
2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

Bakan Sunuşu



Dünyada son yıllarda ulaşım, haberleşme ve bilişim alanlarında yaşanan gelişmelere paralel olarak küresel ekonomi ve küresel ticaret hacminde önceden görülmemiş bir büyüklüğe ulaşılmıştır. Gelineen noktada, uluslararası mal ticaretinin geleneksel yapısı değişmekte; ticaretin konusu emek yoğun sektörlerden ileri teknoloji içeren ürünlere, Ar-Ge yoğun sektörlerle ve kendi sektöründe fark yaratan ürünlere kaymaktadır.

Türkiye, küresel ticarete yaşanan gelişmeleri yakından takip etmekte trendleri izleyen değil, belirleyen bir ülke olma yolunda ilerlemektedir. Elde edilen çok sayıda başarının yanında henüz yolun başında olunan ve daha fazla çaba sarf edilmesi gereken alanlardan biri katma değeri yüksek ürünlerin üretimine ve ihracatına odaklanmaktır. Bu çerçevede; hazırladığımız Yeni Teşvik Sisteminin üreticilerimizin, sanayicilerimizin ve ihracatçılarımızın yolunu aydınlatacağından ve girişimcilerimizin Yeni Teşvik Sisteminin avantajlarını sonuna kadar kullanarak ülkemizi yüksek teknolojlili ürünlerin üretim merkezi haline getireceğinden hiç şüphem bulunmamaktadır.

Ülkemiz, ihracat odaklı büyüme stratejisi çerçevesinde izlediği başarılı reformlar ile 2002 yılında 36 milyar dolar olan ihracatını 2011 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 4 katına çıkararak Cumhuriyet tarihindeki ihracat rekorumuz olan 135 milyar dolara yükseltmiştir. Hizmet ihracatımız ise aynı dönemde 14 milyar dolardan 38,5 milyar dolara yükselerek rekor kırmıştır.

Ekonomimizin lokomotifi olan mal ve hizmet ihracatı, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan ve milletimiz için büyük bir manevi değer taşıyan 2023 yılında dünyanın en büyük on ekonomisi içine girme hedefine ulaşmamız için bizleri cesaretlendirmektedir.

Ulu önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk nasıl ki: “Efendiler, bilirsiniz ki hayat demek, mücadele demektir. Hayatta başarı mutlaka mücadelede başarıyla mümkündür. Bu da, manen ve

maddeten kuvvet, kudrete dayanır bir keyfiyettir.” diyerek Türk milletine bağımsızlığımız için cesaret aşıladıysa; 2023 yılı hedeflerimize ulaşmak için aynı cesareti göstermek, Türkiye’yi hak ettiği muasır medeniyetler seviyesine taşımak bizim en temel vazifemizdir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi, bilimsel ve teknolojik dönüşümünü tamamlamış, ulaşım ve lojistik altyapısı güçlü, katma değeri yüksek ve ileri teknolojlili ürünler ihraç eden, sürekli değişen küresel ticaret dünyasında ihracatçılarımızın karşılaştığı yapısal sorunlara hızlı çözüm bularak tehditleri fırsata dönüştüren ve fırsatları yakından takip ederek azami süratte yararlanan rekabet gücü yüksek bir Türkiye’ye ulaşmak amacıyla hazırlanmıştır.

“Sürdürülebilir İhracat Artışının Sağlanması” vizyonu çerçevesinde bu uzun yolun sonunda varılacak hedef; mal ihracatımızın 2023 yılında 500 milyar dolara ulaşması ve dünya ihracatından yüzde 1,5 oranında pay alarak dünyanın ekonomideki ilk 10 kulübünün vazgeçilmez bir üyesi yapmaktır.

