji

BOSCH

# Türkiye'nin Girişimcileri ve İnovasyon Projeleri Ödüllendirildi

**Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında düzenlenen Türkiye'nin Girişimcileri ve İnovaTİM İnovasyon yarışmalarında, hızlı büyüme ve ihracat başarısı gösteren girişimciler ile yapay zekâ ve sürdürülebilirlik alanlarında yenilikçi projeler geliştiren gençler ödüllendirildi.**




Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında düzenlenen "Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması" ile "İnovaTİM İnovasyon Yarışması"nda dereceye giren girişimciler ve projeler ödüllendirildi. Hızlı büyüme, ihracat, kadın teknoloji girişimciliği, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik alanlarında öne çıkan çalışmaların ödüllendirildiği törende, Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi ve inovasyon kapasitesi de gündeme geldi.

Girişimcilik ve inovasyon, ekonomik büyümenin yanı sıra yeni teknolojilerin geliştirilmesi, küresel pazarlara açılma ve sürdürülebilir çözümlerin hayata geçirilmesi açısından önem taşıyor. Farklı sektörlerde geliştirilen yenilikçi iş modelleri ve teknoloji odaklı projeler, girişimlerin rekabet gücünü artırırken Türkiye'nin uluslararası pazarlardaki konumunu güçlendirme potansiyeli de taşıyor. Türkiye Innovation Week 2026 kapsamında gerçekleştirilen ödül töreni de bu alanlarda öne çıkan girişimcileri ve gençlerin yenilikçi fikirlerini bir araya getirdi.

Törende konuşan Cumhurbaşkanlığı Yatırım ve Finans Ofisi İletişim Dairesi Başkanı Gökhan Yücel, Türkiye'nin coğrafi konumu ve genç nüfusunun sunduğu avantajlara değinerek ülkenin Avrupa, Asya ve Orta Doğu arasında bir bağlantı noktası olmasının yanı sıra uluslararası yatırımcıları bir araya getiren bir merkez niteliği taşıdığını söyledi.

### "TÜRKİYE BİLİNDİK GÜÇ TÜRLERİNİN HEPSİNDE SÖZ SAHİBİ"

Konuşmasında, Türkiye'nin bir güç merkezi olduğunu belirten Gökhan Yücel, sözlerini şöyle sürdürdü: "Türkiye'yi güçlü bir merkez yapan en önemli faktör, bilindik güç türlerinin hepsinde söz sahibi olması. Uluslararası ilişkilerde güç genellikle üçe ayrılır. Ben bunlara birkaç tür daha ekliyorum. Sert güç, fabrikalarınızı, limanlarınızı ve silahlı kuvvetlerinizi kapsar. Bunların hepsine biz sert güç diyoruz. Türkiye, dünyada üretilen ve ihraç edilen insansız hava araçlarının yüzde kaçını üretiyor ve ihraç ediyor? Yüzde 70. Belki yüzde 71-72 olmuştur."

Türkiye'nin farklı alanlarda da önemli başarılara imza attığını anlatan Yücel, sözlerine şöyle devam etti: "35 metrenin üzerinde üretilen yatlara mega yat, süper yat denir. Türkiye dünyada süper yat üretiminde İtalya'dan sonra ikinci sırada. Bu 15 sene önce hayal edilebilecek bir şey değildi. Önümüzde Hollanda vardı ve 'Hollanda geçilmez' denilirdi. Türkiye ilk 4'te, 5'te bile değildi. Türkiye şu anda dünyada hem metraj hem proje başına düşen metraj hem de toplam metraj bakımından İtalya'dan sonra en fazla mega yat üreten ülke. Dünyanın en uzun 5'inci yüksek hızlı tren hattına sahibiz."




Cumhurbaşkanlığı Yatırım ve Finans Ofisi İletişim Dairesi Başkanı Gökhan Yücel: "Türkiye şu anda dünyada hem metraj hem proje başına düşen metraj hem de toplam metraj bakımından İtalya'dan sonra en fazla mega yat üreten ülke."

### "TÜRKİYE İNSAN ONURUNU HİÇBİR ZAMAN GERİ PLANA ATMAMALI"

Yücel, Türkiye'nin hava kargo taşımacılığı ve jeotermal enerji alanlarında geldiği noktaya da işaret etti. Türkiye'nin sert, yumuşak, teknolojik ve siber gücünün yanı sıra insani ve vicdani gücüne de dikkati çeken Yücel, sözlerini şöyle tamamladı: "Türkiye'yi iyi tanıyalım. Sert gücüyle, yumuşak gücüyle, akıllı, teknolojik ve siber gücüyle ama her kısımdan çok daha önemli bir güç unsuru var Türkiye'nin elinde. Ona rakip olabilecek başka bir ülke kolay bulabilir miyiz bilmiyorum, vicdani ve insani güç. Türkiye tüm bu güç unsurlarını kullanırken, silahlı kuvvetlerini, askerî donanımını ve enerji altyapısını geliştirirken, enerji yollarını ve araştırmalarını çeşitlendirirken, kutuplarda araştırmalar yaparken, Ay'a gitme hedefine sahip olurken, kuantum bilgisayarı olan 15 ülkeden birisiyken hiçbir zaman insan onurunu geri plana atmamalıdır ve atmayacaktır."

### GİRİŞİMCİLİK YARIŞMASINDA DÖRT FARKLI KATEGORİDE ÖDÜL

Gökhan Yücel'in konuşmasının ardından iki yarışmanın ödülleri

**Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması'nın Kazananları**

- En Hızlı Büyüyen Girişimci
  **BÜYÜTECH**
- En Fazla Ülkeye İhracat Yapan Girişimci
  **ROWND**
- Hedefim Küresel Başarı
  **METALWORM**
- Kadın Teknoloji Girişimcisi
  **UMAYANA**







## İnovaTİM Yapay Zekâ Kategorisinde Ödül Alan Projeler

1. SAFEYU OS
2. SURG-IA
3. MYOGRIP
4. VİZOVA
5. MERGEN

sahiplerini buldu. Türkiye'nin Girişimcileri Yarışması'nda "En Hızlı Büyüyen Girişimci" ödülü, BÜYÜTECH girişimiyle Alparslan Işıklı'ya verildi. "En Fazla Ülkeye İhracat Yapan Girişimci" ödülünü ROWND şirketiyle Tayfun Gümüş kazandı.

"Hedefim Küresel Başarı" ödülüne METALWORM girişimiyle Oğuzhan Yılmaz layık görülürken "Kadın Teknoloji Girişimcisi" ödülünün sahibi UMAYANA girişimiyle Hülya Dağöttüren oldu.

### YAPAY ZEKÂ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PROJELERİ ÖNE ÇIKTI

İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nın Yapay Zekâ Kategorisi'nde birincilik,








Sefa Murat Atıcı ve Yusuf Gündoğdu'nun geliştirdiği SAFEYU OS projesinin oldu. SURG-IA projesiyle İlknur Aydar ve Göknur Aydar ikinci sırada yer alırken MYOGRIP projesiyle Taha Berkay Yılmaz, Sana Ahmed Aboumousa, Dilşad Atasever, Furkan Ak ve Arda Göksu üçüncülüğü elde etti.

Yarışmada VİZOVA projesiyle Ali Özen ve Said Berk dördüncü, MERGEN projesiyle Cemanur Adıgüzel, Umut Yılmaz, Eren Yırtıcı ve Fuad Saffetoğlu beşinci oldu.

Sürdürülebilirlik Kategorisi'nde ise birincilik ödülü, Abdulgazi Şimşek ve Ömer Yılmaz'ın AGRILENS projesine verildi. Esma Nur Yöney, Reyhan Ebrar Tayfur ve Zehra Banu Katırcı'nın BIORELEASE projesi ikinci, Esat Varol ve Rana Demirer'in ISI TASMASI projesi üçüncü oldu.

Cem Bütün, Arda Yokuş, Cemre Gülüm ve Muhammet Faruk Yaşlı'nın BIOLEACH projesi dördüncü sırada yer alırken Zilan Nupelda Pehlivan, Zeyneb Mustafa, Dilruba Sevim ve Simay Geçer'in PETALGUARD projesi beşinciliği elde etti.

## İnovaTİM Sürdürülebilirlik Kategorisinde Ödül Alan Projeler

1. AGRILENS
2. BIORELEASE
3. ISI TASMASI
4. BIOLEACH
5. PETALGUARD

# Süreyya Ciliv'den Yapay Zekâ Çağında Şirketleri Başarıya Taşıyacak Adımlar

Türkiye Innovation Week 2026'nın ilk gününde, yapay zekâyla değişen iş dünyası ve insanın bu dönüşümde üstleneceği rol ele alındı. "Humanity 6.0: AI Çağında İnsan Neden Yeniden Merkezde?" başlıklı oturumda konuşması olan Kuika Software Yönetim Kurulu Başkanı Süreyya Ciliv, yenilikçilik, girişimci liderlik, takım çalışması ve akıllı sistemler üzerinden şirketlerin rekabet gücünü artıracak adımları anlattı.



### "BAŞARIDAN CESARET ALARAK GELECEĞE HAZIRLANMAK"

Türkiye'nin ihracatta kaydettiği ilerlemeyi değerlendirerek konuşmasına başlayan Süreyya Ciliv, bu başarının yeni hedefler için cesaret ve güven vermesi gerektiğini söyledi. Teknolojinin, dijitalleşmenin ve yapay zekânın giderek daha fazla önem kazandığı dünyada asıl sorunun küresel rekabette nasıl kazanılacağı olduğunu belirtti.

Bu soruya iş hayatındaki deneyimlerinden hareketle yanıt veren Ciliv, geleceği doğru okumanın ve ortaya çıkan fırsatlara zamanında hazırlanmanın önemini vurguladı. Ciliv, yeni fırsatları değerlendirebilmek için şirketlerin mevcut faaliyetlerinin ötesine bakması ve geleceğin ihtiyaçlarına göre konumlanması gerektiğini söyledi. Hizmet geliştirirken kaliteyi, verimliliği ve işleyişteki mükemmelliği de gözetmenin önemini vurguladı.

Akıllı sistemlerin ve yenilikçi, girişimci liderliğin bu yapıyı desteklediğini ifade eden Ciliv, dönüşümün zaman ve kararlılık gerektirdiğini anlattı. Müşteri güveninin bir günde kazanılamayacağını belirterek şirketlerin uzun vadeli düşünmesi ve bütün çalışanlarını bu sürece katması gerektiğini söyledi.

### "GEÇMİŞTEKİ BAŞARI GELECEKTEKİ BAŞARIYA HER ZAMAN ETKİ ETMİYOR"

Şirket yönetiminde yenilikçilik, girişimci liderlik ve kurum kültürü üzerinde duran Süreyya Ciliv, 10 yıl sonrasını öngörmenin ve çalışmaları buna göre yönlendirmenin önemini anlattı. Şirketlerin geçmişte elde ettikleri başarılarla yetinmemesi gerektiğini belirten Ciliv, uluslararası rekabette yer edinmenin sürekli çalışmayı gerektirdiğini söyledi.

Bireylere ve kurumlara üç tavsiyede bulunan Ciliv, "Birincisi şirketler 'Biz 50 yıllık şirketiz.' diyerek davranmamalı. Geçmişteki başarı gelecekteki başarıya her zaman etki etmiyor. Çalışırsak kazanırız. Global rekabet için çalışılmalı." ifadelerini kullandı.

Ciliv'in diğer iki önerisi, iş süreçleriyle teknolojiyi birlikte değerlendirebilen çalışanların yetiştirilmesi ve şirketlerin kendi ihtiyaçlarına uygun akıllı sistemler kurması oldu. Bu sistemlerin yönetimini üstlenmenin şirketlere fark yaratma imkânı sağlayacağını belirten Ciliv, verilerin yurt dışına çıkmasının önlenmesi gerektiğini de dile getirdi.





# Jason Bevan, İş Dünyasında Yaratıcılığın Yollarını Paylaştı



Türkiye Innovation Week 2026'nın son gününün açılış oturumunda konuşan Warner Bros. Studios Yaratıcı Geliştirme Eski Başkanı ve EMEA Pazarlama Başkan Yardımcısı; Yaratıcılık, İnovasyon ve Hikâye Anlatıcılığı Uzmanı Jason Bevan, büyük film yapımlarında kullanılan yaratıcı düşünme yöntemlerinin iş dünyasına nasıl uygulanabileceğini anlattı. Cesur fikirlerin risk taşıdığını söyleyen Bevan, asıl tehlikenin sıradanlaşmakta ve aynı şeyleri tekrarlamakta yattığına dikkat çekti.

### "HEPİMİZ YARATICI İNSANLARIZ"

Yöneticilerin çalışanlarından daha yenilikçi olmalarını, daha yaratıcı düşünmelerini ve daha iyi fikirler üretmelerini istediklerine ancak bunun nasıl yapılacağını anlatmakta aynı başarıyı gösteremediklerine dikkat çeken Bevan, "Hepimiz yaratıcı insanlarız. Çünkü hepimiz hayata çocuk olarak başladık ve çocuklar olağanüstü yaratıcıdır. Küçük bir çocuğa pahalı bir oyuncak aldığınızda çoğu zaman oyuncağın kendisinden çok kutusuyla oynar. Çünkü o kutu bir uzay gemisine, helikoptere ya da eve dönüşebilir. Hayal gücünün sınırı yok ama bizler büyüdükçe aklımıza gelen fikirleri daha paylaşmadan sorgulamaya başlıyoruz. Böylece fikir daha ortaya çıkmadan bastırılıyor. Daha basit, daha az risk taşıyan önerilerle yetiniyoruz. Öncelikle bu durumu aşmalıyız." dedi.

### "FİKİRLERİ BİRLİKTE BÜYÜTÜN"

"İnsan olarak alışkanlıklarımıza bağlıyız. Bildiğimiz şeyleri seviyor, işe yarayan bir yöntem bulduğumuzda onu tekrarlıyoruz" diyen Bevan, yeni fikirler istendiğinde küçük düzenlemelerle görünüşün değiştirildiğini, fikrin özünün ise aynı kaldığını ve bunun tekrara yol açtığını vurguladı.

Harry Potter film setlerinin meslek hayatı boyunca bulunduğu en olağanüstü yerler arasında olduğunu söyleyen Bevan, şunları anlattı: "Bu setlerde en önemli rolleri çocuklar üstleniyordu. Yapımcı David Heyman, onların kendilerini rahat ve güvende hissedecekleri bir ortam oluşturdu. Bu ortam çocuklarla birlikte yetişkinleri de etkiledi. Büyük ve cesur fikirler ortaya atarken gerilmiyordunuz. Kimsenin üzerinize gelmeyeceğini biliyordunuz. Fikir geliştirmek için böyle bir ortam çok önemli. Kariyerimiz ilerledikçe 'Bu asla işe yaramaz. Ben bu sektörde 20-30 yıldır çalışıyorum.' diyen kişi olma eğilimimiz artabiliyor. Bunu yapmayın, birbirinizi destekleyin, fikirleri birlikte büyütün."

### "FARKLI BAKIŞ AÇILARINI BİR ARAYA GETİRİN"

Fikir geliştirme sürecinde farklı bakış açılarına sahip insanlarla çalışılması gerektiğini belirten Bevan, şunları aktardı: "Fikirlerinizi sarsmak için farklı kişiliklere, geçmişlere ve kültürlere sahip insanlara ihtiyacınız var. Örneğin Christopher Nolan, Batman filmleri için sinemada gördüğümüz klasik araçlardan tamamen farklı bir Batmobile istiyordu. Otomobil tasarımı deneyimi olan kişilerin sürece katılmasını istemedi. Böylece otomobil tasarımının yerleşik kabulleriyle sınırlanmadılar. İlham almak için kendi sektörünüzün dışına bakın; başka alanlarda oyunun kurallarını değiştiren uygulamaları inceleyin."

# Beyin Göçünden Beyin Gücüne




Türkiye Innovation Week 2026'nın ilk gününde düzenlenen "The Brain Exporters: Beyin Göçünden Küresel Yetenek Ağlarına" başlıklı panelde, farklı ülkelerde yaşayan profesyonellerin bilgi ve deneyimlerini Türkiye'nin inovasyon, üretim ve yatırım ekosistemine nasıl aktarabilecekleri ele alındı.

Moderatörlüğünü Korn Ferry Türkiye, Orta Asya Başkanı ve Bölge Genel Müdürü Ozan Bayülgen'in üstlendiği panelde BRIDGE IN Büyüme Yöneticisi ve 351 Portekiz Girişimciler Derneği Kurucu Ortağı Elisa Tarzia, Kariyer Danışmanı ve Dijital Göçebe Furkan Kumkaya ile RoRemote Kurucusu Rowena Henningan konuşmacı olarak yer aldı.

Bayülgen, yeteneklerin uluslararası dolaşımının onları yetiştiren ülke için yeni bağlantılar ve fırsatlar yaratabileceğine dikkat çekti. Bu potansiyelin değerlendirilmesinde kamu politikalarının, işverenlerin yaklaşımının ve bireylerin beklentilerinin birlikte düşünülmesi gerektiğini vurguladı.

*Furkan Kumkaya*
*Kariyer Danışmanı ve Dijital Göçebe*
**"DÜNYADAN EDİNDİĞİM BİLGİYİ TÜRKİYE İLE PAYLAŞIYORUM"**

Dokuz yıldır uzaktan çalışıyorum. Bu şekilde çalışmaya başladığım ilk dönemde beyin göçünün bir parçası olduğumu söyleyebilirdim. Çünkü köklerim buradaydı, bildiğim her şeyi burada öğrenmiştim ve bu bilgiyi yurt dışındaki işlerde kullanıyordum. Ama bir süre sonra her şey değişmeye başladı. Dünyanın farklı yerlerinden insanlarla tanıştım. Beni etkilediler ve değiştirdiler. Birbirimizle bilgi paylaştık; bu, iş hayatımı da değiştirdi. Bütün bunları bir araya getirdiğimde, artık karşınızda yeni bir Furkan var. Artık kendimi bir köprü gibi hissediyorum. Her yerden, her kesimden insandan bilgi topluyor; bunları müşterilerime, ülkeme, Türkiye'ye taşıyorum.

Benim arayışım, kendi yaşamıma uygun bir çalışma biçimi bulmaktı. Kurumsal hayatı ya da memuriyeti seçmek yerine, merakımı ve keşfetme isteğimi işimle birleştirdim. Yaşadığım ülkelerin dillerini öğrenmeye çalışıyorum; çünkü insanlarla kendi dillerinde konuşmak, kültürlerini daha derinden anlamamı sağlıyor. Aynı zamanda kendi kültürümüzü de onlarla paylaşıyorum.

Yapay zekâ, mekândan bağımsız çalışmak isteyenler için yeni imkânlar sunuyor. Onu yalnızca günlük soruların sorulduğu bir sohbet aracı olarak kullanmanın ötesine geçmek gerekiyor. Farklı uygulamaları tanıdıkça ve kullanımında derinleştikçe, iş yapma biçimlerimizi geliştirebiliyoruz. Türkiye'de insanların pratik çözüm üretme becerisinin bu süreçte güçlü bir avantaja dönüşebileceğini düşünüyorum.

İşverenlerin yetenekleri çekebilmesi için çalışanlarına karar alma özgürlüğü, deneme alanı ve gelişim fırsatları sunması gerekiyor. Yurt dışında yaşayan birçok kişi Türkiye'ye dönmeye istekli; ancak döndüğünde deneyimini nerede değerlendireceğini, ne kurabileceğini ve hangi fırsatlara erişebileceğini görmek istiyor. Bu insanlara üretme ve katkı sunma alanı açabilirsek, uluslararası deneyimlerini Türkiye'nin geleceği için değer yaratan bir güce dönüştürebiliriz.

*Elisa Tarzia*
*BRIDGE IN Büyüme Yöneticisi ve 351 Portekiz Girişimciler Derneği Kurucu Ortağı*
**"YETENEKLERİ EKOSİSTEME BAĞLAYAN TOPLULUKLAR KURMALIYIZ"**

Portekiz, geçmişte genç mezunlarının başka ülkelere gittiği, yabancı yetenekleri çekmekte zorlanan bir ülkeydi. Yaşam tarzı ve görece düşük yaşam maliyeti o dönemde de vardı. Dönüşümde, ülkenin güçlü biçimde tanıtılması ve teknoloji çalışanlarıyla girişim kurucularını çekmeye yönelik politikaların geliştirilmesi etkili oldu.

351'de ülkeye gelen ya da geri dönen kişileri, ekosistem içinde ihtiyaç duydukları aktörlerle tanıştırıyoruz. Müşterilere, iş fırsatlarına ve uluslararası bağlantılara erişmelerine yardımcı oluyoruz. İnsanlara nostaljinin ötesinde somut bir neden sunmak gerekiyor. Yurt dışında deneyim kazanmış kişilerin mentorluk yapmasına, girişimlerin danışma kurullarında yer almasına ve kamu politikalarına ilişkin öneriler geliştirmesine imkân tanıyoruz. İnsanlar yarattıkları etkiyi gördüklerinde, ekosistemle daha güçlü bağ kuruyor.

Türkiye açısından vize politikalarının iyi anlatılması, yatırımcıların, fonların ve destek ağlarının birlikte geliştirilmesi önemli. Portekiz'de tanıtımı altyapıdan önce başarmamız, konut krizi gibi sorunları beraberinde getirdi. Bu deneyimden de ders çıkarılmalı.

Ayrıca ülkeye katkı sunmak için fiziksel olarak geri dönmek her zaman gerekmiyor. Ekosistemin ihtiyaçlarını bilen sivil toplum kuruluşlarına güç ve imkân verilmeli; belirli becerilere sahip kişilerle bu ihtiyaçlar buluşturulmalı. Giden yeteneklerin ardından kaygılanmak yerine, insanların geri dönmek, yatırım yapmak ve birlikte bir şeyler kurmak isteyeceği bir ülke inşa etmeye odaklanmalıyız.

*Rowena Henningan*
*RoRemote Kurucusu*
**"ESNEK ÇALIŞMA BİLİNÇLİ BİR STRATEJİYLE TASARLANMALI"**

Pandemide zorunluluk karşısında başvurulan evden çalışma ile önceden planlanan uzaktan çalışma arasında önemli bir fark var. Birinde gelişmelere tepki veriliyor, diğerinde çalışma biçimi bilinçli olarak tasarlanıyor. Küresel yetenek ağlarından yararlanmak isteyen şirketlerin önce nasıl bir organizasyon modeliyle çalışacaklarını düşünmeleri gerekiyor. Teknolojik araçların beklenen faydayı sağlaması, yönetim anlayışının ve çalışma düzeninin de bu modele uyum göstermesine bağlı.

Çalışanları elde tutmak ve yeni yetenekler çekmek isteyen işverenler, esnekliğin önemini dikkate almalı. Her gün uzun saatlerini yolda geçiren, gelişim fırsatları arayan nitelikli çalışanlara yalnızca yeni teknolojiler sunmak yeterli kalmıyor. Esnek çalışma; kadınların, ebeveynlerin, bakım sorumluluğu üstlenenlerin, engelli bireylerin ve kırsal bölgelerde yaşayanların iş hayatına katılımını da destekleyebilir.

Uzaktan çalışmayı esas alan şirketlerde insanlar düzenli olarak bir araya gelebilir. Ortak çalışma alanlarından, belirli dönemlerde yürütülen usta-çırak programlarından ve ekip buluşmalarından yararlanılabilir. Kurum kültürünü geliştirmek ve deneyim aktarımını sürdürmek için farklı yöntemler tasarlamak mümkün. Burada şirketlerin denemesi, çalışanlardan geri bildirim alması ve hangi yaklaşımın işe yaradığını verilerle değerlendirmesi gerekiyor.

Geleceğe hazırlanırken insani becerilere de yatırım yapmalıyız. İletişim kurabilmek, kendini anlatabilmek, satış yapabilmek ve duygusal zekâyı kullanabilmek giderek daha fazla önem taşıyacak. Yapay zekâ ajanları geliştirmek ya da iş akışları oluşturmak, insanlarla güçlü ilişkiler kurma ihtiyacını ortadan kaldırmıyor. Yeni kuşakların liderlik ve iletişim becerilerini desteklemek, kadınlara teknoloji alanında mentorluk sunmak ve insanı odağına alan bir yaklaşım geliştirmek rekabet gücünün önemli parçaları olacak.



# Üretim ve İhracatın Finansmanı Konuşuldu




Türkiye Innovation Week 2026'nın ikinci gününde düzenlenen "Üretimin Sermayesi, İhracatın Gücü" panelinde, üretim ve ihracatı destekleyen finansman olanakları ele alındı. Moderatörlüğünü T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Dr. Mehmet Ali Kılıçkaya'nın üstlendiği panelde, ihracatçıların finansmana erişimi, teminat ihtiyaçları, KOBİ'lere yönelik destekler, yeşil dönüşümün finansmanı ve alacak sigortasındaki yeni uygulamalar konuşuldu.

***Fatih Tuğrul Topaç***
***İhracatı Geliştirme (İGE) AŞ Genel Müdürü***
**"BANKA İLE İHRACATÇI ARASINDA BİR KÖPRÜ GÖREVİ GÖRÜYORUZ"**

İGE AŞ olarak bankalarımızın ihracatçılarımıza sunduğu finansmana erişimi hızlandıran, kolaylaştıran ve maliyetini düşüren bir katalizör rolü üstlenmek üzere kurulduk. İhracatçılarımızın finansmana erişimde birçok problemi var. Bunların en önemlilerinden biri teminat sorunu. Özellikle genç firmalar, varlık birikimi sürecini henüz tamamlamamış işletmeler veya birden fazla bankada farklı bankacılık ürünlerini kullanma ihtiyacı duyan firmalar bu engele sıklıkla takılıyor. Biz de bu engeli aşmak üzere kendi kefaletimizi sunuyoruz.

İGE'nin misyonu, banka ile ihracatçı arasında hızlandırıcı bir köprü görevi görmek. Bugüne kadar 15 bin civarında ihracatçımızı kredi ile buluşturduk, 40 binden fazla başvuru aldık. Tutar bazında yüzde 87 onay oranımız var. Toplam 332 milyar liralık krediye kefalet verdik. İGE'de portföyün yüzde 70'inin KOBİ'lere ait olması stratejik önceliğimiz. Çünkü faydanın tabana yayılmasını önemsiyoruz.

***İlker Yeşil***
***Türk Ticaret Bankası Genel Müdürü***
**"İHRACATÇININ İKİNCİ ADRESİ OLMAYA TALİBİZ"**

İhracatçının ana bankası olmayı vizyon edinmiş bir bankayız. Bizimle kredili çalışmanın ön koşulu, Türkiye'deki 61 ihracatçı birliğinden birine üye bir firma olmak. Dolayısıyla bütün plasmanlarımızı ve kredilerimizi ihracat ailesine yönlendiriyoruz. Amacımız uygun maliyetle fon sağlayıp bu kaynakları ihracatçılarımıza kullandırmak. Hem dijital kanalları etkin kullandığımız hem fiziki şubelerimizin olduğu bir yapılanmamız var. Kredilerimizin yüzde 74'ü ihracat taahhütlü. Bizim farkımız, odağımızda sadece ihracatçının olması.