Pazar çeşitlendirmesi ile girişimcilerimizi yeni coğrafyalarla tanıştırmak önceliğimizdir. Küresel kriz sonrası dönemde ülkemize büyük katkı yapmış bu politikamız ile 2023 yılında Polonya’ya ihracat yapar gibi Paraguay’a; Ukrayna’ya ihracat yapar gibi Uruguay’a; Yunanistan’a ihracat yapar gibi Yeni Zelanda’ya ihracat yapan girişimcilerimizin sayısını arttırmak amacındayız.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı’nın uygulanmasından sorumlu olan çok sayıda kamu kurumunun Stratejide yer alan hedefleri kendi stratejik plan hedefleri haline getirerek takip etmeleri hususunun Stratejinin başarıya ulaşmasında büyük önem taşıyacağına inanıyorum.

Bu vesileyle 2023 Türkiye İhracat Stratejisi’nin hazırlık safhasında katkısı olan tüm kurum ve kuruluşlara teşekkür eder ve Stratejinin ülkemizin dünyada hak ettiği konuma ulaşmasına katkıda bulunmasını temenni ederim.

Zafer ÇAĞLAYAN
Ekonomi Bakanı

TİM Başkanı Sunuşu



Türkiye İhracatçılar Meclisi, Ekonomi Bakanlığının koordinasyonunda ülkemizin ihracata dayalı kalkınma hamlesini gerçekleştirebilmesi ve ihracatının sürdürülebilir olması için uzun vadeli bir çalışma başlattı. Bu çalışma ile Türkiye ekonomi tarihinde sivil toplum kuruluşları açısından bir dönüm noktası yaşanmış, kamu ve özel sektör akıllı bir araya gelerek, Türkiye'nin ortak akıllı ortaya çıkarılmış, bu ortak akıl ülkemizin büyük hedeflere ulaşması noktasında kullanılmıştır.

Bu ortak aklın ortaya koyduğu 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, Türkiye'nin vizyoner stratejisi haline gelmiş, Yüksek Planlama Kurulu'ndan geçerek devlet strateji belgesi olmuştur. Türkiye'de ilk defa bir sivil toplum kuruluşu ve kamu kuruluşlarının eşgüdümü ile uzun vadeli bir strateji planı yapılarak 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedeflenmiş ve bu hedefin başarılabacağına yürekten inanılmıştır.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında, Türkiye'nin ihracatını 500 milyar dolara çıkararak, ülkemizin yakaladığı ihracat ivmesinin sürdürülebilir olmasını sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Bu strateji ile Türkiye 2023 yılı sonunda 2 trilyon dolar milli gelir ile dünyanın ilk 10 ekonomisi arasında yer almayı hedeflemektedir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nın temel amacı, Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak belirlenen hedefler doğrultusunda bütünsel bir "Eylem Planı" oluşturmak ve ihracatın sürdürülebilir olmasını sağlamaktır.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, teknoloji, inovasyon, Ar-Ge ve girişimcilik üzerine odaklanmıştır. Strateji kapsamında dünya ticareti, dünya ticaretini etkileyen ekonomik değişkenler, pazar paylarımız analiz edilmiş ve Türkiye'nin İhracat Vizyonu, 3 aşamada 4'er

yıllık vizyonlar ile Atılım-Yatırım- Liderlik şeklinde dönemlere ayrılmıştır. 2023 Türkiye İhracat Stratejisi, 19 Stratejik Hedef, 72 eylem ve ölçüt planı ile devlet projesi haline gelmiştir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nın bir Devlet projesi olmasında gösterdiği vizyonla bizlere liderlik ettiği için Sayın Başbakanımız Recep Tayyip Erdoğan'a, bu projenin hayata geçirilmesinde yolumuzu açarak gösterdiği kararlılık için de Sayın Ekonomi Bakanımız Zafer ÇAĞLAYAN'a Türkiye'nin 55 bin ihracatçısı adına derin teşekkürlerimizi sunuyoruz.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi projesinin bir Devlet projesi olmasında, üstün çaba sarf eden ve emeği geçen başta Ekonomi Bakanlığımız ve Kalkınma Bakanlığımız olmak üzere ilgili tüm Bakanlıklara ve Sivil Toplum Kuruluşlarımız olmak üzere herkese teşekkür ediyoruz.