İGE kefaletlerinin kullandırılmasında ve müşterilerimizin bu imkâna yönlendirilmesinde çok sıkı bir iş birliğimiz var. Bu iş birliğini daha ileriye taşıyarak ihracatçılarımızın finansmana erişimini hızlandırmak ve kolaylaştırmak istiyoruz. İhracatçının ikinci adresi olmaya talibiz. Bu da sunduğumuz hizmetlerin kalitesi ve uygun maliyetle oluyor. İşimiz üretim, gücümüz ihracat. Bu bilinçle ihracatçı ailemizle el ele vererek kaynaklarımızı verimli kullanır ve Türkiye'nin ihracatının büyümesine katkı sağlarsak kendimizi başarılı sayacağız.

***Mehmet Şükrü Taşcı***
***Ziraat Bankası Kurumsal Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı***
**"HER ŞUBEMİZDE MUTLAKA BİR İHRACATÇI MÜŞTERİ OLACAK"**

Banka olarak istihdamı, üretimi, yenilenebilir enerjiyi ve özellikle ihracatı destekleyen kredileri ana odak olarak belirledik. Beş yıl önce ihracat kredilerimiz yaklaşık 9 milyar liraydı. Genel Müdürümüzün, "Her şubemizde mutlaka bir ihracatçı müşteri olacak." talimatıyla bunu bütün portföylere yaydık. Bugün yaklaşık 70 bin ihracatçı müşterimiz var, bunların 30 biniyle kredili çalışıyoruz. 9 milyar lira olan ihracat kredilerimiz 575 milyar lira seviyesinde. Sektörün verdiği ihracat kredilerinin yüzde 16'sını Ziraat Bankası tek başına veriyor. Türk ihracatına aracılıktaki payımız 2025 yılı sonunda yüzde 25'ti. İlk dokuz ayda bu payı yüzde 26'ya yaklaştırdık.

Yurt dışında yaklaşık 23 ülkede, 131 noktada faaliyet gösteriyoruz. Yurt dışındaki büyüklüğümüz 25 milyar dolara yaklaştı. En son Arnavutluk'ta şube açtık. Mısır'daki temsilciliğimizi şubeye dönüştürmek için çalışıyoruz. Suriye'de de bir şube veya banka açmak istiyoruz. O ülkelerde bulunmamızın amacı, Türk ihracatçılarının hayatını kolaylaştırmak ve ticaretlerine aracılık etmek.

***Tevfik Erpek***
***VakıfBank KOBİ, Perakende ve Bireysel Bankacılık Grup Başkanı***
**"MOTTOMUZ: KALKINMA ODAKLI DEĞER BANKACILIĞI"**

Genel Müdürümüzün liderliğinde yeni bir mottomuz var: "Kalkınma odaklı değer bankacılığı." Finansmanımızı, ülkemizin büyümesine, istihdam yaratılmasına ve ihracatın artmasına somut katkı sağlayacak alanlara yönlendiriyoruz. Dünya Bankası garantörlüğünde yaklaşık 1,5 milyar euro'luk finansman elde ettik. Bunun 1,1 milyar euro'luk kısmını beş ay gibi kısa bir sürede yaklaşık 20 bin müşterimize kullandırdık. Bu müşterilerimizin yüzde 96'sını KOBİ'ler oluşturuyor.

Bizim için değerli olan, bu kaynağın Anadolu'nun birçok şehrinde müşterilerimize ulaşmış olması. İhracata, ihracat yapan firmalarla birlikte bu yapıya katkı sağlayan, Anadolu'da üretim yapan küçük KOBİ'leri de içeren bir ekosistem olarak bakıyoruz.

***Murat Yıldırım***
***Halkbank KOBİ ve Perakende Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı***
**"EN BÜYÜK ARZUMUZ KESİNTİSİZ FİNANSMAN SAĞLAMAK"**

İşletmesini büyütmek, yatırım yapmak ve uluslararası pazarda kendisine yer açmak isteyen KOBİ'lerimizin yanında olmak bankamızın en temel görevi. İmalatı, üretimi, istihdamı ve ihracatı desteklemek için kaynaklarımızı seferber ediyoruz. Ticari kredilerimizin yüzde 55'ini KOBİ'lere kullandırıyoruz. En büyük arzumuz kesintisiz finansman sağlamak. Yol arkadaşlığı yaptığımız ihracatçı işletmelerimizin ihtiyaç duydukları her anda, her koşulda yanlarında bir banka olduğunu bilmelerini sağlamak temel sorumluluğumuz.

KOBİ'lerimize sunduğumuz destekleri üç temel başlık altında açıklayabiliriz: uygun maliyetli finansman, teminat çeşitlendirmesi ve dış ticaret faaliyetlerinin kolaylaştırılması. Başta Eximbank ve KOSGEB olmak üzere kurumlarımızla birlikte hareket ederek işletmelerimize destek sağlıyoruz. İGE ve Eximbank ile teminat yapısının çeşitlendirilmesi alanında da güzel iş birliklerine imza attık. Bizim için asıl başarı, sağladığımız finansmanın bir işletmede üretim artışına, yeni yatırıma, ilave istihdama ve nihayetinde ihracata dönüştüğünü görmek. KOBİ'lerimizin finansmana erişimini kolaylaştırmaya, üretim kapasitelerini geliştirmeye ve ihtiyaç duydukları destekleri sağlamaya devam edeceğiz.

***Mustafa Çağrı Altındağ***
***Türk Eximbank Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı***
**"SİGORTALI ALACAKLAR TEMİNAT OLARAK KULLANILACAK"**

Ülkemizin resmî ihracat destek kuruluşuyuz. 2025'te ihracatçılarımıza 54 milyar dolarlık destek verdik. 2026 hedefimiz 60 milyar dolar. Eylül sonu itibarıyla kredi ve alacak sigortası toplamında 50 milyar dolardayız. Mevcut performansımızı sürdürdüğümüzde yıl sonu hedefimizin de üzerine çıkıyoruz.

Alacak sigortası, ihracatçılarımızın riskli pazarlara güvenle girmeleri ve mevcut iş hacimlerini artırmaları için çok önemli. Dünya genelinde 85 bin firmaya 23,5 milyar dolarlık alıcı limiti tahsis etmiş durumdayız. Yeni ürünümüz Sigortalı Alacak Kredisi. Türk Eximbankın sigortaladığı ve temlik aldığı alacakları her müşteri özelinde bir havuzda topluyoruz. Herhangi bir teminat mektubu gerekmeksizin, bu sigortalı alacak deposu üzerinden firmalara bir yıla kadar vadeli kredi kullandırıyoruz. Bu ürün, ihracatçıları alacak sigortası yaptırmaya da teşvik edecek. Çünkü sigortalı alacak doğrudan krediye dönüşecek ve teminat olarak kullanılabilecek.

# Girişimciliğin Değişen Dengeleri Değerlendirildi




Türkiye Innovation Week 2026'nın son gününde düzenlenen "Girişimciliğin Değişen Dengesi: Sermaye, Teknoloji ve İnsan Değeri" başlıklı panelde, yapay zekânın girişim kurma ve ürün geliştirme süreçlerine etkisi, yatırımcıların değişen beklentileri ve insanın bu dönüşümdeki rolü ele alındı.

Moderatörlüğünü Treeo VC Girişim Ortağı Mine Dedekoca'nın üstlendiği panelde İstanbul Bilgi Üniversitesi Teknoloji Girişimciliği ve İnovasyon Anabilim Dalı Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Çağla Gül Şenkardeş, Webrazzi Kurucusu ve CEO'su Arda Kutsal ile Metis Ventures Kurucu Ortağı Yiğit Arslan konuşmacı olarak yer aldı.

Mine Dedekoca, teknolojiye erişimin kolaylaştığı bir dönemde girişimlerin başarısını hangi yetkinliklerin belirleyeceğini tartışmaya açtı. Ürün geliştirmenin hızlanmasıyla birlikte farklılaşmanın, insan ilişkilerinin ve girişimcilerin ruhsal sağlığının nasıl etkileneceğini gündeme taşıdı.

***Arda Kutsal***
***Webrazzi Kurucusu ve CEO'su***
**"İNSANİ İLİŞKİ HER ZAMAN ÇOK LAZIM OLACAK"**

Webrazzi'yi 2006 yılında kurduğumda Web 2.0 dönüşümünün başındaydık. Bugün yapay zekâyla yeniden çok büyük bir dönüşüm yaşıyoruz. Bu yüzden önümüzdeki yılı Webrazzi için "20 artı 1" olarak görüyorum. Herkesin yeniden başladığı bir dönemdeyiz. Geçmişte bir teknoloji eğilimini kaçırmış olmanız, bugün de geride kaldığınız anlamına gelmiyor. Yapay zekâyı doğru anlayıp kullanabilenler için yeni fırsatlar var. Türkiye'nin oyun girişimlerinde yakaladığı başarıya benzer bir fırsatı, yapay zekâ üzerine geliştirilecek uygulamalarda da görüyoruz.

Yazılım geliştirmek kolaylaştıkça hazır yazılım hizmetleri üzerindeki rekabet baskısı artıyor. Yıllardır kullandığımız müşteri ilişkileri yönetimi sistemini kendim yeniden yazdım; Trello aboneliğimizi de iptal ettik. Artık insanların gerçekten ihtiyaç duyacağı, hayatlarında belirgin bir fark yaratacak ürünler geliştirmek gerekiyor. Doğru ihtiyacı bulmak ve doğru ürünü insanların önüne koymak önem kazanıyor.

Yapay zekâ zamanla internet gibi hayatımızın doğal bir parçasına dönüşecek. Bugün bir içeriğin yapay zekâyla üretildiğini fark edebiliyoruz; ileride bu ayrımı yapmak zorlaşacak. Böyle bir dünyada insani temas ve ilişkiler önemini koruyacak. Analitik düşünme becerisi de bu dönemin önemli yetkinliklerinden biri olacak.

***Dr. Öğr. Üyesi Çağla Gül Şenkardeş***
***İstanbul Bilgi Üniversitesi Teknoloji Girişimciliği ve İnovasyon Anabilim Dalı Başkanı***
**"ELEŞTİREL DÜŞÜNME KAPASİTENİZİ ARTIRIN"**

Girişimcilik geni diye bir şey yok; girişimcilerin ortak yetkinlikleri ve sahip oldukları sosyal sermaye var. Girişimcilik bir ekosistem meselesi. Türkiye'de bu ekosistemde kadınlar ve farklı nedenlerle dezavantaj yaşayan gruplar yeterince temsil edilmiyor. Bir diğer eksik ise derinlik. Finansman kaynaklarının çeşitlenmesinin yanında yatırım sonrasında girişime sahip çıkılması ve kurumsal desteğin güçlenmesi gerekiyor.

Bir girişimcinin bazen bir milyon dolar nakde, bazen de bir milyon dolar ciro yaratabileceği müşteriye ihtiyacı olur. Girişimlere güvenip "Gel, pilot uygulamanı benimle yap" ya da "Ürününü satın alıyorum" diyen kurumlara ihtiyacımız var. Sermayeye ve sosyal bağlantılara erişim, girişimlerin gelişiminde belirleyici olmaya devam ediyor.

Bilgiye hızla erişebildiğimiz bir dünyada kendine yatırım yapmak isteyenlere önerim, eleştirel düşünme kapasitesini geliştirmeleri. Bunun temelinde sorgulama ve doğru soruyu sorma becerisi var. Neyi bilmediğini fark etmek, öğrenmenin önemli bir parçası. Yapay zekânın sunduğu veriyi anlamlandıracak, hikâyeleştirecek ve yeni ufuklar açacak yaratıcı insanlara ihtiyacımız var. Gelecek, bugün hep birlikte inşa ettiğimiz bir şey. Girişimciler de bu dönüşümün gerçekleşmesinde önemli bir rol üstleniyor.

***Yiğit Arslan***
***Metis Ventures Kurucu Ortağı***
**"İNSAN FAKTÖRÜ EN ÖNEMLİ FAKTÖR OLMAYA DEVAM EDİYOR"**

Türkiye'nin girişimcilik ekosistemi son on yılda çok şey öğrendi ve hızla ilerledi. Yatırım tarafında daha seçici olmayı öğrendik. Sermaye, yatırımcıya getiri sağlayabilecek alanlara yöneliyor. Güçlü olduğumuz alanları keşfetmeye ve desteklemeye devam etmeliyiz. Amacımız, dünyada kabul gören Türk markaları yaratmak ve bu coğrafyanın insanlarının attığı tohumları büyütmek.

Yapay zekâ tek başına girişim kurmayı kolaylaştırsa da iyi bir ekibin ya da ortağın çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bir işi sıfırdan kurmak zor; girişimcilerin zorlukları paylaşabilecekleri insanlara ihtiyacı var. Ürün geliştirmek kolaylaştı ama kullanıcıyı gerçekten yakalayan iyi bir ürün geliştirmek hâlâ zor. Pazara çıkış süresinin kısalması kadar doğru ürünü geliştirmek ve doğru kanallarla kullanıcıya ulaştırmak da önemli. İnsan faktörü girişimcilikteki belirleyici yerini koruyor.

Yatırımda derin teknolojiye, donanıma ve yapay zekâyla dönüşen hizmet işlerine de bakıyoruz. İnsan emeğinin yoğun olduğu alanlarda daha küçük ekiplerle verimli hizmet sunan girişimler gelişiyor. Veri de değerini koruyor. Öte yandan yapay zekânın sunduğu imkânlar, girişimcilerde her şeyi hemen yapma isteğini artırıyor. Uyumak istemediğini söyleyen girişimcilerle karşılaşıyorum. Bu hızlanmanın ruhsal yansımalarını gözlemlemeye başladım; geleceği kurarken üzerinde durmamız gereken konulardan biri de bu.



# Yapay Zekânın Sınai Rekabete Etkisi Ele Alındı




Türkiye Innovation Week 2026'nın son gününde "Sınai Rekabetin Yeni Kodu: AI, Sermaye ve Küresel Ölçek" başlıklı panelde, yapay zekânın sanayide rekabet gücüne etkisi, yatırım kararları ve şirketlerin dönüşümü ele alındı. Teknolojinin kurumların bilgi birikimiyle buluşturulması, enerji ihtiyacının yönetilmesi ve insan kaynağının geliştirilmesi oturumun öne çıkan konuları arasında yer aldı.

Moderatörlüğünü İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyesi Dr. Ecmel Ayral'ın üstlendiği panelde benzer yapay zekâ modellerini kullanan şirketlerin nasıl farklılaşabileceği sorusu gündeme taşındı.

***Dr. Ralph-Christian Ohr***
***Bağımsız Danışman, Kurumsal İnovasyon ve Endüstriyel Yapay Zekâ Uzmanı***
**"REKABET AVANTAJI BİLGİ BİRİKİMİNDE"**

Yapay zekâ algoritmaları ve modelleri yaygınlaştıkça bu araçlara erişmek tek başına rekabet avantajı sağlamayacak. Şirketlerin yıllar içinde geliştirdiği müşteri ilişkileri, süreç bilgisi ve kendilerine özgü varlıkları var. Asıl soru, bu birikimi yapay zekâyla nasıl birleştireceğimiz ve şirketin farklı üretim tesislerine, faaliyet gösterdiği ülkelere nasıl taşıyacağımız. Bugün yapay zekâ ağırlıklı olarak mevcut işleri iyileştirmek, kaliteyi ve verimliliği artırmak için kullanılıyor. Zamanla bu uygulamalar yaygınlaşacak. Yeni büyüme alanları için yapay zekâ temelli platformlara, hizmetlere ve iş modellerine de yönelmek gerekecek. Şirketlerin mevcut operasyonlarını yönetirken yeni işleri geliştirebilmesi, bu iki alan arasındaki gerilimi bilinçli biçimde ele almasına bağlı.

Teknik olarak çalışan bir pilot uygulamanın onaylanması, şirket genelinde başarıyla kullanılacağını garanti etmiyor. Uygulamayı devralacak operasyon ekipleri baştan sürece katılmalı. Bakımı kimin yapacağı, çalışanların yetkinlikleri, mevcut süreçlerle uyum ve farklı ülkelerdeki düzenlemeler birlikte değerlendirilmeli. Yatırım kararlarında üç soruya bakmalıyız: Müşteri ve şirket için değer yaratıyor mu? Gerçek ortamda teknik olarak çalışıyor mu? Günlük operasyonlara entegre edilebiliyor mu? Bu soruları süreç boyunca yeniden sormak, pilot uygulamadan yaygın kullanıma geçişi güçlendirir.

***Zeynep Yalım Uzun***
***Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi ve Yönetim Kurulu Danışmanı, Fütüristler Derneği Başkanı***
**"İNSAN POTANSİYELİNİ HAREKETE GEÇİRMELİYİZ"**

Yapay zekâ, uzun yaşam, iklim ve sosyal sistemlerdeki değişimler aynı anda ilerliyor ve birbirinin etkisini artırıyor. Rekabetin kuralları da buna bağlı olarak değişiyor. Eskiden büyük şirketlerin erişebildiği veri analizi ve yaratıcı üretim imkânları artık tek kişilik şirketlerin de elinde. Bu nedenle yapay zekâyı yalnızca verimlilik için kullanmak, fark yaratmak açısından yetersiz kalacak.

İnsanın yaratıcılığına, tecrübesine ve muhakemesine daha fazla ihtiyaç duyacağız. Yapay zekâ çok sayıda proje önerisini hızla hazırlayabilir; ancak hangisinin şirket için doğru olduğunu değerlendirmek insana düşüyor. Türkiye'nin güçlü sanayi altyapısı ve deneyimli insan kaynağı önemli bir potansiyel taşıyor. Bu birikimi yapay zekâyla birleştirerek yeni iş modelleri geliştirebilir, insan yaratıcılığını güçlendirebiliriz. Gelecekte rekabetçi olacak şirketler, değişimi önceden görüp insan potansiyelini en iyi biçimde değerlendirecek şekilde dönüşenler olacak.

Liderlik anlayışının da dönüşmesi gerekiyor. Ekosistemleri geliştiren, insan kaynağını güçlendiren ve kendisi masadan kalktığında arkasında sağlam bir sistem bırakabilen liderler önem kazanacak. İnsan potansiyeline yatırım yapan, insanın yapay zekâ çağındaki rolünü tanımlayan yenileyici liderlik modellerine ihtiyaç duyacağız.

***Dr. Elif Özyurt***
***Schneider Electric Türkiye ve Orta Asya Bölgesi Pazarlama, Strateji ve İş Geliştirme Direktörü***
**"YAPAY ZEKÂYLA ENERJİYİ DAHA VERİMLİ YÖNETİYORUZ"**

Schneider Electric olarak elektrifikasyonu, dijitalleşmeyi ve otomasyonu bir araya getirerek enerji yönetimi çözümleri geliştiriyoruz. Son 20 yılda dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odağında bir teknoloji şirketine dönüştük. Yapay zekâ da ürün ve çözümlerimizin temel unsurlarından biri hâline geldi.

Farklı sektörlerden yaklaşık 150 karar vericinin katıldığı toplantılarımızda ihtiyaçların sektöre göre değiştiğini gördük. Üretim ve gıdada plansız duruşlar, kalite sorunları ve kestirimci bakım öne çıkıyor. Enerji ve kimyada mevcut verinin temizlenmesi, sınıflandırılması ve erişilebilir hâle getirilmesi gerekiyor. Veri merkezleri kesintisiz enerjiye, demir çelik sektörü ise süreçleri ölçerek adım adım dönüşmeye odaklanıyor. Elektrik dağıtımında şebekelerin verimliliği kadar doğal afetlere ve siber saldırılara dayanıklılığı da önem taşıyor. Bu sektörlerin ortak ihtiyacı, insan kaynağının dönüşüme hazırlanması. Schneider Electric'te çalışanlara yapay zekâ araçları, komut ve ajan geliştirme eğitimleri sunuyoruz. Veri ekibimiz, elle yürütülen operasyonel işleri azaltacak yapay zekâ ajanları geliştiriyor. Böylece çalışanların daha fazla katma değer üreten işlere zaman ayırmasını hedefliyoruz.

***Dr. Hüseyin Güler***
***Kastamonu Entegre Global AR-GE ve İnovasyon Direktörü***
**"FİKİRLERİ DEĞERE DÖNÜŞTÜRMELİYİZ"**

Bugün yaptığımız mesleklerin ve çalışma biçimlerinin önemli bir bölümü sanayi toplumunun ihtiyaçlarıyla şekillendi. Yapay zekâ, algoritması tanımlanabilen işlerin yanı sıra uzmanların deneyimlerinde saklı olan örtük bilgiye de erişmeye aday. Bu nedenle hepimizin sorması gereken soru şu: Yapay zekânın yapamadığı hangi işleri yapabiliriz? Yaptığımız işe yaratıcı bir katkı sunmalı, ürettiğimiz şeyin gerçekten bir işe yarayıp yaramadığını sorgulamalıyız.

İnovasyon için birbirinden farklı aktörlerin bir araya gelmesine ihtiyacımız var. Hep aynı insanlardan beslenmek yerine, daha önce tanımadığımız kişilerin bilgi birikiminden yararlanma cesareti göstermeliyiz. Yeni bağlantılar kurmak, bilmediğimizi kabul etmek, soru sormak ve eleştiriye açık olmak bu iş birliğinin temelini oluşturuyor. Bu çağda farklılaşmak, birlikte üretme becerimizle de yakından ilişkili.

Yapay zekâ, inovasyonun fikir üretme aşamasını da kökten değiştiriyor. Artık çok sayıda fikir oluşturmak kolaylaşıyor; anlamsız görünen fikirlerden bile anlamlı sonuçlar geliştirilebiliyor. Ancak organizasyon modelimizi ve düşünme biçimimizi bu yeni duruma uyarlamadığımızda, ürettiğimiz fikirler değere dönüşmüyor. Gelecekteki farkı, yapay zekânın sunduğu imkânların üzerine hangi insani ve yaratıcı katkıyı koyabildiğimiz belirleyecek.



# Küresel İnovasyon Yarışında **Türkiye'nin Karnesi**

**Küresel inovasyon sıralamasında 45'inci sırada konumlanmasının yanı sıra endüstriyel tasarım ve marka göstergelerinde dünyanın ilk 10 ülkesi arasında yer alan Türkiye, her yıl artan AR-GE yatırımları ve teknoloji geliştirme altyapısıyla yenilikçi üretimin temelini oluşturuyor.**

**45**
Türkiye'nin 2026 Küresel İnovasyon Endeksi'nde 139 ekonomi arasındaki konumlanması

**56**
Dünyanın en büyük 100 inovasyon kümesi arasında İstanbul'un konumu

**3**
Türkiye'nin üst ve orta gelir grubundaki 35 ülke arasındaki sıralaması

**7**
Türkiye'nin marka göstergesinde dünya sıralaması

**Türkiye 13 yıldır en fazla ilerleme sağlayan orta gelirli ekonomiler arasında yer alıyor.**

### Küresel sıralamada Türkiye'nin yıllara göre değişimi








### Türkiye'deki Teknoloji Ekosistemi

**115**
Teknopark sayısı (97'si aktif)

**13 bin+**
Teknoloji girişimi sayısı

**1.365**
AR-GE merkezi sayısı

**348**
Tasarım merkezi sayısı



**253,5**
milyar TL
2025 yılı merkezî yönetim bütçesinden AR-GE faaliyetlerine yapılan harcama

**220.757**
2025 yılı toplam sınai mülkiyet başvurusu

**%1,58**
AR-GE'nin bütçedeki payı

**11.394**
2025 yılında yapılan yerli patent başvuru sayısı

*Kaynaklar:*
Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO), 2026 Küresel İnovasyon Endeksi
T.C. Ticaret Bakanlığı

# Türkiye Nükleerde Yeni Bir Döneme Hazırlanıyor

**Artan elektrik ihtiyacı ve enerji kaynaklarını çeşitlendirme hedefi, Türkiye'nin nükleer yatırımlarına yön veriyor. Türkiye, Akkuyu'da ilk ünitenin devreye alınmasına hazırlanırken Sinop ve Trakya'da planlanan yeni santraller için görüşmelerini sürdürüyor. Hedef, 2050'ye kadar 20 bin megavatlık nükleer kurulu güce ulaşmak.**







Türkiye, uzun yıllardır gündeminde yer alan nükleer elektrik üretiminde, son bir yılda ciddi bir ilerleme kaydederek yeni bir aşamaya girdi. Mersin'de yapımı süren Akkuyu Nükleer Güç Santrali'nin ilk ünitesinde testler devam ederken bakanlık, santralden ilk elektriğin 2026 yılı bitmeden üretilmesini hedeflediğini açıkladı.

Rusya Devlet Nükleer Enerji Kuruluşu Rosatom ise aralık ayının ikinci yarısında reaktörün fiziksel başlatma sürecini gerçekleştirmeyi planlıyor. Akkuyu'nun diğer üç ünitesinde çalışmalar sürerken Sinop ve Trakya'da yeni santral projeleri için uluslararası görüşmeler yürütülüyor.

Türkiye uzun vadede, küçük modüler reaktörler de dâhil olmak üzere 2050 yılında en az 20 bin megavat nükleer kurulu güce ulaşmayı amaçlıyor. Bu hedef, elektrik talebindeki artışı karşılamanın yanı sıra enerji arzını çeşitlendirme ve karbon emisyonlarını azaltma politikalarıyla birlikte değerlendiriliyor.

## ELEKTRİK KURULU GÜCÜ 127 BİN MEGAVATI AŞTI

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığının 21 Ekim 2026'da güncellediği verilere göre Türkiye'nin elektrik kurulu gücü, eylül sonu itibarıyla 127 bin 355 megavata ulaştı. Güneş enerjisinin toplam kapasitedeki payı yüzde 22,2'ye, rüzgâr enerjisinin payı ise yüzde 12,2'ye yükseldi. Hidroelektrik santralleri yüzde 25,4 ile en yüksek kurulu güç payına sahip kaynak olmayı sürdürdü.

Yenilenebilir enerjideki büyümeye rağmen kömür ve doğal gaz, elektrik üretiminde önemli bir yer tutuyor. Bakanlık verilerine göre 2025 yılında üretilen 366,9 teravatsaat elektriğin yüzde 33,3'ü kömürden, yüzde 22,3'ü doğal gazdan sağlandı. Rüzgâr ve güneş



Akkuyu Nükleer Güç Santrali'ndeki dört reaktörün tamamının planlandığı şekilde devreye alınmasıyla nükleer enerji, Türkiye'nin elektrik üretiminde yeni bir kaynak olarak yerini alacak.

enerjisinin toplam üretimdeki payı ise yüzde 22,7 oldu. Türkiye Ulusal Enerji Planı, elektrik tüketiminin 2035 yılında 510,5 teravatsaate ulaşacağını öngörüyor. Gelecekteki elektrik talebinin artışında nüfus ve ekonomik büyümenin yanı sıra yapay zekâ teknolojilerinin yaygınlaşması, elektrikli araç kullanımının artması, soğutma sistemlerine duyulan ihtiyaç ve su arıtma teknolojilerinin gelişmesi de etkili olacak.

Enerji talebine yönelik gelecek öngörüleri, Türkiye'nin artan enerji ihtiyacını karşılamak için kaynak çeşitliliğini artırmasını ve enerji verimliliğine yönelik yatırımlarını güçlendirmesini gerektiriyor. Bu noktada, yenilenebilir enerji kaynakları ile yerli petrol ve doğal gaz üretimini birlikte ele alan enerji politikalarında nükleer enerjinin de önemli bir rol üstlenmesi bekleniyor. Akkuyu Nükleer Güç Santrali'ndeki dört reaktörün tamamının planlandığı şekilde devreye alınmasıyla nükleer enerji, Türkiye'nin elektrik üretiminde yeni bir kaynak olarak yerini alacak.

## AKKUYU'DA DEVREYE ALMA TAKVİMİ NETLEŞTİ

Haziran ayında reaktör basınç kabına 163 temsili yakıt demeti yerleştirilerek gerçek nükleer yakıt yüklemesinden önce

> Akkuyu'daki dört ünitenin tümü çalıştığında yıllık yaklaşık 35 milyar kilovatsaat elektrik üretilebilecek. Bu miktar, Türkiye'nin 2024 yılı elektrik tüketiminin yaklaşık yüzde 10'una karşılık geliyor.



## Akkuyu'nun Gelişim Süreci

Türkiye'nin ilk nükleer enerji santrali Akkuyu'nun temelleri, Türkiye ile Rusya arasında 12 Mayıs 2010'da imzalanan anlaşmayla atıldı. Mersin'deki ilk reaktörün inşaatı 3 Nisan 2018'de başlarken ikinci ve üçüncü ünitelerin temelleri sırasıyla 2020 ve 2021 yıllarında atıldı. 27 Nisan 2023'te Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in katılımıyla düzenlenen tören kapsamında santrale ilk nükleer yakıt getirildi ve Akkuyu böylece resmen nükleer tesis statüsüne kavuştu.

Ocak 2026'da ilk reaktörün inşaatının yüzde 99 oranında tamamlandığı duyuruldu. Haziran ayında ise 163 temsili yakıt demetinin reaktöre yerleştirilmesiyle gerçek yakıt yüklemesinin provası gerçekleştirildi. Dört reaktörün tamamlanmasıyla Akkuyu'nun 4 bin 800 megavat kurulu güce ulaşması öngörülüyor.

sistemlerin kontrol edildiği bir prova gerçekleştirildi. Ekim ayında tamamlanan hidrolik testlerde ise birinci devrenin basıncı 24,5 megapaskala, yani normal çalışma basıncının yaklaşık bir buçuk katına çıkarıldı.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Alparslan Bayraktar, ekim ayında yaptığı açıklamada ilk üniteden önümüzdeki aylarda elektrik üretmeyi amaçladıklarını belirtti. Bayraktar ayrıca ilk ünitede 1.090 ayrı testin gerçekleştirildiği bir süreçte olduklarını ve yıl sonuna kadar nükleer yakıt yüklemesini tamamlamayı hedeflediklerini söyledi.

Rusya Devlet Nükleer Enerji Kuruluşu Rosatom Genel Müdürü Aleksey Likhachev, Moskova'da düzenlenen "Rusya Enerji Haftası" kapsamında yaptığı açıklamada, ilk reaktörde aralık ayının ikinci yarısında fiziksel başlatma sürecinin gerçekleştirilmesinin planlandığını belirtti. Projedeki son duruma ilişkin değerlendirmelerde bulunan Likhachev, "Aralık ayının ikinci yarısında planlanan fiziksel başlatma süreci için takvime uygun ilerliyoruz. Yıl sonuna kadar Türkiye'deki ünitenin inşaat aşamasından devreye alma aşamasına geçmesini umuyoruz." dedi.

### ELEKTRİK İHTİYACININ YÜZDE 10'U NÜKLEER ENERJİDEN SAĞLANABİLİR

Bakanlığın verilerine göre Akkuyu'daki dört ünitenin tümü çalıştığında yıllık yaklaşık 35 milyar kilovatsaat elektrik üretilebilecek. Bu miktar, Türkiye'nin 2024 yılı elektrik tüketiminin yaklaşık yüzde 10'una karşılık geliyor. Bununla birlikte kurulu güç ile yıllık elektrik üretimi aynı göstergede ilerlemiyor. Ulusal elektrik tüketimi arttıkça nükleerin toplam içindeki payı da değişebilecek.

Nükleerin bu konumu, 2035'e kadar güneş ve rüzgâr kurulu gücünü 120 bin megavata çıkarma planıyla birlikte düşünülüyor. Uzun vadeli program, 2053 net sıfır emisyon hedefiyle birlikte değerlendiriliyor. Artan elektrik talebi, sanayinin dönüşümü ve ulaşımda elektrikli teknolojilerin yaygınlaşması, yeni üretim kapasitesine duyulan ihtiyacı artıran başlıca etkenler arasında bulunuyor.

### SİNOP VE TRAKYA İÇİN DÖRT ÜLKEYLE MÜZAKERELER SÜRÜYOR

Akkuyu'nun ardından Türkiye'nin nükleer enerji programındaki en önemli başlıklardan ikisini Sinop ve Trakya'da planlanan santraller oluşturuyor. Bu santraller, 2050'ye kadar en az 20 bin megavat nükleer kurulu güce ulaşma hedefinde belirleyici rol oynayacak. Akkuyu'daki dört reaktöre Sinop ve Trakya'da dörder reaktörün eklenmesiyle, toplam 12 büyük reaktörde yaklaşık 15 bin megavat kurulu güce ulaşılması öngörülüyor. Kalan en az 5 bin megavat için küçük modüler reaktör teknolojileri gündemde.

Bakan Bayraktar, ekim ayındaki açıklamasında iki proje için Güney Kore, Kanada, Çin ve Rusya ile görüşmelerin sürdüğünü bildirdi. Hükûmet, 2027 yılında yeni santrallerin hukuki çerçevesinin oluşturulmasını ve hükûmetler arası anlaşmaların imzalanmasını amaçlıyor. Müzakerelerde teknoloji tercihi kadar yatırımın finansman modeli, elektrik alım koşulları ve yerli şirketlerin projeye katılımı da belirleyici olacak. Bu alandaki somut adımlardan biri Mart 2026'da atıldı ve Türkiye Nükleer Enerji Anonim Şirketi (TÜNAŞ) ile Kanadalı AtkinsRéalis arasında mutabakat zaptı imzalandı. Anlaşmayla Kanada'nın CANDU reaktör teknolojisinin







Türkiye'de uygulanabilirliğinin incelenmesi kararlaştırıldı. Güney Kore ile sürdürülen temaslar da olası yeni santraller açısından önemini koruyor.

### ENERJİ ARZINDA NÜKLEERİN ROLÜ GÜÇLENİYOR

Nükleer yatırımlar, Türkiye'nin enerji arzını çeşitlendirme ve elektrik üretiminde karbon yoğunluğunu azaltma planının bir parçasını oluşturuyor. Nükleer santrallerin güçlü yönü, hava koşullarından bağımsız olarak uzun süre yüksek kapasiteyle elektrik üretebilmeleri. Bu özellik, güneş ve rüzgâr gibi üretimi hava koşullarına bağlı kaynakları tamamlayabilir. Bakanlığın verilerine göre dünyada 31 ülkede 417 reaktör işletmede bulunuyor ve nükleer santraller küresel elektriğin yaklaşık yüzde 10'unu sağlıyor.

Ancak nükleer yatırımlar planlanırken yüksek yatırım maliyetlerinin, uzun inşaat sürelerinin ve olası gecikmelerin dikkate alınması gerekiyor. Ayrıca işletme güvenliği, kullanılmış nükleer yakıtın yönetimi, radyoaktif atıkların uzun vadeli depolanması ve santrallerin işletmeden çıkarılmasına ilişkin yükümlülükler de önemli başlıkları oluşturuyor.

### NÜKLEER YATIRIMLARDA YERLİ KATKI 9 MİLYAR DOLARA YAKLAŞTI

Nükleer enerji yatırımlarının ekonomik etkisi, santrallerin üreteceği elektriğin ötesine uzanıyor. Yüksek güvenlik ve kalite standartları gerektiren bu projeler, makine, metal, elektrik ekipmanları, mühendislik ve teknik hizmetler alanlarında yeni iş olanakları yaratabiliyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığının paylaştığı bilgilere göre Akkuyu'da ekipman, malzeme ve hizmet alımları üzerinden hesaplanan yerlilik oranı, 2025'in ilk çeyreği itibarıyla yüzde 55,30'a ulaştı. Bakanlık, bunun yaklaşık 8 milyar 946 milyon dolarlık yerli katkıya karşılık geldiğini belirtiyor.

> Akkuyu'daki dört reaktöre Sinop ve Trakya'da dörder reaktörün eklenmesiyle, toplam 12 büyük reaktörde yaklaşık 15 bin megavat kurulu güce ulaşılması öngörülüyor.

# Okyanusun Ötesinde İbre Yukarı Döndü



**Türkiye ile ABD arasındaki ticari ilişkiler, son 20 yılda ihracatın 3,3 katına çıkmasıyla yeni bir boyuta taşındı. 2026'nın ilk dokuz ayında ABD'ye yapılan ihracat 11,1 milyar dolara ulaşırken elektrik-elektronik, kimya ve otomotiv sektörlerinin büyümeye önemli katkı sağladığı görüldü. İki ülke arasındaki yıllık ticaret hacminde 2028 için 50 milyar dolarlık seviye hedefleniyor.**





Türkiye'nin küresel ticarette-ki en önemli ortaklarından biri olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), ihracat açısından stratejik konumunu güçlendirmeye devam ediyor. Son yıllarda üretim kapasitesinin gelişmesi, ihraç edilen ürünlerin çeşitlenmesi ve ticari iş birliklerinin artması, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin büyümesini destekliyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) paylaştığı ihracat rakamlarına göre ABD, 2026 yılının ilk dokuz ayında Türk ihracatçılarının en büyük pazarları arasındaki yerini korurken ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,4 arttı. ABD ayrıca ocak-eylül dönemi boyunca Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında ilk beşin içinde yer aldı.

Kimyevi maddeler, elektrik-elektronik, otomotiv, makine, hazır giyim ve halı başta olmak üzere birçok sektörün ihracat gerçekleştirdiği ABD pazarında, teknoloji ve sanayi ürünlerinin ağırlığı dikkat çekiyor. Yaklaşık 20 yılda hacmi üç katından fazlasına çıkan ikili ticaret yeni ihracat fırsatlarının yanı sıra yatırımlar ve sektörler arası ortaklıklarla da gelişimini sürdüreceğinin sinyallerini veriyor.

### DOKUZ AYDA 11,1 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirmiş olduğu ihracat, 2026 yılının ilk çeyreğinde 3 milyar 165,3 milyon dolara ulaştı. Ocak ayında 1 milyar 26,5 milyon dolar, şubatta ise 994,7 milyon dolar olarak açıklanan ihracat, mart ayında bir önceki aya göre yüzde 15,2 artarak 1 milyar 144 milyon dolara yükseldi. Yılın ilk üç ayında ABD'ye yapılan ihracat, aylık ortalama 1 milyar doların üzerinde seyretti.

İhracatın, sonraki aylarda dalgalanmalar yaşamasına rağmen yükseliş eğilimini sürdürdüğü görüldü. Nisan ayında 1,29 milyar dolara yükselen ihracat, mayısta 1,23 milyar dolara geriledi. Haziran ve temmuz aylarında yaklaşık 1,29 milyar ve 1,28 milyar dolarlık ihracat gerçekleşirken ağustosta 1,31 milyar dolar seviyesine ulaşıldı.

Eylül ayında ise ABD'ye yapılan ihracat, 1 milyar 463 milyon dolarla yılın en yüksek aylık seviyesine çıktı. Eylül ihracatındaki yıllık artış yüzde 33,9 olarak kaydedildi. Böylece 2026'nın ilk dokuz ayında ABD'ye yapılan ihracat yaklaşık 11,1 milyar dolara ulaşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,4 büyüdü.

ABD, eylül ayında Türkiye'nin Almanya'dan sonra en fazla ihracat gerçekleştirdiği ikinci ülke olurken, ülkenin eylül ihracatındaki payı yüzde 6,4 seviyesine çıktı. Dokuz aylık dönem boyunca aylık ihracatın farklı seviyelerde gerçekleşmesi, büyümenin kesintisiz bir aylık artıştan ziyade dönem genelinde güçlenen bir eğilim olduğunu ortaya koydu.

### ELEKTRONİK, KİMYA VE OTOMOTİV İHRACATTA ÖNE ÇIKIYOR

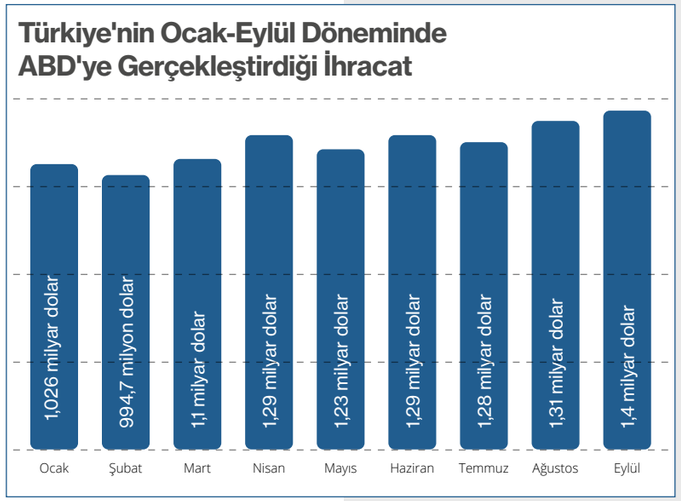
ABD, hizmet sektörünün ağırlık taşıdığı, tüketimin ekonomik faaliyetlerde önemli yer tuttuğu gelişmiş bir karma ekonomiye sahip. Yapay zekâ, elektronik, ilaç, havacılık ve savunma sanayisinde teknolojik gelişmelere öncülük eden ülke, hizmet ihracatında da dünya lideri konumunda bulunuyor.

Türkiye'nin ABD pazarındaki bü-

**Türkiye'nin ABD'ye En Fazla İhracat Yapan 10 Sektörü (2025)**

| | |
|---|---|
| • Kimyevi Maddeler ve Mamulleri | **1,252 milyar dolar** |
| • Otomotiv Endüstrisi | **1,203 milyar dolar** |
| • Savunma ve Havacılık Sanayi | **1,174 milyar dolar** |
| • Elektrik ve Elektronik | **1,156 milyar dolar** |
| • Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri | **886 milyon dolar** |
| • Hazır Giyim ve Konfeksiyon | **870,1 milyon dolar** |
| • Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri | **751,1 milyon dolar** |
| • Halı | **734,7 milyon dolar** |
| • Makine ve Aksamları | **662,4 milyon dolar** |
| • Demir ve Demir Dışı Metaller | **575,8 milyon dolar** |

ABD, 2026 yılının ilk dokuz ayında Türk ihracatçılarının en büyük pazarları arasındaki yerini korurken ihracat geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15,4 arttı.




yümesinin sektörel dağılımı incelendiğinde de elektrik-elektronik, kimya ve otomotiv sektörlerinin belirleyici konumu dikkat çekiyor. Ocak-ağustos döneminde kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 33,7 artarak 1 milyar 43,4 milyon dolara ulaştı.

Aynı dönemde elektrik-elektronik ihracatı yüzde 41,8 yükselerek 996,4 milyon dolar, otomotiv ihracatı ise yüzde 3,5 artışla 841,2 milyon dolar oldu. Bu sektörleri 596,9 milyon dolarla hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, 594,8 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon izledi.

Sektörlerin sekiz aylık ihracat rakamlarına eylül ayı verilerinin de eklenmesiyle dokuz aylık ihracatta elektrik-elektroniğin yaklaşık 1,2 milyar dolara, kimyevi maddelerin 1,16 milyar dolara, otomotivin ise 957 milyon dolara ulaştığı görülüyor.

### EYLÜLDE ELEKTRİK-ELEKTRONİK İHRACATI ÜÇ KATINA ÇIKTI

Dokuz aylık ihracatta elektrik-elektronik ve çelik alanındaki güçlü artış da dikkat çekti. Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliğinin ocak-eylül dönemi raporuna göre elektrik-elektronik sektörünün ABD'ye ihracatı, geçen yılın aynı ayına kıyasla eylül ayında yüzde 209 artarak 241 milyon dolara ulaştı. Bu tutar, eylül ayında ABD'ye gerçekleştirilen toplam ihracatın yaklaşık yüzde 16,5'ine karşılık geldi.

Kimyevi maddeler ve mamullerinde ihracat yüzde 17,5 artışla 121 milyon dolar, otomotiv endüstrisinde yüzde 14,6 yükselişle 116 milyon dolar oldu. Çelik sektöründe ise yıllık artış yüzde 101'e ulaşırken ihracat 104 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Makine ve aksamları ihracatının yüzde 41,8 yükselişle 62 milyon dolara ulaşması, sanayi üretimiyle bağlantılı ürünlerin ABD pazarındaki gelişimini destekledi. Aynı ayda halı ihracatı 74 milyon dolar, hazır giyim ihracatı ise 76 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Buna karşılık hazır giyimde yüzde 5,8, hububat sektöründe yüzde 7,4 gerileme kaydedildi.

### TÜRBİNDEN MÜCEVHERE, HALIDAN OTOMOTİV PARÇALARINA

Türkiye'nin ABD'ye ihracatında sanayi ürünlerinin yanı sıra mücevher, halı ve gıda ürünleri de önemli bir yer tutuyor. Ticaret Bakanlığının 2026 tarihli ABD Ülke Profili'nde yer alan 2025 yılı verilerine göre, Türkiye'nin ABD'ye en fazla ihraç ettiği ürün grubu 939,6 milyon dolarla turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri oldu. Bu grubun toplam ihracattaki payı yüzde 5,8 olarak kaydedildi.

İkinci sırada 896,8 milyon dolarla mücevherci eşyası ve aksamı, üçüncü sırada 661,3 milyon dolarla dokunmuş halılar ve diğer yer kaplamaları yer aldı. Kara yolu taşıtları için aksam ve parça ihracatı 640,9 milyon dolara, petrol yağları ihracatı 526,5 milyon dolara ulaştı.

Elektrik devresi teçhizatında 406,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken elektrik transformatörleri ve ilgili ekipmanlarda 311,4 milyon dolarlık satış kaydedildi.



Özellikle elektrik devresi teçhizatında yıllık yüzde 141,9, transformatörlerde yüzde 72,5 artış yaşanması dikkat çekti. Bu veriler, Türkiye'nin ABD'ye ihracatında geleneksel ürünlerin yanında teknik kapasite ve mühendislik gerektiren ürünlerin de önemli bir yer edindiğini ortaya koyuyor.

### GELENEKSEL SEKTÖRLER PAZARDAKİ AĞIRLIĞINI KORUYOR

ABD, Türkiye'nin hazır giyim, halı, mobilya ve gıda sektörleri için önemli ihracat pazarları arasındaki yerini koruyor. 2026'nın ocak-eylül döneminde hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ABD'ye ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 4,9 artarak 670,5 milyon dolara ulaştı. Halı ihracatı da yüzde 6,1 artarak 561 milyon dolar oldu.

Gıda sektöründe de ABD'ye yönelik satışlar önemli bir hacme ulaştı. Dokuz aylık dönemde hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı yüzde 3,3 artışla 668,1 milyon dolara çıktı. Meyve ve sebze mamulleri ihracatı ise yüzde 4,3 gerileyerek 258 milyon dolara indi. Buna rağmen ABD, meyve ve sebze mamullerinde Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke olmayı sürdürdü.

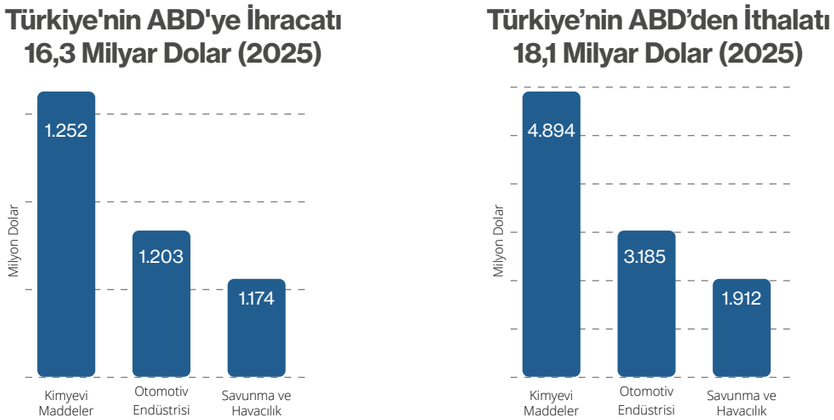
Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri sektörünün ABD'ye ihracatı aynı dönemde yüzde 1,6 artarak 304,6 milyon dolara yükseldi. ABD, sektörün ihracat pazarları arasında Irak ve Birleşik Krallık'ın ardından üçüncü sırada yer aldı.

### YENİ EŞİK: 2028'DE 50 MİLYAR DOLARLIK TİCARET

Türkiye ile ABD arasındaki ticari ilişkilerde yeni hedef, ikili ticaret hacminin büyütülmesi olarak öne çıkıyor. Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, ABD'de gerçekleştirdiği temaslar kapsamında, iki ülke arasındaki ticaret hacminin geçen yıl yüzde 13'lük artışla 38,5 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiğini, bu rakamın 2026 yılında ise 42-43

> 2025 yılında Türkiye'nin ABD'ye en fazla ihraç ettiği ürün grubu 939,6 milyon dolarla turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri oldu. Bu grubun toplam ihracattaki payı yüzde 5,8 olarak kaydedildi.

> Türkiye'nin ABD'ye ihracatı 2005-2025 döneminde yaklaşık 3,3 katına çıkarken yalnızca son 10 yıldaki artış yüzde 155'i aştı.







milyar dolar düzeyine ulaşmasının beklendiğini açıkladı.

Bolat, ayrıca mevcut artış eğiliminin sürmesi durumunda 2028 sonunda yıllık 50 milyar dolarlık seviyeye ulaşılabileceğini ifade etti. Daha uzun vadede gündemde bulunan 100 milyar dolarlık ikili ticaret hedefi ise tarafların ekonomik ilişkileri geliştirme konusundaki temel başlıklarından biri olmayı sürdürüyor.

Ticari ilişkilerin gelişiminde karşılıklı yatırımlar da önemli rol oynuyor. İki ülke arasındaki ticaret hacminin Türk ve ABD'li şirketler için ciddi iş birliği potansiyeli taşıdığını söyleyen Bakan Bolat, "Amerikan şirketlerinin Türkiye'ye 16,5 milyar dolarlık doğrudan sermaye yatırımı oldu, yıllar içinde ilave 60 milyar dolarlık yatırım yapıldı. ABD'deki Türk yatırımcılar da 14,5 milyar dolarlık doğrudan yatırım gerçekleştirdi." dedi.

Önümüzdeki dönemde sanayi ürünlerinin rekabet gücünün, yeni müşterilerle kurulacak ticari bağlantıların, lojistik maliyetlerinin ve ABD'nin ticaret politikalarının ihracatın seyrini belirlemesi bekleniyor. İki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin geleceğinde ise ihracatın artmasının yanı sıra ihraç edilen ürünlerin çeşitlenmesi ve karşılıklı yatırımların büyümesi de etkili olacak.

**ABD'YE İHRACAT 20 YILDA 3,3 KATINA ÇIKTI**

Türkiye ile ABD arasındaki ticari ilişkilerin uzun dönemli gelişimi, iki ülke arasındaki ekonomik bağların önemli ölçüde büyüdüğünü gösteriyor. Ticaret Bakanlığının ABD Ülke Profili raporuna göre Türkiye'nin ABD'ye ihracatı 2005 yılında 4,9 milyar dolar seviyesinde seyrediyordu. İhracat 2010 yılına gelindiğinde 3,8 milyar dolara gerilerken, 2015'te 6,4 milyar dolara yükseldi.

Sonraki yıllarda ise büyümenin ivme kazandığı görüldü. Türkiye'nin ABD'ye ihracatı 2020 yılında 10,2 milyar dolara, 2023 yılında 14,9 milyar dolara ve 2024 yılında 16,35 milyar dolara ulaştı. 2025 yılında ise 16,33 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Böylece Türkiye'nin ABD'ye ihracatı 2005-2025 döneminde yaklaşık 3,3 katına çıkarken yalnızca son 10 yıldaki artış yüzde 155'i aştı. İkili mal ticaretinin toplam hacmi de aynı dönemde 10,3 milyar dolardan 38,5 milyar dolara yükseldi.

> İki ülke arasındaki ticaret hacmi geçen yıl yüzde 13'lük artışla 38,5 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu rakamın 2026 yılında 42-43 milyar dolara ulaşması bekleniyor.





# "ABD PAZARINDAKİ BÜYÜMEYİ UZUN VADELİ ORTAKLIKLARA DÖNÜŞTÜRMELİYİZ"



**Sevda Kayhan Yılmaz**
Makine İhracatçıları Birliği (MAİB)
Yönetim Kurulu Başkanı

ABD ile Çin arasındaki stratejik rekabet, gümrük vergilerinden teknoloji kısıtlamalarına uzanan korumacı politikalarla küresel ticaretin kurallarını yeniden şekillendiriyor. İki ülke arasındaki ticari gerilim yalnızca kendi aralarındaki alışverişi değil, küresel tedarik zincirlerinin işleyişini ve üçüncü ülkelerin pazarlara erişim koşullarını da etkiliyor. Şirketlerin alternatif tedarikçilere yönelmesi, Türkiye gibi üretim kapasitesi ve mühendislik yetkinlikleriyle öne çıkan ülkeler için yeni fırsatlar yaratabilir ancak bu fırsatların kalıcı ticari kazanımlara dönüşmesi tedarik güvenliğine ilişkin beklentilerin doğru okunmasını gerektiriyor.

Türk makine sektörünün ABD pazarındaki performansı, bu açıdan başarılı bir örnek. 2026 yılının ilk dokuz ayında ABD'ye makine ihracatımız, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 27,6 artarak 1,8 milyar dolara ulaştı. Aynı dönemde Türkiye'nin ABD'ye toplam ihracatı yüzde 14,4 artarken, makinenin toplam ihracat içindeki payı da yüzde 14,3'ten yüzde 15,9'a yükseldi. Makine ihracatımızın miktar bazında yüzde 11 artmasına karşılık değer bazında yüzde 27,6 büyümesi ve kilogram başına ortalama ihracat değerinin 16,7 dolardan 19,2 dolara çıkması da bu tablonun dikkat çekici unsurları arasında yer alıyor.