Türkiye'nin, ihracatçılardan aldığı güven ve güç ile vizyoner bir geleceğe sağlam adımlarla ilerleyeceğine inancımız sonsuzdur.

TİM Başkanı
Mehmet BÜYÜKEKŞİ

İçindekiler

Bakan Sunuşu	III
TİM Başkanı Sunuşu	V
1. GİRİŞ	1
2. MEVCUT DURUM	3
2.1. Uzun Dönemli Gelişme Perspektifinde Dünya ve Türkiye	3
2.2. Dünya Ticaretinde Yaşanan Güncel Gelişmeler	6
2.3. Türkiye'nin Dış Ticaretinde Yaşanan Gelişmeler	9
2.4. İhracatın Gelişmesini Destekleyen Faktörler	13
2.5. İhracatın Performansını Etkileyen Başlıca Alanlara İlişkin Değerlendirmeler	16
3. STRATEJİK VİZYON VE HEDEFLER	19
4. PERFORMANS GÖSTERGELERİ	25
5. EYLEM PLANI	39
1. Pazar Payı Eylem Alanı	40
Mevcut Pazar Paylarının Artırılması Stratejik Hedefi.....	40
Yüksek büyüme Potansiyeli Olan Hedef Pazarlarda Pazar Payının Artırılması Stratejik Hedefi	42
İhracatçı Sayısının ve İhracat Kapasitesinin Artırılması Stratejik Hedefi.....	44
Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması Stratejik Hedefi.....	46
Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması Stratejik Hedefi.....	48
İhracatçıların Küresel Alanda Rekabetçiliklerinin Artırılması Stratejik Hedefi.....	50
2. Yatırım- Altyapı Eylem Alanı	52
Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına Yönelik Lojistik Altyapısının Güçlendirilmesi Stratejik Hedefi	52

Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına ve Rekabetçi Üretim Koşullarının Oluşturulmasına Yönelik Yatırım Ortamının İyileştirilmesi	56
Dış Ticarete Konu Olan Alanlarda Yabancı Yatırımcının Ülkemize Çekilmesi Stratejik Hedefi	58
Doğru Bilgi ve Pazar İstihbaratına Hızlı Erişimin Temin Edilmesi Stratejik Hedefi	59
İhracatın Katma Değerini Artırmak Amacıyla Yerli Hammadde ve Aramalı Tedariğinin Geliştirilmesi Stratejik Hedefi	61
3. Çevre Eylem Alanı	63
İhracat Yapısının Çevre ve Sürdürülebilir Büyümeye İlişkin Yükümlülüklerle Uyumlandırılması Stratejik Hedefi	63
4. Teknoloji Eylem Alanı	65
İhracatta Yenilikçilik ve Ar-Ge'ye Yönelik Yatırım ve Uygulamalar ile İleri Teknolojili Ürün İhracatının Artırılması Stratejik Hedefi	65
5. İşbirlikleri Eylem Alanı	68
İkili ve Çoklu Uluslararası Ticaret İşbirliklerinin Güçlendirilmesi Stratejik Hedefi ...	68
İhracatçıların Kamu - Özel Sektör - STK'lar - Üniversite ile İlişkilerinin Geliştirilmesi Stratejik Hedefi	69
6. Finansman Eylem Alanı	70
Finansal Enstrümanların ve Ticaret Destek Araçlarının Artırılması ve Verimli Kullanımının Sağlanması Stratejik Hedefi	70
7. İnsan Kaynağı Eylem Alanı	72
Yüksek Verimli ve Nitelikli İnsan Sermayesinin Artırılması Stratejik Hedefi	72
İhracat Yapısının İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması Yoluyla Güçlendirilmesi Stratejik Hedefi	74
8. Mevzuat Eylem Alanı	75
İhracata Yönelik Mevzuat, Yasal Düzenleme ve Yönetmeliklerin Sektörel Öncelikler Gözetilerek Etkinleştirilmesi Stratejik Hedefi	75
9. İzleme ve Değerlendirme Eylem Alanı	76
2023 İhracat Stratejisi ve Performans Programı'nın Etkin Yönetiminin Sağlanması Stratejik Hedefi	76

1. Giriş

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 yılında Türkiye'nin ihracatını 500 milyar dolara çıkarmak ve son 10 yılda Türkiye'nin yakaladığı ihracat ivmesinin devamını sağlayarak sürdürülebilir bir ekonomi için ihracat atılımını gerçekleştirilebilmek amacıyla hazırlanmıştır.

Stratejinin temel amacı Türkiye'nin ihracat atılımına yönelik olarak belirlenen hedefler doğrultusunda bütünsel bir "Eylem Planı" oluşturmaktır. Bu çerçevede, Türkiye'yi 500 milyar dolar ihracat hedefine taşıyacak stratejik hedeflerin basit, kolay anlaşılabilir, ölçülebilir, yönetilebilir ve düzenli takibe imkan verecek bir yapıda olması amaçlanmıştır.

Türkiye'nin gerekli yapısal dönüşümleri gerçekleştirmesi durumunda, 2023 yılı sonunda 2 trilyon dolar civarında GSMH düzeyine erişmesi ve dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girmesi hedeflenmektedir. Bu hedefler çerçevesinde 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planının ana yapısı oluşturulmuştur. Dokuzuncu Kalkınma Planında da ayrıca uluslararası ticaretin giderek serbestleştiği ve bilgi ve teknoloji yoğun ürünlerde dünya ticaretinin hızlanması gelişmeleri karşısında ülkemizin dünya sanayi ürünleri imalatı değer zincirinde daha üst ve katma değeri yüksek alanlarda konumlanması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

Bu çerçevede, ekonominin rekabet gücünü artırmak üzere 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, Türkiye'nin dünyanın en büyük 10 ekonomisi içinde yer alma hedefine bir adım daha yaklaşmasını sağlamak, teknolojik dönüşümünü tamamlamış, lojistik ve mevzuat altyapısı güçlü, en yeni üretim teknolojilerine hakim, uluslararası pazarlarda güçlü bir Türkiye yaratmak hedefiyle, Türkiye'de ihracatın karşılaştığı yapısal sorunlara çözüm bulmak ve ekonomideki olası küresel, bölgesel ve yerel kırılmalara karşı önlem olarak tehditleri fırsata dönüştürmek amacıyla proaktif bir çerçevede tasarlanmıştır.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi'nde Türkiye'nin ihracatının 500 milyar dolara, dünya ekonomileri içinde 10. sıraya yükselmesi, Strateji çerçevesinde 2012-2023 yılları arasında yıllık ihracatın ortalama yüzde 11,7 artması ve dünya ihracatında Türkiye'nin yaklaşık yüzde 0,8 olan payının, 2013 yılında yüzde 0,91, 2018 yılında yüzde 1,18 ve 2023 yılında yüzde 1,46'ya ulaşması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) eşgüdümü ve ilgili kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının görüş ve katkılarıyla 2023 ihracat atılımının dinamik bir şekilde yönetilmesini teminen kamu ve özel sektör işbirliğini öngören bir yaklaşım benimsenmiştir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği ile gerçekleştirdiği Gümrük Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) taahhütleri ile bölgesel işbirliği teşkilatları ve ikili anlaşmalarla belirlenmiş yükümlülükleri de dikkate alınarak oluşturulan Strateji'nin, Dokuzuncu Kalkınma Planı, Orta Vadeli Programlar, Yıllık Programlar, Türkiye Sanayi Stratejisi Belgesi, Girdi Tedarik Stratejisi kapsamında yürütülen çalışmalar ve diğer kamu strateji belgeleriyle uyumu gözetilmiştir.