İhracat artışında türbin, turbojet ve hidrolik sistemler grubu 604,7 milyon dolarla ilk sırada bulunuyor. Bu gruptaki ihracat yüzde 45,2 artarken traktör, tarım ve ormancılık makineleri ile pompa ve kompresörlerde de yüzde 80'in üzerinde artış kaydedildi. İçten yanmalı motorlar ve aksamları da 192,4 milyon dolarlık ihracatla öne çıkan gruplar arasında yer aldı.

ABD gibi yüksek rekabetin yaşandığı bir pazarda kalıcı konum elde etmek, fiyat avantajıyla sınırlı bir stratejiyle mümkün değil. Çinli üreticilerin ölçek ve maliyet avantajlarına, Avrupalı üreticilerin teknoloji ve marka birikimine karşı Türkiye'nin rekabet alanını yüksek kalite, ihtiyaca göre uyarlanabilen çözümler, operasyonel esneklik ve güçlü satış sonrası hizmetlerle geliştirmesi gerekiyor.

"Türkiye'nin Makinecileri" markamızla ABD'de düzenlenen IMTS Chicago ve IWF Atlanta gibi önemli sektörel buluşmalara katılmamız, bu pazara yönelik tanıtım ve iş geliştirme çalışmalarımızın bir parçasıydı. Bu temasları fuarlarla sınırlı bırakmadan müşterilerimiz ve iş ortaklarımızla uzun vadeli ticari ilişkilere dönüştürmeyi önemsiyoruz. ABD pazarı, önümüzdeki dönem programlarımızda da öncelikli bir yere sahip. İlk kez ABD'yi merkeze alan ve Meksika, Brezilya ile Kanada'yı da kapsayan bir Turquality Programı başlatacağız. Uzak ülkeleri hedefleyen ve aynı coğrafyaları kapsayan, 20'nin üzerinde firmanın katılımıyla yeni bir UR-GE projesi hazırlığımız da var.

ABD pazarında kalıcı bir yer edinmek, tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra yeterli ölçeğe ulaşmayı da gerektiriyor. Tek başına bu ölçeğe ulaşmakta zorlanan firmalarımızın güçlerini birleştirerek ortak çalışma ve iş birliği modelleri geliştirmesi, pazarda kalıcı ilişkiler kurmaları açısından büyük önem taşıyor. Türk makine sektörü olarak, müşterilerimizin yatırım ve üretim süreçlerinde güven duyduğu, uzun vadeli değer üreten bir çözüm ortağı konumumuzu güçlendirmek istiyoruz.

> Türkiye'nin rekabet alanını yüksek kalite, ihtiyaca göre uyarlanabilen çözümler, operasyonel esneklik ve güçlü satış sonrası hizmetlerle geliştirmesi gerekiyor.

# "TEDARİK ZİNCİRLERİNDEKİ ÇEŞİTLENME TÜRK FİRMALARA YENİ FIRSATLAR SUNUYOR"



**Baran Çelik**
TİM Başkan Vekili
Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Başkan Yardımcısı

ABD, dünyanın en büyük otomotiv pazarlarından biri olarak sektörümüz açısından stratejik önem taşıyor. Türkiye otomotiv endüstrisi olarak Avrupa pazarlarındaki güçlü konumumuzu korurken ABD gibi yüksek potansiyel taşıyan pazarlarda varlığımızı artırmayı önceliklerimiz arasında görüyoruz. TİM verilerine göre ABD'ye otomotiv ihracatımız eylül ayında yüzde 14,6 artarak 115,9 milyon dolara, yılın ilk dokuz ayında ise yüzde 4,7 artışla 956,9 milyon dolara ulaştı. Küresel ticarette belirsizliklerin ve korumacı politikaların devam ettiği bir dönemde elde edilen bu artışı olumlu değerlendiriyoruz. 957 milyon dolarlık toplam otomotiv ihracatının 847 milyon doları aksam ve parçalardan, 105 milyon doları ise otobüs, minibüs ve midibüs ürün grubundan oluştu.

ABD pazarındaki ihracatımızda özellikle tedarik sanayimizin önemli bir ağırlığı bulunuyor. Üretim kalitemiz, mühendislik kabiliyetimiz ve uluslararası standartlara uyumumuz, küresel müşterilerin beklentilerine yanıt verebilmemizi sağlıyor. Diğer taraftan küresel otomotiv üreticilerinin tedarik zincirlerini çeşitlendirme ve tedarik güvenliğini artırma arayışları da Türk firmaları açısından yeni fırsatlar oluşturuyor. Bu potansiyeli kalıcı ihracat artışına dönüştürmek için rekabetçiliğimizi ve katma değerli üretim kapasitemizi güçlendirmemiz gerekiyor.

2025 yılında ABD 1 milyar 70 milyon dolar ile tedarik sanayisindeen fazla ihracat yaptığımız üçüncü ülke oldu. 2024 yılında ise tedarik sanayi ihracatımızda Almanya'nın ardından ikinci büyük pazarımız konumundaydı. Bu yıl da aynı performansımızın devam ettiğini görüyoruz. Türkiye otomotiv tedarik sanayisi, uzun yıllardır dünyanın önde gelen araç üreticileriyle çalışarak güçlü bir üretim altyapısı ve mühendislik birikimi oluşturdu. Nitekim 2026'nın ilk dokuz ayında tedarik sanayimizin toplam ihracatı 12,1 milyar dolara ulaşırken otomotiv ihracatımızdan aldığı pay yüzde 39 oldu.

ABD pazarında araç üreticileri, küresel birinci ve ikinci kademe tedarikçiler ile satış sonrası yedek parça kanalları önemli müşteri gruplarını oluşturuyor. Türk firmalarının kalite standartlarına uyumu, esnek üretim kabiliyeti, ürün çeşitliliği ve mühendislik çözümleri geliştirebilmesi rekabette önemli avantajlar sağlıyor. Bununla birlikte ABD, teknik standartların, teslimat güvenilirliğinin ve uzun vadeli müşteri ilişkilerinin belirleyici olduğu bir pazar. Hedefimiz, küresel üreticilerin yeni projelerinde daha fazla yer alarak yüksek teknoloji içeren ürünlerdeki payımızı da geliştirmek.

Küresel otomotiv endüstrisi elektrifikasyon, dijitalleşme, bağlantılı araç teknolojileri ve sürdürülebilir üretim ekseninde kapsamlı bir dönüşümden geçiyor. Bu süreç, geleneksel otomotiv bileşenlerinin yanında elektronik, yazılım ve ileri teknoloji çözümlerinin önemini giderek artırıyor. Türkiye otomotiv endüstrisi olarak bu dönüşümü küresel değer zincirinde daha üst basamaklara çıkmamız açısından stratejik bir fırsat olarak görüyoruz.

> Türk firmalarının kalite standartlarına uyumu, esnek üretim kabiliyeti ve mühendislik çözümleri geliştirebilmesi rekabette önemli avantajlar sağlıyor.





# "ABD'DE KATMA DEĞERLİ ÜRÜNLERLE KALICI BÜYÜMEYİ HEDEFLİYORUZ"



**Vefa İbrahim Aracı**
İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı

ABD, kimya sektörümüz açısından büyüme potansiyeli yüksek stratejik pazarlardan biri. 2026 yılının ilk sekiz ayında ABD'ye ihracatımızın yüzde 33,7 artarak 1,04 milyar doları aşması, Türk kimya sanayisinin bu pazardaki konumunu güçlendirdiğini gösteriyor. Sektörümüz, plastikler ve mamulleri, mineral yakıtlar, anorganik kimyasallar, boya, kozmetik ve temizlik ürünleri gibi geniş bir üretim yelpazesine sahip. Bu çeşitlilik, farklı sektörlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilmemiz açısından önemli bir avantaj oluşturuyor. ABD pazarındaki büyümeyi sürdürülebilir kılmak için özellikle katma değerli, yüksek teknolojili ve yenilikçi ürünlerin ihracatımızdaki ağırlığını artırmayı önemsiyoruz. Hedefimiz yalnızca ihracat hacmimizi büyütmek değil, daha yüksek birim değerli ürünlerle pazardaki konumumuzu kalıcı hâle getirmek.

Türk kimya sektörünün en önemli avantajları güçlü üretim altyapısı, geniş ürün çeşitliliği ve farklı müşteri taleplerine yanıt verebilme kabiliyeti. Bununla birlikte küresel rekabette fiyat tek başına belirleyici değil. Kalite standartları, tedarik güvenilirliği, ürün geliştirme kapasitesi ve teslimat süreçlerinin etkin yönetimi de giderek önem kazanıyor. Çin'in yüksek üretim kapasitesine ve oluşturduğu fiyat baskısına, Avrupalı üreticilerin ise teknoloji ve marka gücüne karşı rekabet edebilmek için verimlilik ve katma değer odaklı dönüşümümüzü hızlandırmamız gerekiyor.

### "ARTAN MALİYETLERE KARŞI REKABET GÜCÜMÜZÜ KORUMAYA ODAKLANIYORUZ"

Diğer taraftan enerji, ham madde ve finansman maliyetlerindeki artışlar fiyat açısından rekabetimizi zorlaştırıyor. Özellikle savaş ve çatışmaların yaşandığı bölgelerde lojistik hatların ve bazı sevkiyatların aksaması, ihracatçılarımızı daha yüksek maliyetli alternatif güzergâhlara ve taşıma yöntemlerine yöneltiyor. Bu koşullar ihracatımızın daha hızlı artmasının önünde engel oluştursa da sektörümüz, artan maliyetleri göğüsleyerek mevcut ihracat seviyesini korumak ve daha da yükseltmek için yoğun çaba gösteriyor. Bu nedenle AR-GE'yi, dijitalleşmeyi, yüksek teknolojili üretim yatırımlarını ve lojistik süreçlerin etkin yönetimini rekabet gücümüz açısından kritik görüyoruz.

ABD pazarında yakaladığımız büyüme, ihracatımızın coğrafi çeşitliliğini artırma stratejimiz açısından son derece değerli. Avrupa'daki güçlü konumumuzu korurken ABD, Körfez, Latin Amerika ve Asya pazarlarında daha fazla yer edinmeyi hedefliyoruz. ABD'nin ticaret politikaları, gümrük tarifeleri ve teknik düzenlemelerindeki gelişmeleri yakından takip etmek, firmalarımızın pazara erişimini kolaylaştırmak açısından önem taşıyor. İKMİB olarak ticari organizasyonlarımızı güçlendirirken ihracatçılarımızın rekabet koşullarına uyumunu desteklemeyi sürdüreceğiz. Sektörümüz eylül ayında 3,07 milyar dolarlık ihracatla rekor kırarken ilk dokuz aydaki toplam ihracatımız 25,8 milyar doları aştı. Bu ivmeyi koruyarak 2026 yılı için belirlediğimiz 35 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmayı amaçlıyoruz.

> ABD pazarında yakaladığımız büyüme, ihracatımızın coğrafi çeşitliliğini artırma stratejimiz açısından son derece değerli.

# “MAKİNE HALISINDA İHRACATIMIZIN YAKLAŞIK YÜZDE 31’İNİ ABD’YE GERÇEKLEŞTİRİYORUZ”



**Faik Topak**
İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) Yönetim Kurulu Başkanı

ABD, dünyanın en büyük halı ithalatçısı ve sektörümüzün en önemli ihracat pazarı konumunda. Bu pazara yönelik ihracatımızda en büyük payı makine halıları oluşturuyor. 2026 yılının Ocak-Eylül döneminde ABD’ye makine halısı ihracatımız, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,2 artarak 501 milyon dolara ulaştı. Toplam makine halısı ihracatımızın yaklaşık yüzde 31’ini ABD’ye gerçekleştiriyoruz.

Makine halısını tufte halılar ve el halıları takip ediyor. ABD, bu ürün grupları açısından da stratejik öneme sahip. Özellikle makine halılarında geniş ürün çeşitliliğimiz, tasarım kabiliyetimiz ve kalite standartlarımız; el halılarında ise köklü dokumacılık geleneğimiz ve özgün tasarımlarımız Türk halılarına yönelik talebi destekliyor.

**“DOKUMA MAKİNE HALILARINDA TÜRKİYE, ABD’NİN EN BÜYÜK TEDARİKÇİSİ”**

Türkiye, ABD’nin halı ithalatında Hindistan’ın ardından ikinci büyük tedarikçisi konumunda. Çin, Vietnam ve Mısır da önemli rakiplerimiz arasında yer almakla birlikte Hindistan ve Türkiye pazarda belirgin şekilde öne çıkıyor. Dokuma makine halılarında ise Türkiye, ABD’nin en büyük tedarikçisi olarak ilk sırada yer alıyor.

Türk halı sektörü, güçlü üretim altyapısı, yüksek kapasitesi, rekabetçi fiyat-kalite dengesi ve tasarım çeşitliliğiyle uluslararası pazarda önemli avantajlara sahip. Özellikle değişen tüketici tercihlerine hızla uyum sağlayabilmemiz, farklı fiyat segmentlerine hitap edebilmemiz ve büyük ölçekli siparişleri karşılayabilmemiz bizi rakiplerimizden ayrıştırıyor. Üretim esnekliğimiz ve teslimat süreçlerindeki güvenilirliğimiz de ABD’li alıcıların Türk halılarını tercih etmesinde önemli rol oynuyor.

**“TASARIM VE MARKALAŞMA GÜCÜMÜZLE ÖNE ÇIKMAYI HEDEFLİYORUZ”**

ABD pazarındaki güçlü konumumuzu korumak ve ihracatımızdaki istikrarlı artışı sürdürmek temel önceliğimiz. Bunun için öncelikle ham madde, enerji ve lojistik maliyetleri açısından rekabet gücümüzün korunması büyük önem taşıyor. ABD’nin uyguladığı gümrük tarifeleri ve ticaret politikalarının sektörümüz üzerindeki etkilerini de yakından takip ediyoruz.

Diğer taraftan, yalnızca üretim kapasitemizle değil, tasarım ve markalaşma gücümüzle de öne çıkmayı hedefliyoruz. ABD’deki dağıtım kanallarında daha etkin yer almak, doğrudan alıcı ilişkilerini geliştirmek ve katma değerli ürünlerin ihracattaki payını artırmak önceliklerimiz arasında.

2026 yılının kalan döneminde ve 2027 yılında hedefimiz, ABD pazarındaki mevcut payımızı artırırken ihracatımızda sürdürülebilir büyümeyi sağlamak. Türk halısının kalite, tasarım ve güvenilirlik algısını güçlendirerek bu stratejik pazardaki lider konumumuzu daha ileri taşımak istiyoruz.

> Üretim esnekliğimiz ve teslimat süreçlerindeki güvenilirliğimiz de ABD’li alıcıların Türk halılarını tercih etmesinde önemli rol oynuyor.



formül®
Dünya’nın tercihi, Türkiye’nin markası

*"**Formül; Veliköy ve Çerkezköy’deki** modern fabrikalarında **PP-R boru ve ek parçaları**, **PVC boru ve ek parçaları** ile **PE-RT boru** üretimi yapmakta, bunun yanı sıra **pirinç insört ve bağlantı parçalarını da kendisi üretmektedir.**"*

TÜRKİYE’NİN İKİNCİ 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU 2025

2025 TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ TÜRKİYE’NİN İLK 1000 İHRACATÇI FİRMASI TOP 1000 EXPORTERS OF TÜRKİYE

***5 kıtada 90’dan fazla ülkeye** ihracat yapan Formül,*
*2014’ten beri ülkemizin **“ilk 1000 ihracatçı firması”** arasında yer almaktadır.*








formul.com.tr



**MERKEZ OFİS**
Büyükçekmece / İSTANBUL



**PLASTİK FABRİKASI**
Çerkezköy / TEKİRDAĞ



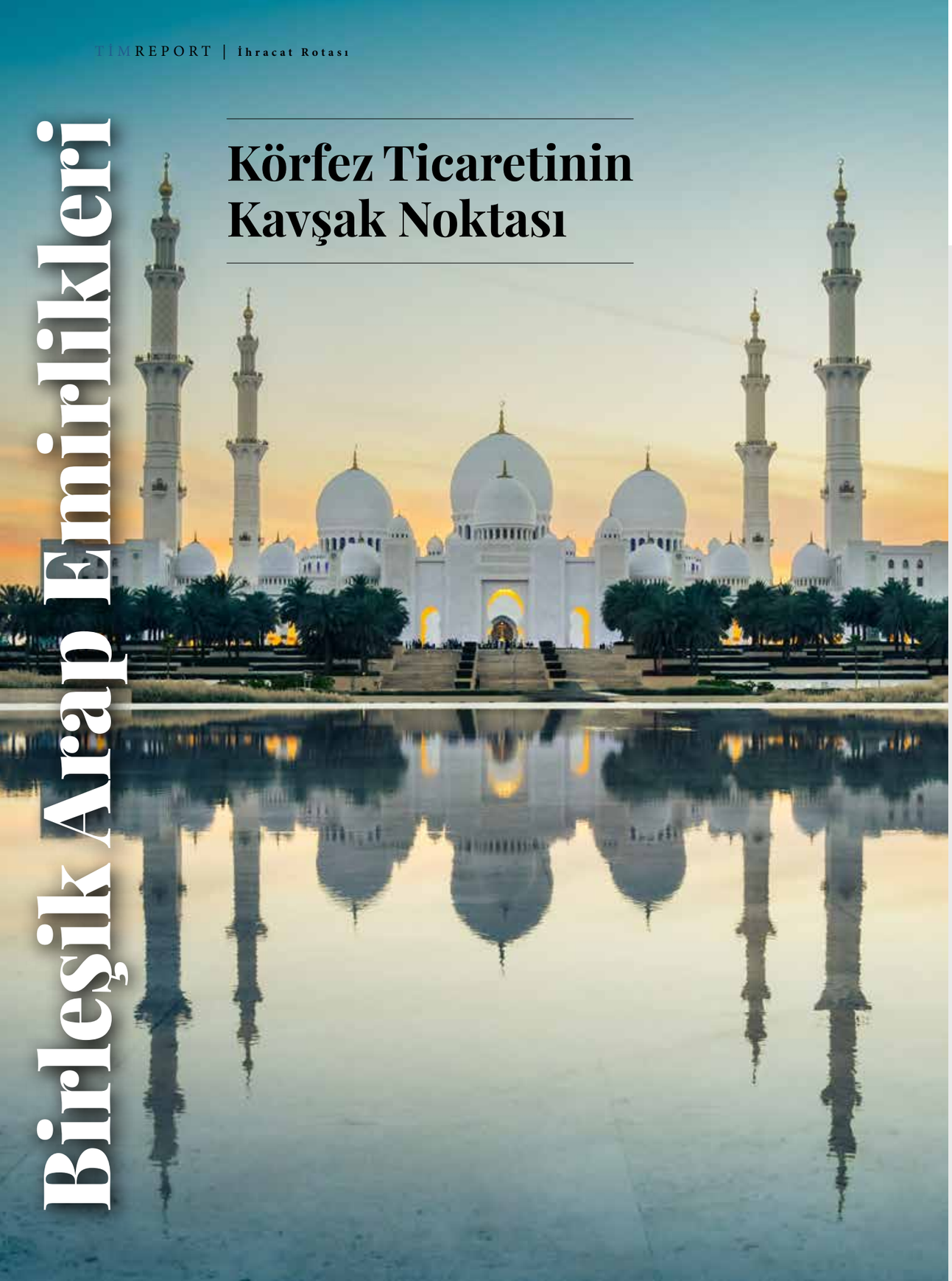
**PVC FABRİKASI**
Çerkezköy / TEKİRDAĞ



**METAL FABRİKASI**
Çerkezköy / TEKİRDAĞ

# Birleşik Arap Emirlikleri

## Körfez Ticaretinin Kavşak Noktası





**Küresel arenada sahip olduğu petrol rezervleriyle dikkat çeken Birleşik Arap Emirlikleri, Dubai'nin yeniden ihracat gücü ve Abu Dabi'nin sanayi hamleleri sayesinde bölgenin en dinamik pazarlarından biri hâline geldi.**

Arap Yarımadası'nın güneydoğusunda, Basra Körfezi'nin kıyısında yer alan Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), yedi emirlikten oluşan federal bir devlet olarak konumlanıyor. Bağımsızlık öncesinde yedi emirlik, İngiliz himayesi altındaki Trucial Devletleri olarak anılıyordu. Aralık 1971'de Abu Dabi, Dubai, Şarika, Acman, Ümmü'l-Kayveyn ve Füceyre'nin bir araya gelmesiyle Birleşik Arap Emirlikleri kuruldu. Resü'l-Hayme ise 1972'de federasyona katılarak birliğin yedinci emirliği oldu.

Ülkenin başkenti, yüz ölçümü bakımından en büyük ve ekonomik açıdan en zengin olan Abu Dabi olurken Dubai, uluslararası ticaret, finans, turizm ve lojistik alanlarındaki konumuyla öne çıkıyor. Ülke, Suudi Arabistan ve Umman ile kara sınırlarını paylaştığı gibi deniz yoluyla da Körfez'in önemli ticaret güzergâhlarına erişim sağlıyor. Bu coğrafi avantaj, BAE'nin Asya, Avrupa ve Afrika arasındaki mal ve sermaye akışında etkin bir rol üstlenmesini sağlıyor.

### EKONOMİSİ PETROL GELİRLERİYLE BÜYÜYOR

BAE ekonomisinin temelinde hidrokarbon zenginliği yatıyor. Petrol rezervlerinde dünyada altıncı, doğal gaz rezervlerinde yedinci sırada yer alan ülkenin, yaklaşık 113 milyar varillik ham petrol rezervinin yüzde 96'sı Abu Dabi'de bulunuyor. Bu zengin kaynağa rağmen yönetim, uzun zamandır enerji gelirlerine bağımlılığı azaltmayı temel hedef olarak görüyor.

Ticaret Bakanlığının BAE için hazırladığı ülke profili raporuna göre BAE'nin nominal gayrisafi yurt içi hasılası, 2024'te 552 milyar dolar, 2025'te ise 572 milyar dolar olarak kaydedildi. Dünya Bankasının 2024 verilerine göre hizmetler sektörü GSYİH'nin yaklaşık yüzde 55'ini, inşaat dâhil sanayi yüzde 44'ünü oluştururken tarımın payı yüzde 1 düzeyinde kaldı. Bu dağılım, ülke ekonomisinde petrol üretimine ek olarak hizmetler ve sanayinin de önemli bir ağırlık taşıdığını gösteriyor.



Al Mamzar Sahili

Özellikle Dubai'nin finans, turizm, gayrimenkul ve lojistik alanlarındaki faaliyetleri, petrol dışı ekonomik hareketliliği destekliyor. Abu Dabi ise enerji gelirlerinin yanı sıra sanayi, teknoloji ve yatırım odaklı projelerle öne çıkıyor.

Ülkenin kalkınma stratejilerinde enerji dışı sektörlerin payını artırmak, yabancı sermayeyi çekmek ve küresel rekabet gücünü korumak öncelikli hedefler arasında yer alıyor. BAE, 2023'te 31 milyar



**%3,1**
**Reel GSYİH Büyüme Oranı**

**622**
milyar dolar
**GSYİH**

**52.214**
dolar
**Kişi başı GSYİH (IMF 2026 tahmini)**

BAE'nin nominal gayrisafi yurt içi hasılası, 2024'te 552 milyar dolar, 2025'te 572 milyar dolar olarak kaydedildi. Dünya Bankasının 2024 verilerine göre hizmetler sektörü GSYİH'nin yaklaşık yüzde 55'ini, inşaat dâhil sanayi yüzde 44'ünü oluştururken tarımın payı yüzde 1 düzeyinde kaldı.



*Business Bay Marina*

dolarla doğrudan yabancı yatırım çeken ülkeler arasında 12. sırada yer alıyor. Merkez Bankasının uluslararası rezervleri 2024'te 238 milyar dolara yükselerek ekonomiye dayanıklılık kazandırıyor. BAE bankacılık sektörü, yaklaşık 896 milyar dolarlık varlığıyla Körfez İşbirliği Konseyi ülkeleri arasında öne çıkıyor. Ayrıca Doğu Afrika, Orta Doğu ve Yakın Asya'nın en istikrarlı ve güvenli ülkelerinden biri olarak görülüyor.

## ÜRETİM SANAYİSİNDE İLERİ TEKNOLOJİ HEDEFİ

BAE'nin sanayi politikası, enerji kaynaklarından elde edilen avantajı katma değerli üretime dönüştürme ve ithalata bağımlılığı azaltma hedefleri etrafında şekilleniyor. Petrol ve doğal gazın çıkarılması, rafinaj ve petrokimya faaliyetleri sanayinin geleneksel dayanaklarını oluştururken bunun yanında alüminyum üretimi, metal işleme, yapı malzemeleri, kimyasallar ve gıda işleme gibi alanlar da ekonomik yapıda önemli yer tutuyor. Özellikle alüminyum enerji yoğun üretim kapasitesi bakımından dikkat çeken alanlardan birini oluşturuyor.

Ancak ülkenin üretim yapısı değerlendirilirken yerli imalatla ithal ürünlerin işlenmesi, montajı ve yeniden ihracatını birbirinden ayırmak gerekiyor. Ticaret Bakanlığı verileri, özellikle Dubai'deki Jebel Ali Serbest Bölgesi'nde hafif sanayi ve son aşama montaj faaliyetlerinin önemli yer tuttuğuna işaret ediyor.

BAE'nin gelecek dönem sanayi hedeflerinde havacılık ve uzay, bilgi teknolojileri, yenilenebilir enerji, petrokimya ve ihracat odaklı üretimin öne çıktığı görülüyor. Bu doğrultuda yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesi, sanayi bölgelerinin geliştirilmesi ve teknoloji transferinin desteklenmesi amaçlanıyor. Ülkenin sanayi politikası, mevcut enerji ve lojistik avantajlarını korurken daha çeşitli bir üretim tabanı oluşturma arayışını yansıtıyor.

## DIŞ TİCARETTE YENİDEN İHRACAT KAVRAMI ÖNE ÇIKIYOR

BAE'de tarım ve sanayi üretimi iç talebi karşılamaya yetmediğinden ihtiyacın önemli kısmı ithalatla gideriliyor. Ülkenin sınırlı yüz ölçümü ve nüfusu, yeniden ihracat faaliyetlerinin önemini artırıyor. Dubai, dünyanın üçüncü, bölgenin ise birinci yeniden ihracat merkezi olarak anılıyor. Ülkenin bu alanda Hong Kong ve Singapur'u örnek aldığı biliniyor.

BAE'nin 2025'te gerçekleştirdiği ihracat yaklaşık 351 milyar, ithalat ise 363 milyar dolar olarak kaydedildi. İhracatta altın ve ham petrolün payı ayrı ayrı yüzde 30'un üzerinde kalırken bu ürünleri sırasıyla petrol ürünleri, doğal gaz, elmas, alüminyum ve plastikler izledi. Ülkenin en büyük ihracat pazarlarını Hindistan, İsviçre, Çin ve Japonya'nın oluşturduğu, ithalatta ise Çin, Hindistan, ABD ve Suudi Arabistan'ın başı çektiği görüldü. İthalat ürünlerinde de telefon, altın, otomobil ve mücevher ilk sıralarda yer aldı.

Abu Dabi'de ağır sanayi ve


*Etihad Kuleleri*

imalat, Dubai'de ise hizmetler ve teknoloji alanları öncelikli alanlar olarak görülüyor. Emirliğin sanayi tabanının genişlemesinde Mubadala önemli rol oynuyor. Jebel Ali, Khalifa Industrial Zone ve Dubai Industrial City gibi sanayi bölgeleri üretim yatırımlarına ev sahipliği yapıyor. Dünyanın ilk 10 alüminyum üreticisi arasında bulunan Emirates Global Aluminium da üretiminin büyük kısmını ihraç ederek ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlıyor.

## TÜRKİYE İLE TİCARETTE KAPSAMLI EKONOMİK ORTAKLIK ANLAŞMASI'NIN ETKİSİ

Türkiye ile BAE arasındaki ekonomik ilişkiler, ticaretin yanı sıra yatırım, lojistik, enerji ve hizmetler alanlarında da gelişiyor. İki ülke arasında 3 Mart 2023'te imzalanan Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (KEOA),



**83.600**
kilometrekare
**Yüz Ölçümü**

**11,3**
milyon
**Nüfus**

## TÜRKİYE İLE BAE ARASINDAKİ EKONOMİK İLİŞKİLER (MİLYAR DOLAR)

| *Yıllar* | *2023* | *2024* | *2025* | *2026/4* |
|---|---|---|---|---|
| İhracat | 8,581 | 8,4 | 9,3 | 2,7 |
| İthalat | 11,530 | 7,3 | 9,7 | 2,4 |
| Toplam Ticaret Hacmi | 20,111 | 15,7 | 19,0 | 5,1 |
| Denge | -2,949 | +1,3 | -0,4 | +0,3 |

***Kaynak:*** TÜİK, T.C. Dışişleri Bakanlığı



*Zayed Ulusal Müzesi*

1 Eylül 2023'te yürürlüğe girdi. Mal ticaretinin yanında hizmetler, kamu alımları, fikri mülkiyet ve küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ticaretini kolaylaştırmaya yönelik düzenlemeleri içeren anlaşma, ekonomik ilişkilerin kapsamını genişletmeyi amaçlıyor. Tarife indirimleri de iki ülke arasındaki ticaretin önündeki bazı maliyetleri azaltıyor.

Ticaret Bakanlığının 2026 tarihli ülke profiline göre iki ülke arasındaki ticaret hacmi 2025'te yaklaşık 19 milyar dolara ulaştı ve önceki yıla göre yüzde 21 arttı. BAE, aynı yıl Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı sekizinci, ithalat gerçekleştirdiği onuncu ülke oldu.

İki ülke arasındaki ticaret hacminin ise 40 milyar dolara çıkarılması hedefleniyor.

Türkiye'nin BAE'ye ihracatında mücevherci eşyası, kimyasallar, makineler, elektrikli cihazlar ve mineral yakıtlar öne çıkarken BAE'den ithalatında mücevherci eşyası, alüminyum ve alüminyum ürünleri, plastikler ve demir-çelik gibi kalemler dikkat çekiyor.

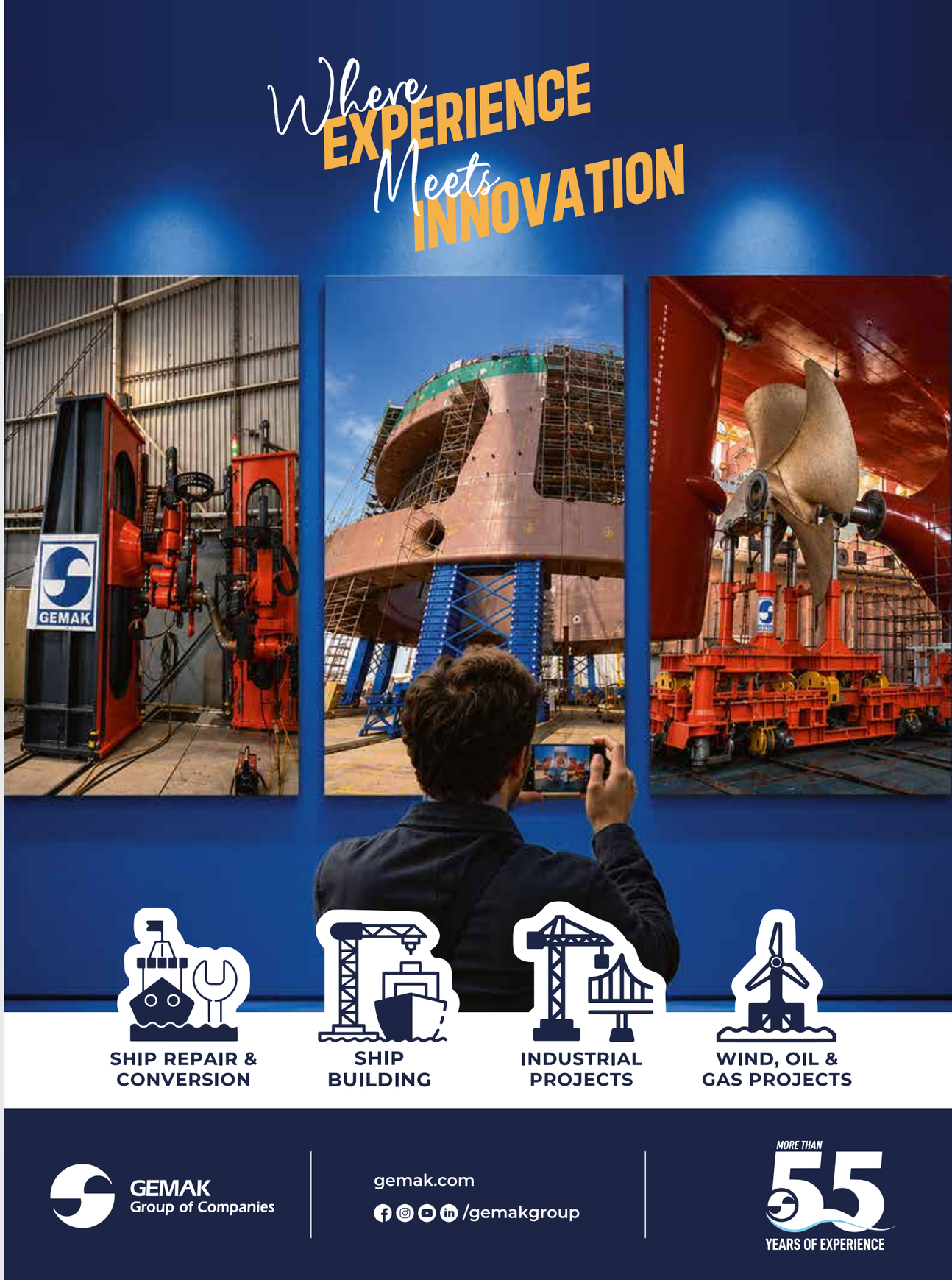
### BAE'DEN TÜRKİYE'YE DİKKAT ÇEKEN YATIRIMLAR

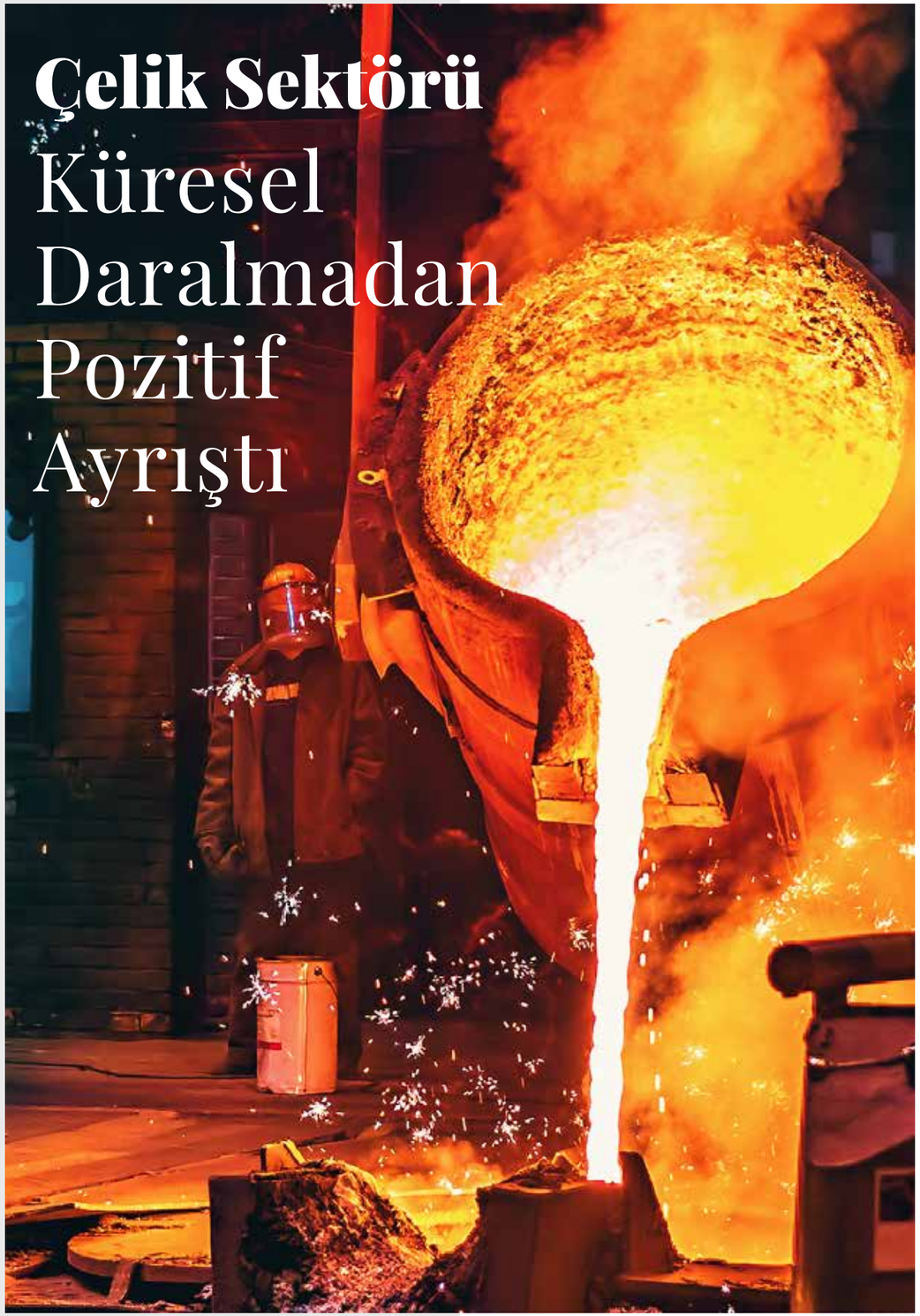
Türkiye ile BAE arasındaki ekonomik ilişkiler, artan ihracatın yanı sıra yatırımlar ve turizm hareketliliğiyle de gelişiyor. Türkiye'nin BAE'ye ihracatı 2025'te bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 24 artarak 6,8 milyar dolara ulaştı. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre ihracat, bir yılda 1,3 milyar dolar yükseldi. Böylece BAE, Türkiye'nin ihracat pazarları arasında öne çıkan ülkelerden biri oldu.

Ekonomik ilişkilerin bir diğer ayağını da karşılıklı yatırımlar oluşturuyor. BAE Dışişleri Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de BAE sermayesiyle kurulmuş 300'den fazla şirket faaliyet gösteriyor. Bu yatırımlar gayrimenkulün yanı sıra enerji, bankacılık, lojistik, tarım ve sanayi gibi farklı sektörlere yayılıyor. Cumhurbaşkanlığı Yatırım ve Finans Ofisi verilerine göre BAE, 2025'te Türkiye'ye 367 milyon dolarlık yatırımla en fazla yatırım yapan ülkeler arasında yedinci sırada yer aldı.

> BAE'nin gelecek dönem sanayi hedeflerinde havacılık ve uzay, bilgi teknolojileri, yenilenebilir enerji, petrokimya ve ihracat odaklı üretim öne çıkıyor.







# Çelik Sektörü Küresel Daralmadan Pozitif Ayrıştı





**Küresel ham çelik üretiminin 2025 yılında yaklaşık yüzde 2 gerilediği dönemde Türkiye, üretimini yüzde 3,3 artırarak 38,1 milyon tona yükseltti. Dünyanın yedinci, Avrupa'nın en büyük çelik üreticisi konumunu koruyan Türkiye'de sektörün büyüme performansı, maliyetler ve küresel rekabet baskısıyla sınanıyor.**

Temel metaller ve metal ürünleri sektörü, Türkiye ekonomisinin üretim kapasitesi ve sanayi ihracatı açısından stratejik alanlarından biri olmayı sürdürüyor. Sektörün brüt üretim değerinin 2024 yılındaki 164 milyar dolar seviyesinden 2025 yılında 182 milyar dolara, 2026 yılında ise 208 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Buna göre 2026 yılında yıllık büyümenin yaklaşık yüzde 14,3 olması öngörülüyor.

Allianz Trade tarafından hazırlanan Metal Sektörü Raporu'na göre sektörün katma değer üretiminin 2024 yılındaki 37,7 milyar dolardan 2025 yılında 42,5 milyar dolara, 2026 yılında ise 48,4 milyar dolara çıkacağı tahmin ediliyor. Bu görünüm, metal sektörünün yalnızca üretim hacmi bakımından değil, ekonomiye sağladığı değer açısından da büyüme potansiyeli taşıdığına işaret ediyor.

## KÜRESEL ÜRETİM DARALIRKEN TÜRKİYE'DE BÜYÜME GÖRÜLDÜ

Küresel ham çelik üretimi 2025 yılında yaklaşık yüzde 2 azalarak 1,85 milyar tona geriledi. Çin, Japonya, Rusya, Güney Kore ve Almanya gibi önemli üretici ülkelerde düşüş yaşanırken Hindistan, ABD ve Türkiye üretimini artıran ülkeler arasında öne çıktı. Türkiye'nin ham çelik üretimi ise aynı dönemde yüzde 3,3 artarak 38,1 milyon tona yükseldi. Türkiye ortaya koyduğu bu performansla dünyanın yedinci, Avrupa'nın ise en büyük çelik üreticisi konumunu korudu. Böylece küresel ölçekteki daralmaya rağmen üretim artışı kaydeden ülkeler arasındaki yerini de güçlendirmiş oldu.

KPMG Türkiye'nin yayımladığı Çelik Sektörel Bakış 2026 raporuna göre Türkiye'deki büyümede güçlü iç talep, ihracat pazarlarındaki konumun korunması ve alternatif pazarlara yönelen satışlar etkili oldu. Üretimdeki artış ise sektörün karşı karşıya olduğu yapısal sorunların ortadan kalktığı anlamına gelmiyor. Küresel arz fazlası, yoğun fiyat rekabeti ve ticaret politikalarındaki değişimler, üretim hacmindeki büyümenin kârlılığa ne ölçüde yansıyacağını belirleyecek temel unsurlar olarak öne çıkıyor.

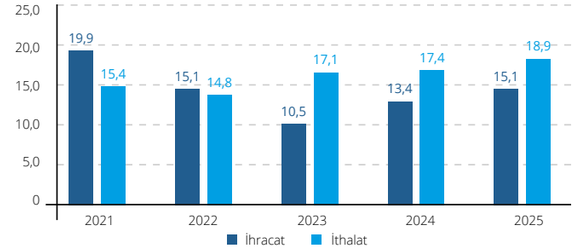
## 2026'NIN İLK SEKİZ AYINDA İHRACAT 7 MİLYAR DOLARA ULAŞTI

Çelik ürünleri ihracatı, 2026'nın ocak-ağustos döneminde geçen yılın aynı dönemine kıyasla miktar bazında yüzde 3,1 artarak 10,3 milyon tona, değer bazında

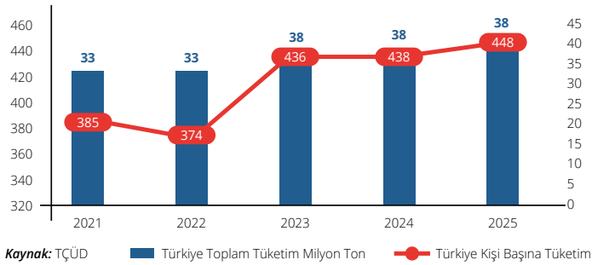
Küresel ham çelik üretimi 2025 yılında yaklaşık yüzde 2 azalarak 1,85 milyar tona geriledi. Çin, Japonya, Rusya, Güney Kore ve Almanya gibi önemli üretici ülkelerde düşüş yaşanırken Hindistan, ABD ve Türkiye üretimini artıran ülkeler arasında öne çıktı.



## TÜRKİYE'NİN ÇELİK İHRACAT VE İTHALATI (MİLYON TON)




## TÜRKİYE'DE TOPLAM TÜKETİM (MİLYON TON) KİŞİ BAŞINA TÜKETİM (KG)




ise yüzde 2,9 yükselerek 7 milyar dolara ulaştı. Ağustos ayında ihracat miktarının yıllık yüzde 8,1 artışla 1,3 milyon tona, ihracat değerinin ise yüzde 12,7 artışla 930,3 milyon dolara yükselmesi dikkat çekti. Ağustos ayındaki performansın, ilk sekiz aylık toplam ihracat artışını desteklediği görüldü.

Sekiz aylık verilere göre ham çelik üretimi, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 6,8 artarak 26,6 milyon tona yükseldi. Buna karşılık ağustos ayında üretim yıllık bazda yüzde 0,4 gerileyerek 3,4 milyon ton seviyesinde gerçekleşti. İlk sekiz aylık dönemdeki artış, sektörün üretim performansını koruduğunu gösterirken aylık bazdaki gerileme dikkat çekti.

İhracatın miktar ve değer bazındaki artış oranlarının birbirine yakın olması ise sektördeki performansın yalnızca fiyat artışlarıyla açıklanamayacağını gösteriyor. İhracatın sürdürülebilirliği açısından ürün gruplarının dağılımı, hedef pazarlardaki talep ve üreticilerin maliyetlerini ne ölçüde fiyatlarına yansıtabildiği önem taşıyor.

### BÜYÜMENİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ MALİYET VE TEKNOLOJİYE BAĞLI

Demir-çelik sektörünün 2026 yılı görünümü, üretim kapasitesinin genişlemesinin yanı sıra maliyet yönetimi, teknoloji yatırımları ve dış ticaret koşulları tarafından şekilleniyor. Elektrikli ark ocaklarının Türkiye üretimindeki ağırlığı, hurda bazlı üretim modelinin ve enerji verimliliğinin önemini artırıyor. Ancak bu modelin rekabet avantajı sağlaması elektrik fiyatlarına, hurda tedarikine ve üretim süreçlerinin verimliliğine bağlı.

Allianz Trade'in paylaşılan tahminlerinde demir dışı metaller de sektörün büyüme potansiyeli taşıyan alanlarından biri olarak öne çıkıyor. Bu alt segmentin brüt üretim değerinin 2024 yılındaki 24,6 milyar dolardan 2025 yılında 34 milyar dolara, 2026 yılında ise 40,9 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Bakır ve alüminyum işleme kapasitesindeki gelişmeler, madencilik yatırımları ile inşaat ve otomotiv sektörlerinden gelen talep bu görünümü destekleyen unsurlar arasında bulunuyor.







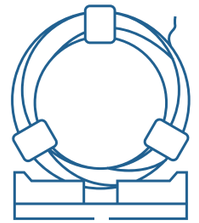
Türkiye çelik sektörü, 2026 yılında üretim ve ihracat artışını sürdürerek büyüme potansiyelini koruyor. Ancak 40,8 milyon tonluk üretim beklentisinin gerçekleşmesi kapasite artışına olduğu kadar iç talebin güçlenmesine, ithalat baskısının yönetilmesine ve ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesine de bağlı olacak. Düşük karbonlu üretim, enerji verimliliği ve katma değerli ürünlere yönelim ise sektörün uluslararası rekabet gücünü belirleyen temel başlıklar arasında yer alacak.

### ÇİN'İN ÜRETİM VE İHRACAT POLİTİKALARI PİYASAYI ETKİLİYOR

Küresel çelik piyasasının yönünü belirleyen ülkelerin başında Çin geliyor. Dünyanın en büyük çelik üreticisi olan ülkede ham çelik üretimi 2025 yılında yüzde 4,4 azalarak 960 milyon tonun altına indi. Buna rağmen Çin, küresel üretimin yarısından fazlasını karşılamayı sürdürdü. Ülkede iç talebin zayıflamasıyla birlikte çelik ihracatının yaklaşık 134 milyon tona ulaşması ise uluslararası piyasalardaki arz baskısını artırdı.

Çin'in yüksek ihracat hacmi, dünya genelinde çelik fiyatlarının baskı altında kalmasına ve diğer üreticilerin rekabet koşullarının zorlaşmasına neden oluyor. Özellikle düşük fiyatlı ürünlerin farklı pazarlara yönelmesi, yerli üreticilerin hem iç pazarda hem de ihracat pazarlarında fiyat rekabetini güçleştiriyor. Türkiye açısından da bu durum, üretim artışının yanı sıra maliyetlerin kontrolünü ve ürünlerin katma değerinin yükseltilmesini önemli hâle getiriyor.

Dolayısıyla Türk çelik üreticilerinin rekabet gücünü koruyabilmesi için yalnızca fiyat avantajına odaklanması yeterli olmuyor. Pazar çeşitlendirmesi, ürün farklılaştırması ve değişen ticaret koşullarına hızlı uyum sağlanması da önem kazanıyor.

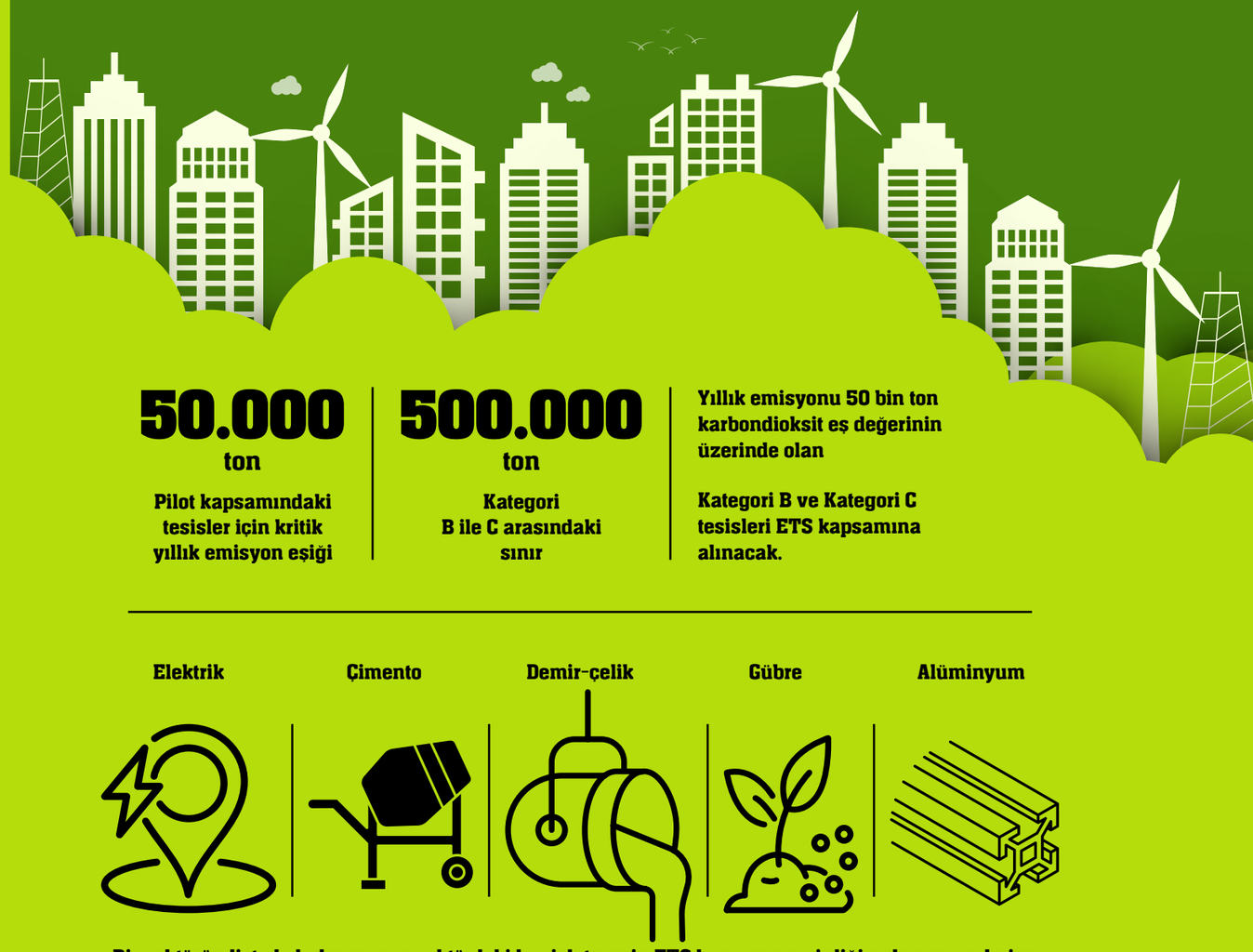


### İç Pazarda Rekabet Baskısı Devam Ediyor

Türkiye'nin çelik ithalatı 2025 yılında 17,4 milyon tondan 18,9 milyon tona yükseldi. İthalatta Rusya yüzde 22,9 payla ilk sırada yer alırken Çin yüzde 20,6, Güney Kore yüzde 11,3 ve ABD yüzde 9,7 pay aldı. İhracatın artmasına rağmen ithalatın daha yüksek seviyede gerçekleşmesi, iç pazarda yerli üreticilerin karşı karşıya olduğu rekabet baskısının devam ettiğini gösteriyor.