Strateji'nin oluşturulma sürecinde, Kurumsal Performans Yönetim Modeli'nin Dengeli Başarı Göstergesi Yaklaşımı (Balanced Scorecard), Türkiye'nin özel şart ve durumları dikkate alınarak kullanılmıştır. 2023 yılı ihracat hedefine ulaşmak için hangi politikalara, paydaşlara, süreçlere ve yetkinliklere gerek duyulduğunu ortaya çıkarmayı hedefleyen strateji hazırlık sürecine Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından 2009 yılında başlanmıştır.

Kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör ve sektörel derneklerin temsilcilerinin katılımıyla TİM tarafından gerçekleştirilen çalıştaylar sonucunda elde edilen veriler ışığında 2023 İhracat Stratejisi'nin ilk taslağı hazırlanmıştır. 2010 yılı Aralık ayında gerçekleştirilen Ekonomi Koordinasyon Kurulu'nda 2023 İhracat Stratejisinin bir Yüksek Planlama Kurulu Kararı olarak Kamu Strateji Belgesi haline getirilmesi kararlaştırılmış ve Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve TİM işbirliği içinde söz konusu taslak üzerinde yürütülen çalışmalar neticesinde Türkiye 2023 İhracat Stratejisi ve Eylem Planı oluşturulmuştur.

Ekonomi Bakanlığı koordinasyonunda Strateji'de belirlenmiş bulunan stratejik hedeflere ve performans göstergelerine ulaşılmasını teminen gerçekleştirilmesi gerekli olan eylemler ve bunların yerine getirilmesinden sorumlu ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlar tespit edilmiştir. Strateji'nin oluşturulma sürecinde nirengi noktası olan kamu ve özel sektör işbirliğini teminen ve Strateji'nin konunun tüm taraflarınca benimsenmesi amacıyla yönelik olarak 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı tüm sorumlu ve ilgili kuruluşlar ile paylaşılmış ve gelen görüşler dikkate alınarak nihai hale getirilmiştir.

2. Mevcut Durum

2.1. Uzun Dönemli Gelişme Perspektifinde Dünya ve Türkiye

Sanayi devrimi ile başlayan süreç, dünya tarihinde daha önce hiç görülmemeyen bir küresel bütünleşmenin gerçekleşmesini sağlamış, yaşanan gelişmelerle dünya ticaretinin milletlerin refah kapısı olarak her geçen gün önemi artmıştır. Dünya ticareti korumacılık ve serbestleşme politikaları arasında yaşanan ve dünya ekonomisinin şartlarından beslenen tartışmalar bağlamında gelişmiştir. Geçtiğimiz yüzyılda korumacılık ve serbestleşme arasında yürüyen tartışmalar giderek yerini serbestleşme amaçlı politik yaklaşımlara bırakmıştır.

1929 yılında yaşanan küresel ekonomik buhran sonrasında yükselen gümrük duvarları ve dış ticarete korumacı yaklaşım II. Dünya savaşı sonrasında giderek zayıflamaya başlamış, bu zayıflama 1980'lerde yaşanan değişimlerle daha da pekişmiştir. 1947'de kurulan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması ile bugünkü dünya ticaretinin temelleri atılmıştır. II. Dünya savaşı sonrasında uluslararası sistemde ortaya çıkan iki kutuplu dünya kuşkusuz dünya ticaretinin de gelişimine damgasını vurmuştur. 1970'lerde Japonya ve Almanya'nın küresel ekonomide yeni aktörler olarak ortaya çıkması ve bunların dış ticaret kaynaklı ekonomik performansları, dünya siyaseti kadar dünya ticaretinde de çok merkezliliğin başladığının göstergesi olmuştur.

1980'li yıllarda ortaya çıkmaya başlayan ve 1990'lı yıllarda hızlanan iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve uluslararası siyasette yaşanan değişimler son 30 yılı derinden etkilemiştir. SSCB'nin dağılması, Çin Halk Cumhuriyeti'nin liberal politikalar uygulamaya başlaması ve Avrupa'nın tek bir ekonomik blok olarak ortaya çıkması dünya ticareti açısından mühim gelişmeler olmuştur. 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulması ise dünya ticareti açısından bir diğer önemli gelişmedir.