# Karbonun
## Yeni Bir Bedeli Var

**27 Ağustos'ta yürürlüğe giren Türkiye Emisyon Ticaret Sistemi Yönetmeliği (ETS), emisyon yoğun tesisler için karbon fiyatlandırmasının uygulama çerçevesini oluşturuyor. Yıllık emisyonu 50 bin ton karbondioksit eş değerini aşan Kategori B ve C tesisler, belirlenen faaliyet ve kapsam koşulları doğrultusunda ETS yükümlülükleri açısından öne çıkıyor.**



**50.000**
**ton**

**Pilot kapsamındaki tesisler için kritik yıllık emisyon eşiği**

**500.000**
**ton**

**Kategori B ile C arasındaki sınır**

**Yıllık emisyonu 50 bin ton karbondioksit eş değerinin üzerinde olan**

**Kategori B ve Kategori C tesisleri ETS kapsamına alınacak.**

**Elektrik** | **Çimento** | **Demir-çelik** | **Gübre** | **Alüminyum**



**Bir sektörün listede bulunması o sektördeki her işletmenin ETS kapsamına girdiği anlamına gelmiyor. Pilot uygulamada tesisin faaliyet türü ve belirlenen emisyon eşiği birlikte dikkate alınıyor. Kapsam değerlendirmesi ise tesis bazında yapılıyor.**

## Şirketleri neler bekliyor?

- **Kapsamdaki tesisler, sera gazı emisyonlarını belirlenen takvim ve yöntemlerle izlemek, raporlamak ve doğrulatmak zorunda olacak.**
- **Tahsisat teslim yükümlülüğüyle birlikte karbon maliyeti, işletmelerin emisyonlarına, tahsisat ihtiyacına ve karbon fiyatına göre şekillenecek.**
- **Yatırım kararlarında enerji maliyetinin yanı sıra emisyon etkisi de belirleyici olacak; düşük karbonlu teknolojiler önem kazanacak.**
- **AB SKDM kapsamındaki ihracatta doğrulanabilir ürün bazlı emisyon verileri önem kazanırken Türkiye ETS'si ve SKDM'nin yükümlülükleri farklılaşacak.**
- **Emisyon verileri, yatırım bütçeleri ve olası karbon maliyetleri, ilgili ekiplerin ortak çalışmasıyla şirketlerin uzun vadeli planlarına girecek.**

### Türkiye'nin ETS Zaman Çizelgesi

| *7 Ekim 2021* | *20 Şubat 2025* | *2 Temmuz 2025* | *15 Ocak 2026* | *27 Ağustos 2026* | *30 Eylül 2026* |
|---|---|---|---|---|---|
| Paris Anlaşması onaylandı. | İklim Kanunu TBMM'ye sunuldu. | 7552 sayılı İklim Kanunu kabul edildi. | Karbon Piyasası Kurulu karar aldı. | Türkiye ETS Yönetmeliği yayımlandı. | Pilot dönemin usul ve esasları yayımlandı. |

# Tedarik Zincirlerinde Akıllı Rekabet

# Dayanıklılık Getiriyor



**Günümüzde yaşanan küresel krizler, tedarik zincirlerinde yalnızca verimlilik ve düşük maliyetin yeterli olmadığını gösteriyor. Dünya Ekonomik Forumuna göre otonom yapay zekâ, riskleri tespit etmenin ötesine geçerek karar alma ve uygulama süreçlerini hızlandırabilir ancak bu dönüşümün başarısı, güvenilir veriye ve etkin yönetişime bağlı.**





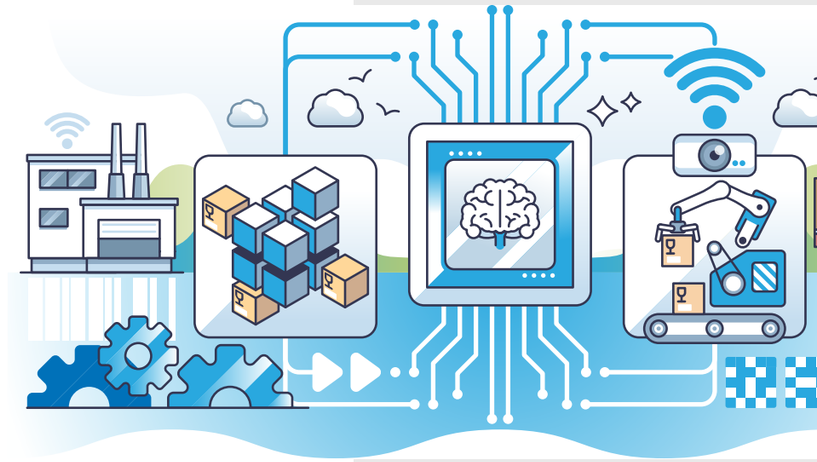
Çin'de ortaya çıkarak küresel bir salgına dönüşen COVID-19, 2020 yılında dünya ekonomisini derinden sarsarken üretim tesislerinin kapanması, limanlardaki operasyonların yavaşlaması ve konteyner tedarikinde yaşanan sıkıntılar küresel tedarik zincirlerinin kırılganlığının boyutlarını görünür hâle getirdi. Mart 2021'de kötü hava koşulları ve şiddetli rüzgâr nedeniyle Süveyş Kanalı'nda karaya oturan Ever Given gemisinin, geçişi altı gün boyunca engellemesi ise küresel ticaretin kritik deniz yollarına bağımlılığını ortaya koydu.

2022'de Rusya-Ukrayna Savaşı'nın enerji ve tahıl tedarikinde yarattığı şoklar, 2023'ün sonlarında Kızıldeniz'de başlayan gemi saldırılarının deniz taşımacılığını sekteye uğratması ve Panama Kanalı'nda kuraklık nedeniyle uygulanan geçiş kısıtlamaları, bu kırılganlığı daha da derinleştirdi. Değişen rotalar, uzayan teslimat süreleri ve yükselen lojistik maliyetleri, tedarik zincirlerinde yaşanan bir aksaklığın etkilerinin ne kadar geniş bir alana yayılabildiğini tüm dünyaya gösterdi.

## TEK BAŞINA DAYANIKLILIK BAŞARIYI GETİRİR Mİ?

Dünya genelinde art arda yaşanan bu gelişmeler, artık küresel tedarik zincirlerinde yalnızca verimliliğe ve düşük maliyete odaklanmanın yeterli olmadığını somut örneklerle göstermiş oldu. Dünya Ekonomik Forumuna (WEF) göre tedarik zinciri kesintilerinin 2025 yılında küresel ekonomiye maliyeti, tahmini olarak 86 milyar dolara ulaştı. Bu da artık riskleri önceden tespit etmenin yanı sıra kesintilerin etkileri büyümeden harekete geçebilmenin de kritik önem taşıdığını ortaya koyuyor.

WEF tarafından hazırlanan "Tedarik Zincirlerinde Otonom Yapay Zekâ Kullanımı Ekonomik Dayanıklılığı Nasıl Güçlendirebilir?" isimli çalışma, günümüz dünyasında ticareti etkileyen risklere karşı yapay zekânın üstlenebileceği yeni role odaklanıyor. Geleneksel yapay zekâ uygulamaları, tedarikçilerdeki aksaklıkları tespit etmek, olağan dışı gelişmeleri belirlemek ve olası senaryoları değerlendirmek için kullanılıyor.



Ancak bu sistemlerin ürettiği sonuçların yorumlanması ve gerekli adımların atılması çoğunlukla insanlara ve birbirinden kopuk yazılımlara bağlı kalıyor. Otonom yapay zekâ ise riskleri belirlemenin yanı sıra seçenekleri değerlendirebilen, kararları koordine edebilen ve tanımlanmış sınırlar içinde uygulamaya geçebilen bir yapıya işaret ediyor. WEF'e göre bu dönüşüm, tedarik zincirlerinde dayanıklılığı artırma potansiyeli taşısa da tek başına başarıyı garanti etmiyor.

## TEDARİK ZİNCİRLERİNDE KARAR ALMA SÜREÇLERİ HIZLANIYOR

Bugün çoğu tedarik zinciri hâlâ dağınık sistemlere, birbirinden kopuk veri havuzlarına ve elden ele aktarılan kararlara dayanıyor. Satın alma, üretim, lojistik ve finans birimleri kendi süreçlerini takip etse de bir alanda yaşanan

> Dünya Ekonomik Forumu, tedarik zinciri kesintilerinin 2025 yılında küresel ekonomiye maliyetinin tahmini olarak 86 milyar dolara ulaştığını ortaya koyuyor.

> Ajan tabanlı yapay zekâ yetenekleri taşıyan tedarik zinciri yönetimi yazılımlarına yapılan harcama, 2025'te 2 milyar doların altındayken 2030'da 53 milyar dolara ulaşacak.

aksaklık diğerlerini doğrudan etkileyebiliyor. Bir tedarikçinin teslimat yapamaması üretim planını değiştirebiliyor; üretimdeki gecikme sevkiyat takvimini bozabiliyor ve sonuçta müşteriye verilen taahhütler yerine getirilemiyor. Mevcut sistemler sorunu görünür kılabilse de birimler arasındaki koordinasyon ciddi bir zaman kaybına neden oluyor.

Otonom operasyonlar ise tam da bu çıkmazda sürece dâhil oluyor. Tanımlı sınırlar içinde çalışan yapay zekâ ajanları aksaklığı fark edebiliyor, seçenekleri tartabiliyor ve eş güdümlü bir yanıtı gerçek zamanlı biçimde devreye sokabiliyor. Eskiden günlerle ölçülen tespit, karar, eylem ve öğrenme döngüsü bu sayede dakikalar içinde kapanabiliyor. Tüm bunlar olurken insan, süreçten çıkmıyor ancak rolü değişiyor.

## YATIRIMLARIN ARTTIĞI OTONOM SİSTEMLERDEN NE BEKLENİYOR?

Otonom yapay zekâya yönelik ilginin arkasında, şirketlerin operasyonel maliyetleri azaltma, verimliliği yükseltme ve karar alma süreçlerini hızlandırma beklentisi var. WEF'in Gartner ve McKinsey tahminlerine dayanarak aktardığı rakamlara göre ajan tabanlı yapay zekâ yetenekleri taşıyan tedarik zinciri yönetimi yazılımlarına yapılan harcama, 2025'te 2 milyar doların altındayken 2030'da 53 milyar dolara ulaşacak. Bu da şirketlerin yalnızca mevcut süreçlerini dijitalleştirmekle yetinmeyip karar alma ve uygulama aşamalarını da otomatikleştiren çözümlere yönelme eğiliminde olduğunu gösteriyor.



McKinsey tahminleri ise potansiyel kazanımlara dikkat çekiyor. Buna göre otonom yapay zekâ, satılan malların maliyetini yüzde 4-7 oranında azaltabilir, tedarik zinciri verimliliğini yüzde 20-50 oranında artırabilir ve karar döngülerini haftalardan saatlere veya daha kısa sürelere indirebilir.

## GÜVENİLİR VERİ OLMADAN OTONOMİ MÜMKÜN DEĞİL

Bir yapay zekâ ajanının tedarik zincirindeki bir aksaklığı tespit etmesi önemli bir başlangıç. Fakat sistemin gerçek değer üretmesi için bu tespiti işletmenin mevcut koşullarıyla ilişkilendirmesi gerekiyor. Bir tedarikçide yaşanan gecikmenin hangi siparişleri etkileyeceği, stokların ne kadar süre yeterli olacağı, üretim takviminin nasıl değiştirilebileceği ve alternatif tedarik kaynaklarının bulunup bulunmadığı birlikte değerlendirilmesi gereken konular arasında yer alıyor.

WEF, güvenilir ve kurumsal yönetişim çerçevesinde bütünleştirilmiş iş verilerini otonom sistemlerin temel dayanaklarından biri olarak gösteriyor. Yalnızca analiz yapabilen bir sistem ile analiz sonucunda üretim planını yeniden hesaplayabilen, alternatif kaynakları belirleyebilen ve satın alma sürecini başlatabilen bir sistem arasındaki farkı, verinin iş süreçleriyle ne ölçüde bütünleştirildiği belirliyor.

Bu nedenle şirketlerin farklı sistemlerde tutulan verileri birbiriyle uyumlu hâle getirmesi ve yapay zekânın karar verebilmesi için gerekli işletme bağlamını oluşturması gerekiyor. Eksik, tutarsız veya güncelliğini yitirmiş verilerle çalışan bir sistemin yanlış kararlar üretmesi de mümkün.



## HER SEKTÖRÜN İHTİYACI FARKLI

Otonom sistemlerin başarılı olması için yalnızca doğru verilere ve bağlantılı yazılımlara sahip olmak yeterli değil. Tedarik zincirinin işleyişi; sektörün üretim biçimine, mevzuatına, operasyonel kısıtlarına ve karar süreçlerine göre değişiyor. Bu nedenle farklı sektörlerde kullanılacak yapay zekâ çözümlerinin ilgili alanın gerekliliklerini anlayabilmesi büyük öneme sahip.

WEF, genel amaçlı yapay zekâ ile sektörel bilgiyle desteklenen sistemler arasında ayrım yapıyor. Genel amaçlı uygulamalar bazı görevleri otomatikleştirebilir veya kullanıcıların sorularını yanıtlayabilir. Ancak sonuçları doğrudan üretim, bakım, tedarik ya da sevkiyat kararlarını etkileyen sistemlerin, sektörün kendine özgü koşullarını da dikkate alması gerekiyor. WEF'in çalışmasında yaşam bilimleri ve enerji sektörleri bu ayrımı açıklamak için örnek gösteriliyor. Yaşam bilimlerinde otonom üretim modellerinin değer zinciri boyunca koordinasyon sağlarken mevzuata uyumu da gözetmesi bekleniyor. Enerji ve doğal kaynaklar alanında ise yapay zekâ, bakım ihtiyacını belirlemenin ötesine geçerek servis ekiplerini yönlendirebiliyor, gerekli yedek parçaların sevkini koordine edebiliyor ve operasyon programlarını yeniden düzenleyebiliyor.

## ŞİRKETTEN EKONOMİYE, REKABETTEN ORTAKLIĞA

Mesele kurumsal verimlilikle de sınırlı kalmıyor. Dünya Ticaret Örgütü tahminlerine göre dünya ekonomisi, kendi kendine yeten iki ticaret bloğuna ayrışırsa küresel reel GSYİH yüzde 5'e varan oranda düşebilir. Bu senaryo, uluslararası ticarette artan belirsizliklerin ekonomik faaliyet üzerindeki olası etkisini ortaya koyuyor.

Belirsizliğin yüksek olduğu bir dünyada ise şirketlerin ayakta kalmasının ötesinde gelişim kaydetmesinin gerekliliği ortaya çıkıyor. Kesintileri erken fark eden, ağlar arasında eş güdüm kuran, üretim, tedarik ve lojistik süreçlerini eş güdüm içinde uyarlayan kuruluşlar, operasyonel şokların kıtlığa, kaybedilen satışa ve tutulamayan müşteri taahhütlerine dönüşmesini önlemede avantajlı.

Kötü veriyle, birbirinden kopuk fonksiyonlarda optimizasyonla ya da yetersiz yönetişimle çalışan sistemler hatalı kararları ağlara çok daha hızlı yayabilir. Bu işin büyük kısmı özel sektörün sorumluluğunda. Yine de otonom yapay zekâ küresel ticaret akışlarına daha derin yerleştikçe veri sistemlerinin birlikte çalışabilirliği, ajan yönetişimi ve sistemik risk için ortak standartlar önem kazanacak.



**Furkan Arslan**
Counterfake Kurucusu ve CEO'su

# Dijital Marka Korumasında Yapay Zekâ Dönemi
# Counterfake

**Yapay zekâ teknolojisiyle e-ticaret platformlarından sosyal medyaya kadar uzanan dijital kanallarda sahte ürünleri ve yetkisiz marka kullanımlarını tespit eden Counterfake, kullanıcılarına gelişmiş bir koruma modeli sunuyor.**

***Yetkisiz satıcıları, marka taklitlerini ve dijital marka ihlallerini tespit edip kaldırmaya odaklanan Counterfake, kullanıcılarına neler sunuyor?***
Counterfake'in ortaya çıkışında yaşadığım bir deneyim etkili oldu. İnternetten satın aldığım bir şampuanın sahte çıkması ve bunun bana zarar vermesiyle bu problemi daha ciddi düşünmeye başladım. Günümüzde bu kadar gelişmiş teknolojiler varken sahte ürünleri neden önceden tespit edemediğimizi düşündük ve Counterfake'in temellerini attık.

Geliştirdiğimiz yapay zekâ teknolojisiyle markaların dijital dünyadaki varlığını koruyoruz. E-ticaret platformlarında, sosyal medyada ve web sitelerinde sahte ürünleri, yetkisiz marka kullanımlarını ve farklı dijital ihlalleri tespit ediyor, ardından kaldırılma süreçlerini yönetiyoruz.

Ancak artık yalnızca sahte ürünleri kaldıran bir platform değiliz. Markaların hangi platformlarda risk altında olduklarını, hangi satıcıların tekrar tekrar ihlal gerçekleştirdiklerini ve bunun ticari etkilerini de gösteriyoruz. Ayrıca geliştirdiğimiz Revenue Recovery programıyla markaların sahtecilik nedeniyle yaşadığı ekonomik kayıpların bir kısmını hukuki süreçler aracılığıyla geri kazanmasını da sağlıyoruz. Yani aslında markalar için tespitten yaptırıma kadar tüm süreci yöneten bir teknoloji geliştiriyoruz diye özetleyebilirim.

***Counterfake klasik marka koruma çözümlerinden hangi noktalarda ayrışıyor?***
Bizim en başından beri hedefimiz yalnızca sahte ürünleri bulan bir yazılım geliştirmek değildi. Yapay zekâyı yalnızca tespit aşamasında değil, risk değerlendirmesinden delil oluşturmaya ve platformlara yönelik yaptırım süreçlerine kadar kullanıyoruz. Klasik marka koruma çözümlerinde birçok işlem manuel yürütülüyor. Biz ise geliştirdiğimiz yapay zekâ ajanlarıyla bu süreçlerin çok büyük bir bölümünü otomatikleştiriyoruz.

Bir diğer farkımız da yalnızca tekil ürünlere odaklanmamamız. Örneğin bir satıcı farklı platformlarda veya farklı hesaplarla aynı ihlali sürdürebiliyor. Biz bu tespitleri de yaparak satıcının bir platformdan diğerine geçmesinin ya da isminde küçük değişiklikler yaparak yeniden hesap açmasının önüne geçebiliyoruz. Son dönemde geliştirdiğimiz Revenue Recovery modelimiz de bu yaklaşımın önemli bir parçası. Çünkü artık yalnızca ihlali ortadan kaldırmakla kalmıyor, markalar için somut bir ekonomik değer de yaratabiliyoruz.

***Farklı yapıdaki dijital kaynakları ortak bir istihbarat sisteminde birleştirmenin en zor tarafı nedir?***
Bence buradaki en büyük zorluk, her platformun birbirinden çok farklı çalışması. Örneğin Trendyol'daki bir ürün ilanıyla Instagram'daki bir satış videosu veya bağımsız bir web sitesindeki ihlal aynı yöntemle analiz edilemiyor. Bir tarafta ürün görselleri, fiyatlar ve açıklamalar var. Diğer tarafta videolar, kullanıcı yorumları, reklam içerikleri ve satıcı davranışları yer alıyor. Bizim bütün bu farklı verileri anlamlandırmamız gerekiyor.

Bu nedenle sistemimizde görsel analiz, metin analizi ve satıcı davranışlarını değerlendiren farklı yapay zekâ modellerini birlikte kullanıyoruz. Topladığımız verileri analiz ederek potansiyel ihlalleri belirliyor, ardından ilgili platformun kurallarına uygun şekilde kaldırma süreçlerini başlatıyoruz. Burada önemli bir diğer konu da doğruluk. Dolayısıyla teknolojimizin bu ayrımları doğru yapabilmesi çok önemli. Bugün farklı pazarlarda elde ettiğimiz deneyim ve veri birikimi sayesinde sistemimizi sürekli geliştirebiliyoruz.

***Counterfake'in farklı destek ve girişimcilik ekosistemleriyle kurmuş olduğu bağlantılar uluslararasılaşma sürecinde nasıl bir rol oynuyor?***
Girişimcilik ekosisteminin Counterfake'in gelişiminde önemli bir yeri var. Özellikle teknoloji geliştiren bir girişim olarak ilk dönemlerde yalnızca iyi bir ürün ortaya koymak değil, o ürünün gerçekten bir pazar ihtiyacına karşılık geldiğini görmek de çok önemliydi. TÜBİTAK, İTÜ Çekirdek, Girişim Fabrikası, BTM ve Türk Telekom Pilot gibi yapıların sağladığı ekosistem ve destekler, farklı aşamalarda hem ürünümüzü hem de iş modelimizi geliştirmemiz açısından değerli oldu.

Bugün Türkiye dışında İsveç ve Azerbaycan gibi pazarlarda da müşterilerimiz var. Meta'nın Llama Impact Grant programında da uluslararası ölçekte seçilen girişimler arasında yer almamız da bizim için ayrıca önemli bir gelişmeydi. Türkiye'de geliştirdiğimiz bir teknolojinin uluslararası pazarda karşılık bulabildiğini görmek, bu yolculuktaki en büyük motivasyonlarımızdan biri.

***Counterfake'in gelecek yol haritasında neler var?***
2027 için öncelikli hedefimiz Counterfake'i küresel ölçekte daha güçlü bir marka koruma platformuna dönüştürmek. Bugün Türkiye'de önemli bir deneyim kazandık. İsveç ve Azerbaycan'daki müşterilerimizle uluslararası büyüme konusunda da ilk somut adımlarımızı attık. Şimdi özellikle Avrupa pazarındaki varlığımızı artırmak ve farklı ülkelerde daha fazla markayla çalışmak istiyoruz.

Teknoloji tarafında ise birkaç alana odaklanıyoruz. Bunlardan biri video içerikleri. Artık sahte ürünler yalnızca e-ticaret sitelerinde değil Instagram Reels, TikTok ve canlı yayınlar üzerinden de satılıyor. Bu nedenle video analiz teknolojimizi daha da geliştirmeyi hedefliyoruz.

Bir diğer önceliğimiz, satıcılar arasındaki bağlantıları daha iyi analiz edebilmek. Tek bir sahte ürünü kaldırmaktan ziyade, o ürünün arkasındaki tekrar eden ihlal ağlarını tespit etmek istiyoruz. Revenue Recovery programımızı da yeni markalara ve pazarlara taşımayı planlıyoruz. Uzun vadede hedefimiz, markaların dijital dünyada karşılaştıkları tüm ihlalleri tek bir sistem üzerinden yönetebildiği, büyük ölçüde otonom çalışan küresel bir teknoloji platformu olmak.



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ TEB
GİRİŞİM EVİ

## "TİM-TEB Girişim Evi'nin Sağladığı Uluslararası Bağlantılar Fark Yaratıyor"

TİM-TEB Girişim Evi'nin en değerli tarafının, girişimlerin yalnızca başlangıç aşamasına değil, büyüme ve uluslararasılaşma süreçlerine de odaklanması olduğunu düşünüyorum. Bizim için özellikle uluslararası etkinliklere katılım ve yeni iş bağlantıları kurma konusunda sunulan fırsatlar çok kıymetli oldu. Viva Technology gibi uluslararası organizasyonlara katılımımızın desteklenmesi ve Türkiye E-Ticaret Haftası'nda sağlanan görünürlük imkânları buna güzel örnekler.

Çünkü teknoloji geliştirmek işin bir tarafı, o teknolojiyi doğru müşteriye ulaştırmak ve özellikle yurt dışındaki pazarlarda güven oluşturmak da en az onun kadar önemli. TİM-TEB Girişim Evi gibi yapıların girişimlere sağladığı iş ağı, mentörlük ve uluslararası bağlantılar bu noktada gerçekten fark yaratıyor. Biz de Counterfake olarak Türkiye'den çıkan bir teknolojiyi küresel pazarda büyütmeye çalışıyoruz. Bu nedenle girişimlerin uluslararasılaşmasını destekleyen bu tür programların çok değerli olduğunu düşünüyorum.

Sürdürülebilirlik Röportajı | TİMREPORT



**Kaan Murat Ayvaz**
GreenBot Kurucusu

# Şehir İçi Teslimatın Akıllı ve Sürdürülebilir Alternatifi

# GreenBot

**Fosil yakıt bağımlılığını ve şehir içi teslimatların çevresel etkilerini azaltma hedefiyle geliştirilen GreenBot, lojistikte otonom robot dönemine odaklanıyor. Girişim, çevresel faydayı operasyonel verimlilikle birleştirerek sürdürülebilir teslimatı işletmeler için uygulanabilir bir modele dönüştürmek istiyor.**

***Bugün şehir içi teslimatlarda hız, maliyet ve sürdürülebilirlik birlikte yönetilmesi gereken üç temel başlığı oluşturuyor. GreenBot fikri bu problemlerin hangisinden yola çıkarak doğdu?***
GreenBot, öncelikle şehir içi teslimatların çevresel etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir bir lojistik modeli geliştirmek amacıyla doğdu. Başlangıç noktamız, fosil yakıt bağımlılığını ve karbon emisyonlarını azaltmaktı. Türkiye'de artan yakıt ve operasyon giderlerinin etkisini de gördük. Böylece çevresel faydayı ekonomik verimlilikle buluşturan bir çözüm ortaya koyduk. Bugün önceliğimiz sürdürülebilirlik; maliyet avantajı ise GreenBot'un önemli bir diğer değer önerisi.

***GreenBot'u yalnızca elektrikli bir teslimat aracı olmaktan çıkaran temel teknoloji nedir? Projenin arkasında nasıl bir teknoloji ve operasyon altyapısı bulunuyor?***
GreenBot, özünde bir robot: Yapay zekâ, ileri görüntü işleme ve robotik kontrol teknolojileriyle geliştirilen otonom bir insansız kara aracı.

Türkiye'nin şehir ve operasyon koşullarına uygun olarak tasarladığımız sistem; çevresini algılamak, rota planlamak ve teslimat görevlerini otonom olarak yürütmek üzere geliştiriliyor. Gerektiğinde uzaktan insan müdahalesine imkân veren bir kontrol altyapısıyla destekleniyor. Arka planda ise görev, telemetri ve teslimat süreçlerini birleştiren yerli altyapımız bulunuyor.

***Elektrikli araçlarla teslimat, geleneksel kurye modeline kıyasla işletmelere ve son kullanıcıya hangi somut avantajları sunuyor?***
En önemli avantajlardan biri, kurye ve nitelikli ara eleman temininde yaşanan güçlüğe teknolojik bir alternatif sunması. İnsansız teslimat sayesinde işletmeler insan kaynağını daha verimli kullanabilir, yakıt ve operasyon giderlerini azaltabilir.

Sürdürülebilirliğin önemi de giderek artıyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı, Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması ve Dijital Ürün Pasaportu gibi başlıklar bu dönüşümü hızlandırıyor. GreenBot, işletmeler için daha verimli, kullanıcılar içinse erişilebilir ve güvenilir bir teslimat deneyimi sunmayı hedefliyor.

***Hız, maliyet ve müşteri deneyimi gibi kriterlerle şekillenen teslimat sektöründe sürdürülebilirliği önceliklerinden biri hâline getiren GreenBot için sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm ne ifade ediyor?***
Bizim için sürdürülebilirlik, yalnızca emisyonları azaltmak değil, şehir içi lojistiğin geleceğini yeniden tasarlamak demek. GreenBot'u fosil yakıtlara bağımlılığı azaltan, enerji verimliliğini gözeten ve çevresel etkiyi sınırlayan bir çözüm olarak geliştirdik. Yeşil dönüşümü çevresel sorumluluğun yanı sıra ekonomik ve teknolojik bir dönüşüm olarak görüyoruz.