Geçtiğimiz on yılda küresel ekonominin, tarihin en büyük hacmine ulaşması paralelinde dünya ticareti daha evvel görülmemiş büyüklüklere ulaşmıştır. Sermaye ve malların serbest dolaşımında liberal politikaların zirveye ulaştığı bu dönem, denizaşırı üretimin, delokalizasyon kavramlarının hâkim olduğu, dış ticaretin artık bölgesel bir düzeyde değil; ancak küresel bir düzeyde anlaşıldığı bir dönem olmuştur. Aynı zamanda Batı merkezli dünya ekonomisinin çok aktörlü ve çok merkezliliğe sürüklenmesine benzer bir biçimde Çin Halk Cumhuriyeti ve Hindistan'ın başını çektiği gelişmekte olan ülkeler dünya ticaretinin yapısını da değiştirmiştir. Uluslararası sermaye hareketlerinin temel hızlandırıcısı olduğu bu dönem Asya'nın yükselişine

şahit olmuş, ekonomik entegrasyonların arttığı ve serbestleşmenin hem mal, hem de hizmet ticareti düzeyinde önem kazandığı bir dönem olmuştur.

Dünya ticareti son on yılda, küreselleşmenin birleştirici dinamiklerinin paralelinde yüksek bir performans sergilemiştir. Küreselleşmenin kaldırdığı sınırlar, ulaşım ve iletişimin sınırsızlaştığı ve yoğunlaştığı bir döneme ve bölgesel entegrasyon hareketlerinin hızlanmasına sebebiyet vermiştir. Öte yandan, söz konusu dönem milli devletlerin iradesiyle küresel ticarete hükümet üstü kuruluşların daha fazla yetki sahibi olduğu bir dönem olmuştur. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) başta olmak üzere, birçok uluslararası ve bölgesel kuruluş artan fonksiyonlarıyla daha güçlü yapılara dönüşmüştür. Küreselleşmenin bölgesel entegrasyonlar yoluyla gelişmesi sonucunda son 10 yılda devletlerin imzaladıkları ikili ya da çok taraflı anlaşmaların sayısındaki artış da ticaret önündeki engellerin kalkmasına önemli ölçüde yardım etmiştir. Devletler arasında akdedilen serbest ticaret anlaşmaları bu yönde en önemli gelişmelerden birisi olmuştur. Söz konusu bu gelişmeler ticaretin yüksek hızla büyümesine sebebiyet vermiştir.

Türkiye Cumhuriyeti kurulduğu 1923 yılından beri sürekli bir değişim ve gelişim içindedir. Bu değişim ve gelişim süreci son on yılda belirgin bir şekilde hızlanmış ve ülkenin kalkınma sürecindeki yolda önemli ilerlemeler kaydetmesine vesile olmuştur. Son on yılda dünyadaki sosyal ve teknolojik alanlarda görülen ilerlemeler ülkemizde çok daha hızlı bir şekilde yaşanmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında dış ticarete ilişkin ilk gelişmelerden biri Lozan Antlaşması'na ek olarak imzalanan Ticaret Sözleşmesi ile konulan hükümlerdir. Söz konusu sözleşmeye göre Türkiye'nin dış ticarete uygulayabileceği iktisat politikaları 1923-1928 yılları arasında dondurulmuş ve bazı istisnalar hariç ithalat ve ihracat yasakları kaldırılmıştır. Bu kapsamda yeni Türkiye Cumhuriyeti ilk kez 1929 yılında bir gümrük tarifesi uygulamaya başlayabilmiştir.

Kuruluş yıllarını takip eden ve 1960'lı yıllara kadar uzanan dönemde ihracat tarım ürünleri ağırlıklı bir yapıya sahip olmuştur. Bu dönemde dış ticarete ithal ikameci eğilimleri yansıtan bir süreç yaşanmıştır.