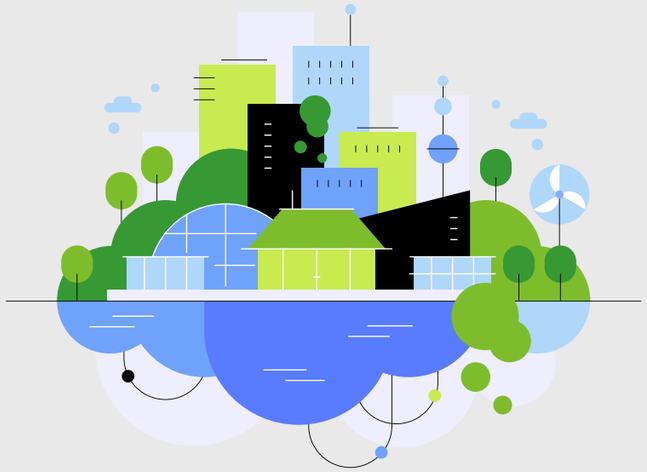
Hedefimiz, sürdürülebilir teslimatı işletmeler için ek bir yük olmaktan çıkarıp rekabet avantajına dönüştürmek ve akıllı, çevre dostu robotların geleceğin şehirlerinde yaygınlaşmasına katkı sunmak.

***GreenBot bugün daha çok hangi teslimatlar için uygun? Market siparişleri, e-ticaret, restoran teslimatları veya kampüs/site gibi kontrollü alanlar arasında hangisinin daha hızlı ölçeklenebileceğini düşünüyorsunuz?***
GreenBot, mevcut tasarımıyla 30 kilograma kadar market, restoran, e-ticaret, eczane ve benzeri teslimatlar için uygun. İlk yaygınlaşmanın, operasyonel koşulların daha öngörülebilir olduğu kampüs, site ve kontrollü alanlarda daha hızlı gerçekleşebileceğini düşünüyoruz.

Bununla birlikte yalnızca küçük paketlere odaklanmıyoruz. 60, 100 ve 500 kilogram taşıma kapasiteli otonom araçlar üzerinde de çalışıyoruz. Bu modelleri 2027'de tanıtmayı planlıyoruz. Vizyonumuz, farklı sektörlere hizmet veren geniş bir robot ailesi oluşturmak.

***GreenBot'un şehirlerde daha yaygın kullanılması için nasıl bir altyapı ve ekosisteme ihtiyaç duyuluyor? Türkiye'de mevzuat, şehirlerin fiziksel yapısı ve mevcut ulaşım altyapısı bu dönüşüme ne ölçüde hazır?***
Yolların ve kaldırımların robotların güvenli kullanımına uygun olması gerekiyor. Türkiye'de pek çok şehir bu dönüşüm için potansiyel taşısa da özellikle büyükşehirlerde yoğun yaya trafiği ve fiziksel engeller önemli zorluklar yaratıyor.

Bir diğer ihtiyaç da teslimat robotlarına özgü, açık ve uygulanabilir düzenlemeler. GreenBot olarak 2027'de ilgili kurumlarla yürütülecek çalışmalara katkı sağlamayı hedefliyoruz. Geleceğin şehir altyapısı, robotların insanlarla birlikte güvenli biçimde hareket edebilmesini de gözetmeli.



## HEDEF VE BAŞARILAR

*GreenBot'u bir fikirden somut bir robotik teknolojiye dönüştürerek önemli bir aşama kaydettik. Yerli yazılım ve donanım altyapımızı geliştirirken otonom teslimat konusunda güçlü bir teknik birikim oluşturduk. 2027'yi ticarileşme ve büyüme açısından kritik bir yıl olarak görüyoruz.*
*En somut hedefimiz, yıl boyunca GreenBot ile 100 bin otonom teslimat gerçekleştirmek.*
*Aynı zamanda teknolojimizi yeni ülkelerde geliştirmeyi ve operasyonlarımızı uluslararası pazarlara taşımayı planlıyoruz. Amacımız, Türkiye'den çıkan küresel bir robotik marka yaratmak.*

Eylül 2026

# Tarım Bülteni



## SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000$)

| *Sektör* | *Eylül 2025* | *Eylül 2026* | *Değişim (%)* |
|---|---|---|---|
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri | 991.732 | 991.027 | -0,1 |
| Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri | 685.384 | 680.846 | -0,7 |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller | 346.479 | 415.824 | 20,0 |
| Yaş Meyve ve Sebze | 240.222 | 275.945 | 14,9 |
| Meyve Sebze Mamulleri | 225.770 | 233.924 | 3,6 |
| Fındık ve Mamulleri | 143.586 | 190.304 | 32,5 |
| Tütün | 112.281 | 186.543 | 66,1 |
| Kuru Meyve ve Mamulleri | 123.516 | 167.857 | 35,9 |
| Zeytin ve Zeytinyağı | 35.975 | 31.690 | -11,9 |
| Süs Bitkileri ve Mamulleri | 10.119 | 9.502 | -6,1 |





# Dünyadan Tarım Haberleri

**Tarım-Gıda Sektörü için Yeni Araştırma ve İnovasyon Stratejisi Açıklandı**

Avrupa Komisyonu, 8 Eylül 2026 tarihinde tarım, ormancılık, kırsal alanlar ve gıda sistemlerinde rekabetçiliği, dayanıklılığı ve sürdürülebilirliği desteklemeyi amaçlayan yeni Araştırma ve İnovasyon Stratejik Yaklaşımı'nı kabul etti. Yaklaşım, tarım, ormancılık ve kırsal alanlara odaklanan AgRI 2040 ile balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği dâhil olmak üzere gıda sistemlerini kapsayan Food 2040 çerçevelerinden oluşuyor.

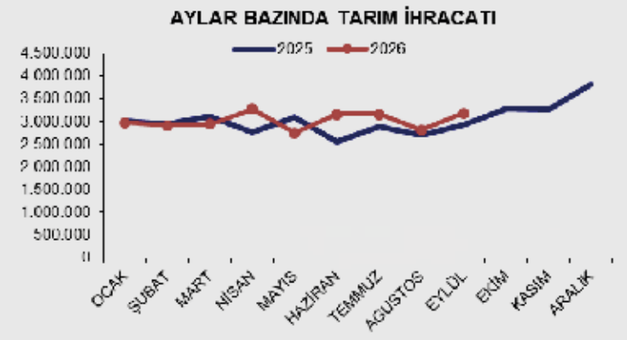
Yeni yaklaşım kapsamında araştırma sonuçlarının uygulamaya ve pazara aktarılmasının hızlandırılması; çiftçiler, araştırmacılar, işletmeler, girişimler ve KOBİ'ler arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesi hedefleniyor. Dijitalleşme, yapay zekâ ve robotik teknolojiler, bitki ve hayvan sağlığı, doğal kaynakların verimli kullanımı, gıda güvenliği ve tarım-gıda değer zincirlerinin dayanıklılığı öncelikli çalışma alanları arasında yer alıyor. Yaklaşımın, 2028-2034 dönemindeki AB araştırma ve inovasyon politikalarının şekillendirilmesine de katkı sağlaması öngörülüyor.

**Portekiz, Orman Yangınlarına Karşı Otlatma Uygulamasının AB Bütçesinden Desteklenmesini İstiyor**

Portekiz Tarım ve Denizcilik Bakanı José Manuel Fernandes, orman yangını riski yüksek bölgelerde çalılıkların keçi, koyun ve sığırlar tarafından otlatılarak temizlenmesine yönelik uygulamaların Avrupa Birliği kaynaklarından desteklenmesi çağrısında bulundu. Portekiz'in yanı sıra İspanya'nın bazı bölgelerinde de uygulanan yöntemin, yanıcı bitki örtüsünü azaltarak yangın riskini düşürmeye katkı sağladığı belirtiliyor. Uygulamanın finansman seçenekleri arasında AB Emisyon Ticaret Sistemi'nden sağlanan gelirlerin değerlendirilmesi de yer alıyor.

**Avrupa'da Kuraklık, Bağ ve Tahıl Üretimini Vurdu**

Fransa Tarım Bakanlığına bağlı istatistik birimi Agreste'nin 1 Eylül 2026 itibarıyla yaptığı tahmine göre ülkenin 2026 yılı şarap üretiminin yaklaşık 34 milyon hektolitreye gerilemesi bekleniyor. Bu miktar, 2025 yılına göre yüzde altı, son beş yıllık ortalamaya göre ise yüzde 17 düşüşe karşılık geliyor. Tahminin gerçekleşmesi hâlinde üretimin 1957'den bu yana en düşük seviyeye inebileceği belirtiliyor. Fransa Hükümeti, aşırı sıcaklık ve kuraklıktan etkilenen tarımsal işletmelere yönelik bir milyar euro'nun üzerinde destek paketi açıkladı. Olumsuz hava koşullarının etkileri diğer tarımsal ürünlerde de görülüyor. Copa-Cogeca tarafından paylaşılan değerlendirmelerde mısır üretimindeki kayıpların Slovenya'da yüzde 50-70, Fransa'da yüzde 40 ve İtalya'da yüzde 20-25 düzeylerine ulaştığı; Hırvatistan'da ise meyve ve üzüm üretiminde yaklaşık yüzde 30 düşüş beklendiği bildirildi.




**Brezilya'dan Belçika'ya Kahve Sevkiyatı Arttı**

Arabica kahvede küresel fiyat oluşumunda önemli bir gösterge olan ICE Futures U.S. borsasındaki sertifikalı stoklar, 220 bin çuvalın altına gerileyerek son 26 yılın en düşük seviyesine indi. Düşük stok seviyesi, 2026/27 sezonunda küresel arzın artacağı yönündeki beklentilere rağmen kahve fiyatlarının yüksek seyretmesinde etkili olan unsurlar arasında gösteriliyor.

Piyasa kaynaklarına göre büyük uluslararası kahve ticaret şirketleri, Brezilya menşeli önemli miktarda Arabica kahveyi ICE depolarına yönlendirmeye başladı. Brezilya'dan gelen 62 binin üzerinde çuvalın kalite kontrol sürecine girdiği, önümüzdeki dönemde yeni sevkiyatlarla birlikte sertifikalı stokların belirgin şekilde artabileceği belirtiliyor. Stoklardaki olası toparlanmanın kahve fiyatları üzerindeki arz yönlü baskıyı artırabileceği değerlendiriliyor. Borsa stoklarının önemli bölümünün bulunduğu Belçika'ya Brezilya'dan gerçekleştirilen kahve ihracatının ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 245,3 artması da sevkiyatlardaki hızlanmaya işaret ediyor.

# Şirketlere Kur Farkı Kolaylığı 2028'e Uzatıldı

**Şirketlerin sermaye kaybı ve borca batıklık hesaplamalarında, henüz yerine getirilmemiş döviz yükümlülüklerinden doğan kur farkı zararlarını dikkate almamasına imkân tanıyan uygulama bir yıl uzatıldı.**



10 Ekim 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 376'ncı Maddesinin Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile şirketlerin sermaye kaybı ve borca batıklık hesaplamalarında belirli zarar ve giderleri dikkate almamasına imkân tanıyan geçici uygulamanın süresi uzatıldı.

Buna göre, henüz yerine getirilmemiş yabancı para cinsinden yükümlülüklerden kaynaklanan kur farkı zararlarının sermaye kaybı ve borca batıklık hesaplamalarında dikkate alınmamasına yönelik uygulamanın sona erme tarihi 1 Ocak 2027'den 1 Ocak 2028'e uzatıldı. Süre uzatımı, özellikle yabancı para cinsinden yükümlülükleri nedeniyle kur farkı zararı kaydeden şirketlerin sermaye kaybı ve borca batıklık değerlendirmeleri açısından önem taşıyor.

## BİRÇOK MESLEK GRUBUNA E-TEBLİGAT ZORUNLULUĞU GETİRİLDİ

11 Ekim 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğ uyarınca kurumlar vergisi mükellefleri ile ticari, zirai ve mesleki kazançları nedeniyle gerçek usulde vergilendirilen gelir vergisi mükelleflerinin e-Tebligat sistemine dâhil olması zorunlu hâle getirildi.

Düzenleme kapsamında kolektif şirketler, adi komandit şirketler ve belirli araçların ilk iktisabında adına tescil yapılan kişi ve kuruluşlar da yer alıyor. Düzenleme kapsamında bulunan ve henüz sisteme dâhil olmayan mükelleflerin ekim ayı sonuna kadar başvurularını tamamlaması gerekiyor. Başvurular vergi dairelerinden veya Dijital Vergi Dairesi üzerinden yapılabilecek. Ayrıca, elektronik tebligatlar, elektronik adrese ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda tebliğ edilmiş sayılacak.



Türkiye'de Başlayan, Tüm Dünyaya Yayılan Kalite

Köklü tecrübemiz, geniş ürün yelpazemiz ve global ağımızla, dünyanın dört bir yanında geleceğin yapılarına değer katıyoruz.




KAR PEN
PVC KAPI & PENCERE SİSTEMLERİ

Salon 7 Stand 717/B »

PENCERE KAPI WINDOW DOOR

Avrupa'nın En Büyük Enerji ve Teknoloji Kampüslerinden Biri

# Beta Enerji ve Teknoloji Kampüsü

**120.000 m²**
Toplam Alan

**130 Milyon USD**
Toplam Yatırım Tutarı

**6 Kıta 80+Ülke**
Toplam İhracat

**Uçtan Uca Üretim**
Transformatörlerden YG Anahtarlama Ürünlerine Kadar Üretim Yetkinliği

**Uçtan Uca Hizmet**
Ar-Ge'den Üretime, Test Süreçlerinden Satış Sonrası Hizmetlere Kadar

**1.000 MVA – 1.000 kV**
Güç ve Gerilim Seviyesine Kadar Üretim Kapasitesi

# İHKİB İnovasyon ve Tasarım Merkezi Açıldı

**İHKİB'in iştiraklerini tek çatı altında toplamak için inşa edilen İnovasyon ve Tasarım Merkezi hizmete açıldı. Açılış törenine katılan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan, sembolik olarak geleceğe ilk dikişi attı.**




İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB), projeleri ve iştirakleriyle sektöre değer katmaya devam ediyor. İHKİB'in iştiraklerini tek çatı altında toplamak için inşa edilen, yaklaşık 14 bin metrekare inşaat alanına sahip İnovasyon ve Tasarım Merkezi hizmete açıldı. Merkezin açılış törenine Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan katılım sağladı.

Tekstil, hazır giyim, moda, eğitim, dijitalleşme ve uluslararası ticaret ekosistemlerinin kesişim noktasında kapsamlı bir endüstri merkezi olarak tasarlanan İHKİB İnovasyon ve Tasarım Merkezinde hepsi İHKİB'in iştiraki olan Ekoteks, İMA ve İHKİB DDM hizmet verecek. Yalnızca hizmet sunan bir kompleks olmanın ötesinde bilgi üretiminin, inovasyonun, eğitim ve uygulamanın iç içe geçtiği yaşayan bir organizma özelliği taşıyan merkezde tüm hizmetler entegre bir sistem içinde sunulacak.

> Kapsamlı bir endüstri merkezi olarak tasarlanan İHKİB İnovasyon ve Tasarım Merkezi'nde, hepsi İHKİB'in iştiraki olan Ekoteks, İMA ve İHKİB DDM hizmet verecek.

### "TEKSTİL VE HAZIR GİYİM BİZİM İÇİN KAŞIKÇI ELMASI GİBİ DEĞERLİ"

Açılış töreninde konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, tekstil ve hazır giyimde son üç yıldır yaşanan daralmanın 2026'da durduğunu belirtti. Tekstil ve ham maddeleri ihracatında artıya geçildiğini, hazır giyimin ise geçen yılla hemen hemen aynı seviyelerde olduğunu ifade eden Bolat, şunları söyledi: "Yılda yaklaşık 31 milyar dolarlık ihracatı bulunan tekstil ve hazır giyim sektörlerimiz 860 bin kişiyle Türkiye'nin en büyük istihdam deposu. O yüzden bu sektör bizim için Kaşıkçı Elması gibi değerlidir. Dünyada yaklaşık 900 milyar dolarlık tekstil ve hazır giyim ticareti var. Biz kabaca 31 milyar dolarla bu ticaretten yüzde 3 pay alıyoruz. Açılışını yaptığımız İHKİB İnovasyon ve Tasarım Merkezi ile bu başarıyı daha da pekiştireceğiz."

### "SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM VE TALEP SEKTÖRÜN GELECEĞİNE İSTİKAMET VERİYOR"

Konuşmasına küresel tekstil ve hazır giyim sektörünün büyük bir dönüşümden geçtiğini söyleyerek başlayan Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, şöyle devam etti: "İklim değişikliğinin yan etkilerinin yıldan yıla daha fazla hissedildiği günümüzde sürdürülebilir üretim ve talep sektörün geleceğine istikamet veriyor. Nitekim en büyük pazarımız AB yeşil dönüşüm hedefleri doğrultusunda tekstil ve hazır giyim sektörlerine yönelik yeni düzenlemeleri hayata geçiriyor. Küresel ölçekte rekabetin kıyasıya yaşandığı bu sektörlerde kalıcı ve sürdürülebilir başarıya ulaşmak için üretimde verimliliği artıran, kaynakları etkin kullanan, yenilikçi ürünler geliştiren ve marka değeri oluşturan sanayi altyapısını hep birlikte inşa etmek zorundayız. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olarak sektörümüzün bu dönüşümünü hızlandıracak adımları sektör paydaşları ile birlikte hayata geçiriyoruz."

### "İNOVASYON VE TASARIM MERKEZİ DİĞER SEKTÖRLERE DE ÖRNEK OLACAK"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe ise konuşmasında, fiyat rekabetinden değer rekabetine geçişte tasarım, inovasyon ve markalaşmanın önemine dikkat çekti. Bu üç alanın birbirinden ayrı düşünülemeyeceğini vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "İhracatta orta ve uzun vadeli hedeflerimize ulaşabilmemiz için üretimi artırmanın yanı sıra ürettiğimizin değerini artıracak yolları bulmamız gerektiğini biliyoruz. Bu süreçte tasarımı üretimden, inovasyonu ticaretten, markalaşmayı ihracattan kopuk ele alamayız.




Moda endüstrimize kazandırdığımız İHKİB İnovasyon ve Tasarım Merkezi bu açıdan diğer sektörlerimize de ilham verecek. Burası sektörümüzün geleceğini şekillendirecek fikirlerin buluştuğu, bilgi ve deneyimin paylaşıldığı, yaratıcı yeteneklerin desteklendiği ve yenilikçi projelerin ekonomik değere dönüştüğü bir merkez olacak."

### "MODA ENDÜSTRİMİZE GÜÇLÜ VE BÜTÜNLEŞİK BİR ALTYAPI SUNUYORUZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Paşahan da konuşmasında, sektörde lider olmanın verdiği sorumlulukla Türk moda endüstrisinin geleceğine yatırım yaptıklarını söyledi. Paşahan, şöyle devam etti: "14 bin metrekare kapalı alana sahip merkezimizde Ekoteks Test ve Laboratuvar hizmetlerini, İHKİB DDM'yi, model fabrikamızı, İMA'nın bazı dersliklerini ve İHKİB Akademi eğitimlerini aynı çatı altında buluşturuyoruz. Burada fikirden tasarıma, tasarımdan üretime, testten dijital dönüşüme uzanan süreçte sektörümüze güçlü ve bütünleşik bir altyapı sunuyoruz. Firmalarımız ihtiyaç duydukları tasarım, eğitim, test, sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm yetkinliklerimizin tamamından bu merkezde yararlanabilecekler. İHKİB olarak yenilikçi üretim vizyonumuz çerçevesinde destek programlarından da maksimum düzeyde faydalanmak istiyoruz.

Bu kapsamda İnovasyon ve Tasarım Merkezimizin yanı sıra Ekoteks ve İHKİB DDM için KOSGEB tarafından nitelikli dönüşümü sahaya taşıma hedefiyle başlatılan Sektörel Gelişim Merkezi Destek Programı'na (SEGEM) başvurularımızı tamamladık."

# İDMİB'den İhracatta Fark Yaratan 254 Firmaya Ödül

**İDMİB tarafından düzenlenen "'İhracatta Fark Yaratanlar Ödül Töreni"nde, deri ve deri mamulleri sektöründe 2025 yılı ihracat performanslarıyla öne çıkan firmalar ödüllendirildi.**




İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) tarafından düzenlenen "İhracatta Fark Yaratanlar Ödül Töreni"nde, 2025 yılı ihracat performanslarıyla öne çıkan 254 firma ödüllendirildi. Törende ayrıca ayakkabı, saraciye, deri ve kürk konfeksiyon ile tabakhane alanlarında kilogram başına en yüksek ihracat değerine ulaşan dört firmaya Özel Platin Ödülü verildi.

İDMİB'in ev sahipliğinde İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen törene İstanbul Vali Yardımcısı Mehmet Sülün, TİM Başkan Vekili Ahmet Öksüz, İDMİB Başkanı Güven Karaca, İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, sektör temsilcileri ve ihracatçı firmaların yetkilileri katıldı.

Ödül töreninde, 2025 yılı ihracat sonuçlarına göre dokuz firma Platin, 27 firma Altın, 57 firma Gümüş, 70 firma Bronz ve 91 firma ise Başarı Ödülü almaya hak kazandı.

**"DÜNYAYI TÜRKİYE'YE GETİRİYORUZ"**

İDMİB Başkanı Güven Karaca, törende yaptığı konuşmada sektörün ihracat performansı ve rekabet gücüne ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

2026 yılının ilk dokuz ayında 1,1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirildiğini belirten Karaca, yılın başında yüzde 8-9 seviyesinde olan ihracat kaybının yüzde 1'in altına gerilediğini söyledi. Türkiye'nin deri ve deri ürünleri imalatında Avrupa'nın üçüncü büyük ülkesi olduğunu ve sektörün yaklaşık 200 ülkeye ihracat yaptığını vurgulayan Karaca, kilogram başına ihracat değerinin 2025'te yaklaşık 14 dolarken 2026'da 16 doların üzerine çıktığını kaydetti.

Karaca, Ticaret Bakanlığının katkılarıyla yürütülen "Dünyayı Türkiye'ye getiriyoruz" çalışmaları kapsamında yaklaşık bir yılda ABD ve Avrupa'dan 27 önemli markanın satın alma temsilcisini Türk ihracatçılarıyla buluşturduklarını belirterek, yüzlerce ikili iş görüşmesi gerçekleştirildiğini ifade etti.

**"ÜRETİM KÜLTÜRÜNÜ KORUMAK BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR"**

TİM Başkan Vekili Ahmet Öksüz ise deri ve deri mamulleri sektörünün Türkiye'nin köklü üretim geleneğini, tasarım yetkinliğini ve işçilik kalitesini uluslararası pazarlara taşıyan önemli sektörlerden biri olduğunu söyledi. Üretim kültürünün uzun yıllara dayanan deneyim ve emekle oluştuğunu belirten Öksüz, mevcut birikimin korunmasının yeni üretim kapasitesi oluşturmak kadar önemli olduğuna dikkat çekti.

Artan maliyetler ve rekabet koşullarının sektörün üretim ve ihracat gücünü baskıladığını ifade eden Öksüz, ihracatta yalnızca miktarın değil, yaratılan katma değerin de dikkate alınması gerektiğini vurguladı.

İDMİB'in firmaları kilogram başına ihracat değerleriyle de ödüllendirmesinin önemine işaret eden Öksüz, markalaşma ve katma değerli üretimin ihracatın geleceğinde belirleyici olacağını söyledi.





# Genç Tasarımcılar 34. Koza'da Ödüllerine Kavuştu

**İHKİB'in genç yetenekleri moda sektörüne kazandırmak amacıyla düzenlediği 34. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda ilk üçe giren tasarımcılar, para ödüllerinin yanı sıra yurt dışı eğitim ve bir yıllık İngilizce dil eğitimi hakkı elde etti.**




İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından yeni yetenekleri sektöre kazandırmak amacıyla gerçekleştirilen 34. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nda ödüller, düzenlenen gala gecesinde sahiplerini buldu. Gala gecesine İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Paşahan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Dr. Mehmet Ali Kılıçkaya başta olmak üzere iş dünyasının ve hazır giyim sektörünün önde gelen birlik ve dernek üyeleri ile çok sayıda basın mensubu katıldı.

İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Hilal Suerdem ve Belma Özdemir mentörlüğünde hazırlanan 10 finalist, koleksiyonlarını gecede sundu. Jüri değerlendirmesi sonucunda, Berra Bozömer, Dilara Eroğlu, Ezgi Çelik, Karya Kalkavan, Lamia Duran, Mehmet Uğun, Merve Nur Kara, Nur Özyıldırım, Yavuz Selim Tülmen ve Zeynep Sude Kuriş olmak üzere 10 finalistin koleksiyonlarını sunduğu gecede Mehmet Uğun, Alchemy koleksiyonuyla birinci seçildi. Yarışmada Lamia Duran Coiffe Normande koleksiyonuyla ikinci, Merve Nur Kara ise Wet State koleksiyonuyla üçüncü oldu. İlk üçe giren finalistler yurt dışında eğitim ve yurt içinde bir yıllık İngilizce dil eğitimi hakkı kazanırken yarışmanın birincisi 400 bin TL'lik, ikincisi 300 bin TL'lik, üçüncüsü ise 200 bin TL'lik para ödülünün sahibi oldu.

**"KOZA, GENÇLERİN HAYALLERİNİ GERÇEĞE DÖNÜŞTÜREN BİR KAPI"**

İHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Paşahan, 1992'den bu yana Koza ile genç yetenekleri keşfederek sektörün geleceğine yatırım yaptıklarını belirtti. Paşahan, "Koza hiçbir zaman yalnızca bir yarışma olmadı; gençlerin hayallerini gerçeğe dönüştürmeleri için açılan bir kapı oldu. Yarışmada tasarımlarını sunan gençlerin bugün kendi markalarını kurarak dünyaya açıldıklarını görmek büyük bir gurur. Koza'dan çıkan her yeni fikir ve tasarım, Türk modasının dünyadaki gücüne katkı sağlayacaktır." dedi.

**"HEM SEKTÖRLERİMİZ HEM DE TÜRKİYE KAZANIYOR"**

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın 34 yıldır hazır giyim ve tekstil sektörlerinin geleceğine yön veren önemli bir platform olduğunu belirtti. Gültepe, "Sektörün dönüşümü ve geleceği tasarımla, Koza ile şekilleniyor. Üniversiteler, sanayi, moda okulları ve genç tasarımcılarla birlikte ortaya koyduğumuz bu çalışma sayesinde hem sektörlerimiz hem de Türkiye kazanıyor." diye konuştu.

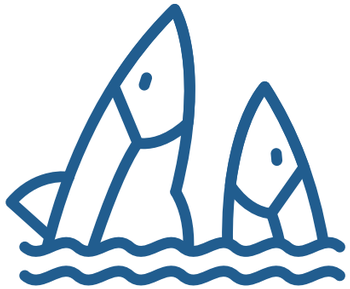
**"TASARIM VE TEKNOLOJİ SEKTÖRÜN GELECEĞİNDE BELİRLEYİCİ"**

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürü Dr. Mehmet Ali Kılıçkaya, sektörün rekabetçiliğini koruması için tasarım, teknoloji, markalaşma, yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirliğe daha fazla yatırım yapılması gerektiğini belirterek Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nın genç yeteneklerin desteklenmesi açısından önemli olduğunu söyledi.

# Ege'den Hayvansal Ürünlerde 1,5 Milyar Dolarlık İhracat

Son çeyrek asırda ihracat performansıyla öne çıkan su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü, Ege Bölgesi'nin ihracatındaki ağırlığını artırıyor. Ağustos ayında son 12 aylık ihracatı ilk kez 2 milyar dolar barajını aşan Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği, eylül ayında gerçekleştirdiği 193 milyon dolarlık ihracatla Ege İhracatçı Birlikleri bünyesindeki 12 ihracatçı birlik arasında ilk kez ayın ihracat lideri oldu. 2026 yılının ocak-eylül döneminde ihracatını geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artırarak 1,5 milyar dolara taşıyan birlik, böylece Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) çatısı altında tarihi bir rekora imza atmış oldu.

Eylül ayında gerçekleştirilen rekor ihracatın gururunu yaşadıklarını belirten Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ufuk Atakan Demir, şunları aktardı: "2001 yılında 50 milyon dolarlık ihracatla Ege İhracatçı Birlikleri bünyesinde son sırada yer alan su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörümüz, bugün 2 milyar doların üzerinde ihracat hacmine ulaşan bir yapıya kavuştu. 2001 yılında Ege İhracatçı Birliklerinin toplam ihracatında yüzde 1,8 pay alıyorken günümüzde yüzde 15,3'e ulaştık. Bu başarı, üretim gücümüzün, ihracatçılarımızın girişimciliğinin ve uluslararası pazarlardaki rekabetçiliğimizin sonucu. Eylül ayında elde ettiğimiz liderlik önemli bir kilometre taşı. Ancak hedefimiz zirveye çıkmakla yetinmeyip zirveye demir atmak. Bu başarıya katkı sağlayan tüm ihracatçılarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz."



2026 yılının dokuz aylık döneminde ihracatını yüzde 15 artırarak 1,5 milyar dolara taşıyan birlik, eylül ayında Ege İhracatçı Birlikleri bünyesinde ilk kez aylık ihracat liderliğine ulaştı.

# "Turkish Aluminium" Düsseldorf'a Damga Vurdu

Alüminyum sektörünün önde gelen uluslararası fuarlarından Aluminium Düsseldorf 2026, 6-8 Ekim tarihlerinde Almanya'nın Düsseldorf kentinde düzenlendi. 50 ülkeden 800'ün üzerinde katılımcıyı ve 20 binden fazla ziyaretçiyi bir araya getiren fuara, İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), 30 metrekarelik info standıyla katılım sağladı. Fuarda 86 Türk firması da yer alarak Türkiye'nin alüminyum sektöründeki üretim ve ihracat kapasitesini uluslararası pazarlara taşıdı.

Aluminium Düsseldorf'un sektör açısından önemine dikkat çeken İDDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, sektörün ihracat performansının yanı sıra sürdürülebilir üretim ve tedarik güvenliği konularına da odaklanması gerektiğini söyledi. Sektör ihracatının yüzde 56'sının Avrupa Birliği (AB) ülkelerine yapıldığını hatırlatan Tecdelioğlu, "AB, Türk alüminyum sektörü için en önemli pazarlardan biri. 2026 itibarıyla Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması'nın kalıcı döneminin başlamasıyla ihracatçılarımız açısından emisyon doğrulama süreçleri daha da önem kazanıyor. Firmalarımızın bu süreçlerle ilgili hızlı, şeffaf ve doğru bilgiye erişmesi gerekiyor. Karbon düzenlemelerine uyum, Avrupa pazarındaki rekabet gücümüzü korumak açısından belirleyici olacak." dedi.

Sektörün rekabet gücünün korunması için ham madde tedarikinin güvence altına alınması gerektiğini vurgulayan Tecdelioğlu, "Özellikle ikincil üretimde kullanılan ve SKDM kapsamında kritik öneme sahip olan hurdanın yurt içinde korunması stratejik bir konu olarak ele alınmalı. Hem sürdürülebilir üretim kapasitemizi geliştirmek hem de ihracatçılarımızın rekabet gücünü korumak için ham maddeye erişim ve geri dönüşüm ekosistemini birlikte değerlendirmeliyiz." dedi.

50 ülkeden 800'ün üzerinde katılımcıyı ve 20 binden fazla ziyaretçiyi bir araya getiren Aluminium Düsseldorf 2026'da yer alan 86 Türk firması, Türkiye'nin alüminyum sektöründeki üretim ve ihracat kapasitesini uluslararası pazarlara taşıdı.

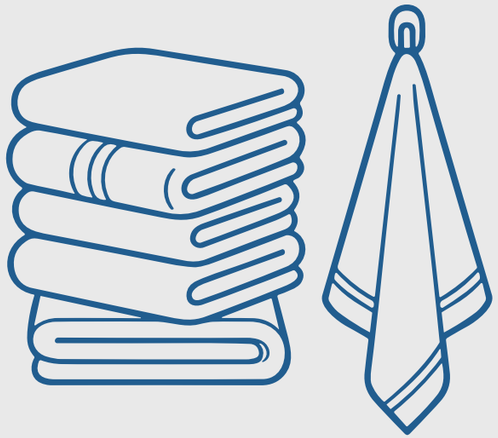




# DENİB'den İngiltere'ye Ev Tekstili Çıkarması

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB), 6-8 Ekim 2026 tarihlerinde Londra'da ev tekstili sektörüne yönelik ticaret heyeti programı düzenledi. Ticaret Bakanlığının desteklediği programa 11 firma katıldı. Heyet, ilk gün Brand Licensing Europe ve Independent Hotel Show fuarlarını ziyaret etti. İkinci gün İngiltere'nin önde gelen ev tekstili alıcılarıyla ikili iş görüşmeleri yapıldı. Son gün ise kurulan temasların sürdürülmesi için firma ziyaretleri gerçekleştirildi.

DENİB Başkanı Osman Uğurlu, 2026'nın ilk üç çeyreğinde Denizli'nin ihracatında lider pazar konumundaki İngiltere'ye ihracatın yüzde 40,7 artışla 672 milyon dolara ulaştığını açıkladı. Aynı dönemde tekstil ve konfeksiyon ihracatı yüzde 19 artışla 64 milyon dolar oldu. Üretim gücünü tasarım ve markalaşmayla daha ileri taşımayı hedeflediklerini vurgulayan Uğurlu, temaslara ilişkin şunları söyledi: "Firmalarımız, marka lisanslama devlerinin yer aldığı Brand Licensing Europe'da güncel tasarım trendlerini inceleme fırsatı buldu. Lüks ve butik otelcilik sektörünü buluşturan Independent Hotel Show ile de otel tekstilindeki beklentileri doğrudan sahada gözlemledik. Denizli, ev tekstilindeki uzmanlığıyla küresel bir marka. Bu gücü tasarım, inovasyon ve lisanslı üretimle daha ileri taşıyoruz. İngiltere'deki doğrudan temaslar, rekabet gücümüzü kalıcı kılmak adına büyük önem taşıyor. Katma değerli üretim anlayışımızla yeni pazar çalışmalarımıza hız kesmeden devam edeceğiz."



2026'nın ilk üç çeyreğinde Denizli'nin ihracatında lider pazar konumundaki İngiltere'ye gerçekleştirilen ihracat yüzde 40,7 artışla 672 milyon dolara ulaştı.

# Türkiye'nin Maden İhracatı Dokuz Ayda 5,4 Milyar Doları Aştı



Türkiye geneli maden ihracatı, 2026 yılının ocak-eylül döneminde yüzde 20,05 artışla 5,4 milyar dolara yükselirken eylül ayı ihracatı ise yüzde 24,2 artarak 682,6 milyon dolara ulaştı.

Türkiye'nin maden ihracatındaki yükseliş 2026 yılının dokuzuncu ayında da devam etti. 2025 yılının Ocak-Eylül döneminde 4,5 milyar dolar olan Türkiye geneli maden ihracatı, 2026 yılının aynı döneminde yüzde 20,05 artışla 5,4 milyar dolara yükseldi. Eylül ayı özelinde de güçlü bir artış kaydedildi. Geçen yılın eylül ayında 549,6 milyon dolar seviyesinde bulunan maden ihracatı, bu yılın aynı ayında yüzde 24,2 artarak 682,6 milyon dolara ulaştı.

Üst ürün grupları incelendiğinde, ocak-eylül döneminde en yüksek ihracat değerine metalik cevherler grubu ulaştı. Söz konusu ürün grubunda ihracat, geçen yılın aynı dönemindeki 1 milyar 702,9 milyon dolardan yüzde 30,56 artışla 2 milyar 223,3 milyon dolara yükseldi. Doğal taş ihracatı ilk dokuz ayda yüzde 5,31 artış göstererek 1 milyar 511,9 milyon dolardan 1 milyar 592,2 milyon dolara çıktı. Endüstriyel mineraller ihracatı ise yüzde 13,12 artarak 879,4 milyon dolardan 994,8 milyon dolara ulaştı.

Ülkeler bazında değerlendirildiğinde Çin, Türkiye'nin maden ihracatında açık ara ilk sıradaki yerini korudu. Çin'e gerçekleştirilen ihracat, 2025 yılının ilk dokuz ayındaki 1,1 milyar dolarlık seviyesinden yüzde 47,9 artışla 1,6 milyar dolara yükseldi. İkinci sırada yer alan ABD'ye yapılan ihracat yüzde 6,1 artışla 432,7 milyon dolara ulaşırken Bulgaristan'a ihracat yüzde 18,5 artarak 384,8 milyon dolar oldu.



Cumhuriyetin Kamera Arkası
Sergi

**Mekân:**
Pera Müzesi

**Saat:**
10.00–19.00

# Cumhuriyet İstanbul'una Bakış

*Pera Müzesi, İstanbul Araştırmaları Enstitüsünün 20. yılı kapsamında "Cumhuriyetin Kamera Arkası" sergisini ziyaretçilerle buluşturuyor. İdil Çetin ve Ahmet Ersoy küratörlüğündeki sergi, 1920'lerden 1950'lerin başlarına uzanan Basın Fotoğrafları Arşivi'nden seçilen karelerle erken Cumhuriyet İstanbul'una farklı bir pencereden bakıyor. Sokaktaki insanların gündelik yaşamından dönemin toplumsal olaylarına uzanan fotoğraflar, görsel haber üretiminin perde arkasını ve dönemin çok sesli yapısını görünür kılıyor. Sergi, 28 Mart 2027'ye kadar ziyaret edilebilecek.*



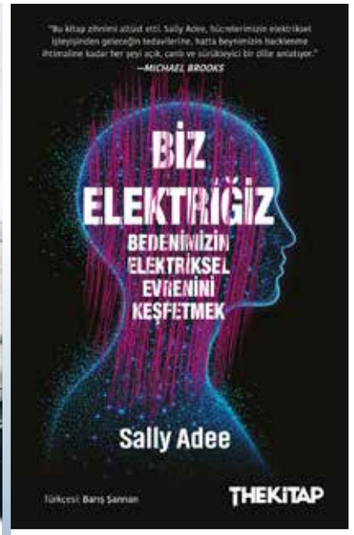

Yüzyılın İzleri: Koç Topluluğu ve Sanat
Sergi

**Mekân:**
Yapı Kredi Kültür Sanat

**Saat:**
10.00-19.00

# Koç Topluluğunun Yolculuğu

*Koç Topluluğunun Türkiye'nin kültür ve sanat hayatına katkısını odağına alan "Yüzyılın İzleri" sergisi, 1920'lerden günümüze uzanan bir zaman çizelgesi sunuyor. Sanat eserleri, objeler, fotoğraflar, arşiv belgeleri ve efemeralardan oluşan seçki; mimariden tasarıma, arkeolojiden güncel sanata uzanan farklı alanları bir araya getiriyor. Topluluğun kültürel hafızanın korunmasına yönelik çalışmalarına da ışık tutan sergi, bir asırlık birikimi çok katmanlı bir anlatıyla ele alıyor. Sergi, 29 Kasım'a kadar Yapı Kredi Kültür Sanat'ta ziyaret edilebilir.*




Biz Elektriğiz
Sally Adee

**Sayfa Sayısı:**
356

**Baskı Yılı:**
2026

**Yayınevi:**
THE KİTAP

# Bedenimizin Görünmez Gücü

*Bedenimizdeki her hücre, yaşamın işleyişinde rol oynayan elektriksel gerilimler taşıyor. Beyin-beden iletişiminden embriyonik gelişime, yara iyileşmesinden organların yenilenmesine uzanan bu görünmez düzen, biyoelektrik biliminin merkezinde yer alıyor. Sally Adee de kitabında, biyoelektriğin iki yüz yılı aşkın geçmişini Galvani ile Volta arasındaki tarihî rekabetten günümüzün çığır açıcı araştırmalarına uzanan sürükleyici bir anlatıyla ele alıyor. Kanserli hücrelerin davranışlarının değiştirilmesi, hasarlı dokuların onarılması ve yaşlanmanın yavaşlatılması gibi ihtimaller, biyoelektrik alanındaki gelişmelerle yeniden gündeme geliyor.*




Buraya Tıkla!
Alex Schultz

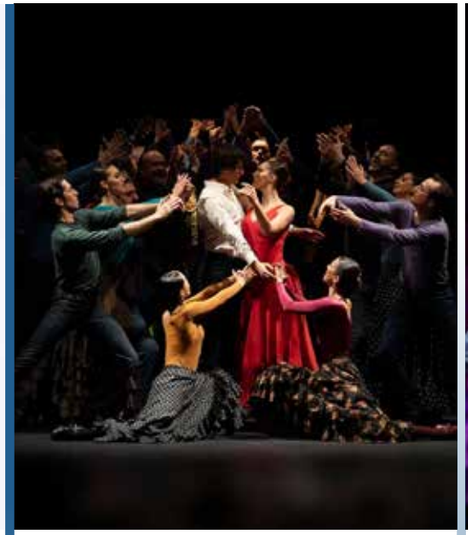
**Sayfa Sayısı:**
408

**Baskı Yılı:**
2026

**Yayınevi:**
THE KİTAP

# Dijital Dünyada Büyümenin Formülü

*Alex Schultz, dünyanın en başarılı teknoloji şirketlerinden birinde kazandığı deneyimlerden yola çıkarak dijital pazarlamanın karmaşık görünen dünyasını sade, anlaşılır ve uygulanabilir bir dille ele alıyor. Doğru pazarlama kanalını seçmekten reklam kampanyalarını test etmeye, bütçeyi verimli kullanmaktan performansı ölçmeye kadar pek çok başlıkta okurun neyi, neden yapması gerektiğini de anlatıyor. Kitap boyunca reklamcılığın sezgilere ve parlak fikirlere olduğu kadar verilere, denemeye ve ölçmeye dayanan bir bilim olduğunu gösteren Schultz, büyüme hedefiyle hareket eden markaların karşılaşabileceği temel sorunlara gerçek dünyadan bakıyor.*



Carmen
Müzikal

**Mekân:**
Zorlu Performans Sanatları Merkezi

# Carmen İlk Kez Türkiye'de

*Dünyaca ünlü flamenko topluluklarından Fundacion Antonio Gades, klasikleşen Carmen gösterisiyle ilk kez Türkiye seyircisiyle buluşuyor. Antonio Gades ve Carlos Saura'nın 1983'te sinemaya taşıdığı eser, daha sonra sahneye uyarlanarak çağdaş İspanyol dansının önemli yapıtlarından birine dönüştü. Minimalist sahneleme, canlı flamenko ve şiirsel geçişlerle Carmen'in hikâyesini yeniden yorumlayan gösteri, direniş, onur ve kadın özgürlüğü temalarını sahneye taşıyor. Carmen, 11 Kasım'da Zorlu PSM Turkcell Sahnesi'nde sanatseverlerle buluşacak.*



Paco Peña: Solera
Konser

**Mekân:**
İş Sanat İş Kuleleri Salonu

# Flamenko Tutkusu Sahnede

*Flamenko gitarının yaşayan efsanelerinden Paco Peña, kendi adını taşıyan topluluğuyla İstanbul'da izleyici karşısına çıkıyor. Peña'nın sanat yönetmenliğindeki Solera, flamenko gösterilerinde alışılmadık bir sahne yapısı sunuyor. Gösterinin ilk bölümünde bir prova süreci izlenirken, ikinci bölümde tamamlanmış bir tablao performansına geçiliyor. İki gitarcı, perküsyoncu, iki şarkıcı ve üç dansçıdan oluşan dokuz kişilik kadro, geleneksel flamenkonun ritmini ve enerjisini sahneye taşıyor. Solera, 9 Aralık'ta İş Sanat İş Kuleleri Salonu'nda izlenebilecek.*

# İhracat Rakamları (ÖTS)

**2026 Yılı Ekim Ayı İhracatı 25,9 Milyar Dolar Oldu.**

**Ekim Ayı İhracatı Geçen Yıla Göre Yüzde 8,1 Arttı.**

**Son 12 Aylık İhracat 285,6 Milyar Dolar Oldu.**

**Son 12 Aylık İhracat Geçen Yıla Göre Yüzde 5,8 Arttı.**

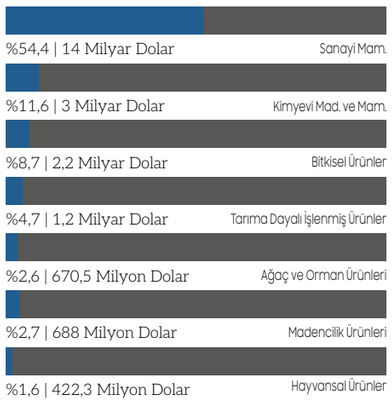
| | |
|---|---|
| Almanya | 1,8 Milyar Dolar |
| ABD | 1,5 Milyar Dolar |
| Birleşik Krallık | 1,3 Milyar Dolar |
| İtalya | 1,1 Milyar Dolar |
| İspanya | 929,2 Milyon Dolar |
| Fransa | 927,5 Milyon Dolar |
| Irak | 840,4 Milyon Dolar |
| Hollanda | 646,9 Milyon Dolar |
| Polonya | 594,4 Milyon Dolar |
| Mısır | 568,3 Milyon Dolar |



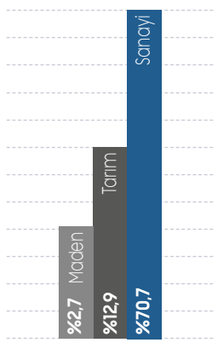
## En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Ekim ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,8 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,5 milyar dolarla ABD ve 1,3 milyar dolarla Birleşik Krallık izledi.

## Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı Ekim Ayında İhracattan Aldığı Pay




## Ana Üretim Gruplarının 2026 Yılı Ekim Ayında İhracattan Aldığı Pay




## 2026 Yılı Ekim Ayında İl Bazında En Dikkat Çeken İhracat Artışı

KIRIKKALE

**%754,2**



## İllere Göre 2026 Yılı Ekim Ayı İhracat Dağılımı

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 8,9 MİLYAR DOLAR | 2,1 MİLYAR DOLAR | 1,8 MİLYAR DOLAR | 1,7 MİLYAR DOLAR | 1,2 MİLYAR DOLAR |
| İSTANBUL | KOCAELİ | ANKARA | BURSA | İZMİR |
| GAZİANTEP | DENİZLİ | SAKARYA | MANİSA | KONYA |
| 1 MİLYAR DOLAR | 468,6 MİLYON DOLAR | 429,3 MİLYON DOLAR | 409,7 MİLYON DOLAR | 328,1 MİLYON DOLAR |





# Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 $

| | | 1 - 31 EKİM | | | | 1 OCAK - 31 EKİM | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SEKTÖRLER | 2025 | 2026 | Değişim ('26/'25) | Pay (26) (%) | 2025 | 2026 | Değişim ('26/'25) | Pay (26) (%) |
| I. TARIM | 3.286.819 | 3.347.353 | 1,8 | 12,9 | 29.280.965 | 30.464.291 | 4,0 | 12,9 |
| **A. BİTKİSEL ÜRÜNLER** | **2.174.162** | **2.254.479** | **3,7** | **8,7** | **19.465.546** | **20.491.994** | **5,3** | **8,7** |
| Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri | 1.089.642 | 1.038.577 | -4,7 | 4,0 | 10.124.644 | 9.914.841 | -2,1 | 4,2 |
| Yaş Meyve ve Sebze | 334.468 | 287.294 | -14,1 | 1,1 | 2.564.340 | 3.451.776 | 34,6 | 1,5 |
| Meyve Sebze Mamulleri | 231.745 | 237.304 | 2,4 | 0,9 | 2.132.564 | 2.066.913 | -3,1 | 0,9 |
| Kuru Meyve ve Mamulleri | 188.162 | 212.955 | 13,2 | 0,8 | 1.405.057 | 1.337.961 | -4,8 | 0,6 |
| Fındık ve Mamulleri | 200.089 | 303.702 | 51,8 | 1,2 | 1.801.029 | 2.223.711 | 23,5 | 0,9 |
| Zeytin ve Zeytinyağı | 35.437 | 33.911 | -4,3 | 0,1 | 416.833 | 307.539 | -26,2 | 0,1 |
| Tütün | 82.093 | 130.161 | 58,6 | 0,5 | 887.312 | 1.057.625 | 19,2 | 0,4 |
| Süs Bitkileri ve Mamulleri | 12.525 | 10.574 | -15,6 | 0,0 | 133.767 | 131.629 | -1,6 | 0,1 |
| **B. HAYVANSAL ÜRÜNLER** | **381.274** | **422.355** | **10,8** | **1,6** | **3.237.665** | **3.503.751** | **8,2** | **1,5** |
| Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller | 381.274 | 422.355 | 10,8 | 1,6 | 3.237.665 | 3.503.751 | 8,2 | 1,5 |
| **C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ** | **731.384** | **670.520** | **-8,3** | **2,6** | **6.577.755** | **6.468.546** | **-1,7** | **2,7** |
| Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri | 731.384 | 670.520 | -8,3 | 2,6 | 6.577.755 | 6.468.546 | -1,7 | 2,7 |
| II. SANAYİ | 17.086.264 | 18.298.627 | 7,1 | 70,7 | 160.080.693 | 169.474.589 | 5,9 | 71,6 |
| **A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER** | **1.254.340** | **1.211.550** | **-3,4** | **4,7** | **11.426.633** | **11.492.597** | **0,6** | **4,9** |
| Tekstil ve Hammaddeleri | 838.979 | 811.008 | -3,3 | 3,1 | 7.881.829 | 7.970.797 | 1,1 | 3,4 |
| Deri ve Deri Mamulleri | 129.119 | 118.818 | -8,0 | 0,5 | 1.242.913 | 1.223.161 | -1,6 | 0,5 |
| Halı | 286.242 | 281.724 | -1,6 | 1,1 | 2.301.891 | 2.298.639 | -0,1 | 1,0 |
| **B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.** | **2.650.682** | **3.013.925** | **13,7** | **11,6** | **26.892.125** | **28.844.945** | **7,3** | **12,2** |
| Kimyevi Maddeler ve Mamulleri | 2.650.682 | 3.013.925 | 13,7 | 11,6 | 26.892.125 | 28.844.945 | 7,3 | 12,2 |
| **C. SANAYİ MAMULLERİ** | **13.181.242** | **14.073.151** | **6,8** | **54,4** | **121.761.934** | **129.137.047** | **6,1** | **54,5** |
| Hazırgiyim ve Konfeksiyon | 1.508.490 | 1.296.330 | -14,1 | 5,0 | 14.205.838 | 13.659.189 | -3,8 | 5,8 |
| Otomotiv Endüstrisi | 3.809.159 | 4.032.435 | 5,9 | 15,6 | 34.007.311 | 35.174.450 | 3,4 | 14,9 |
| Gemi, Yat ve Hizmetleri | 304.894 | 233.086 | -23,6 | 0,9 | 1.788.059 | 2.231.277 | 24,8 | 0,9 |
| Elektrik ve Elektronik | 1.640.849 | 1.929.862 | 17,6 | 7,5 | 14.520.294 | 16.636.336 | 14,6 | 7,0 |
| Makine ve Aksamları | 1.066.913 | 954.535 | -10,5 | 3,7 | 9.124.746 | 9.181.866 | 0,6 | 3,9 |
| Demir ve Demir Dışı Metaller | 1.219.311 | 1.324.090 | 8,6 | 5,1 | 11.082.750 | 12.555.562 | 13,3 | 5,3 |
| Çelik | 1.286.963 | 1.352.622 | 5,1 | 5,2 | 13.727.772 | 14.081.405 | 2,6 | 5,9 |
| Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri | 402.912 | 390.091 | -3,2 | 1,5 | 3.753.799 | 3.786.883 | 0,9 | 1,6 |
| Mücevher | 568.425 | 760.800 | 33,8 | 2,9 | 6.760.502 | 7.633.174 | 12,9 | 3,2 |
| Savunma ve Havacılık Sanayii | 707.494 | 1.140.026 | 61,1 | 4,4 | 6.679.532 | 8.050.043 | 20,5 | 3,4 |
| İklimlendirme Sanayii | 665.833 | 659.274 | -1,0 | 2,5 | 6.111.330 | 6.146.863 | 0,6 | 2,6 |
| III. MADENCİLİK | 583.304 | 688.043 | 18,0 | 2,7 | 5.090.032 | 6.098.835 | 19,8 | 2,6 |
| **Madencilik Ürünleri** | **583.304** | **688.043** | **18,0** | **2,7** | **5.090.032** | **6.098.835** | **19,8** | **2,6** |
| T O P L A M (TİM*) | 20.956.387 | 22.334.023 | 6,6 | 86,3 | 194.451.690 | 206.037.715 | 6,0 | 87,0 |
| **İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı** | **2.993.113** | **3.550.712** | **18,6** | **13,7** | **29.977.312** | **30.798.986** | **2,7** | **13,0** |
| **GENEL İHRACAT TOPLAMI** | **23.949.501** | **25.884.734** | **8,1** | **100,0** | **224.429.002** | **236.836.700** | **5,5** | **100,0** |

TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Genel Sekreter** Yiğit Tufan Eser
**Genel Sekreter Yrd.** Mustafa Seçilmiş **Genel Sekreter Yrd.** Funda Özgüleç Yüceer **Genel Sekreter Yrd. V.** Merve Yıldız Güler

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



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ
ECOTİM Programı
Başvuruları Başladı
Son başvuru tarihi:
13 Kasım 2026
www.tim.org.tr




QUICK YARDIM 444 7551 755

KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q BLOG Q MAG Q SÖZLÜK

QUICK SİGORTA