1961–1980 arası dönem ekonomimizde planlı ekonomi dönemi olarak anılmaktadır. Bu dönemde ithal ikamesine dayalı büyüme stratejisi politikasına devam eden Türkiye hızlı bir kalkınma sürecine girmiş olsa da 1974 yılındaki dünya petrol fiyatlarının ani yükselişi ve petrol krizi sonrasında dış ticaret hadleri bozulmuş ve ödemeler dengesi sarsılmıştır.

1980 yılı başından itibaren ihracata dayalı büyüme modelinin uygulanmaya başlanmasıyla birlikte dünya ekonomisiyle entegrasyon dönemi başlamış ve dış pazarlara açılma süreci hız kazanmıştır. 1980 yılında 2,9 milyar dolar olan ihracat 2011 yılı sonunda 46 kat artış göstererek 135 milyar dolara ulaşırken ihracatın yapısında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir.

Uluslararası Standart Sanayi Sınıflandırmasına (USSS-Rev.3) göre ihracatın sektörel yapısı incelendiğinde 1980 yılı öncesindeki tarım ürünleri ağırlıklı ihracatın yerini yüzde 95,6

civarındaki ağırlığı ile sanayi ürünlerinin oluşturduğu bir yapıya bıraktığı görülmektedir. 1980 sonrası dönemde sanayi ürünleri ihracatı içerisinde ağırlığı en fazla olan sektör hazır giyim ve konfeksiyon olmuş, son yıllarda ise söz konusu sektör ile birlikte otomotiv, petrol ürünleri, demir-çelik ve makine sektörleri de ihracatta lokomotif sektörler haline gelmiştir.

1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği, Türkiye'nin dış ticaretinde önemli dönüm noktalarından biri olup, AB ile ortaklık ilişkilerimizin ekonomik dayanağını teşkil etmektedir. Gümrük Birliği neticesinde, Türkiye AB'nin ortak ticaret politikasını üstlenmiş, bu kapsamda taraflar arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri, miktar kısıtlamaları ve eş etkili tedbirler kaldırılmış, Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaya başlamıştır. Ayrıca, üçüncü ülkelere karşı uygulanan tercihli rejimler üstlenilerek tarife korumasının giderek önemini yitirdiği günümüzde dış ticarete uygulanan standartlar ve teknik mevzuat dahil bir çok düzenleme yapılmaktadır.

Gümrük Birliği sonrasında uygulamaya konulan İthalat Rejimi, Gümrük Birliği kapsamındaki yükümlülüklerimizin yanı sıra, DTÖ taahhütlerimiz ve üçüncü ülkelerle imzalanan serbest ticaret anlaşmalarının hükümleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede, sanayi ürünleri itibarıyla üçüncü ülkeler için Gümrük Birliği öncesinde yüzde 16 seviyesinde olan ortalama koruma oranı, 2011 yılı İthalat Rejimi kapsamında yüzde 4,2 seviyesine gerilemiştir.

Diğer taraftan, AB'nin tercihli rejimlerine uyum sürecinde ülkemiz 16'sı yürürlükte olan 28 adet Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalamış olup, pek çok ülke ve ülke grupları ile müzakereler ve müzakerelere başlama süreçleri devam etmektedir. STA'lar sayesinde, komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaretimizin geliştirilmesi; ihracatçılarımızın dış pazarlarda, başta AB ülkeleri olmak üzere rakipleri ile eşit şartlarda rekabet edebilmelerinin temini; karşılıklı yatırımların ve ülkemizin uluslararası rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir. STA'ların ihracat ve ithalat rakamlarındaki sonuçları incelendiğinde, 2000-2010 döneminde, genel ihracat artış oranımız yüzde 310 iken, yürürlükte olan 16 STA ülkesine ihracatımızın artış oranının yüzde 468 olduğu görülmektedir.

Öte yandan, 2002 yılından itibaren düzenli olarak sağlanan ihracat artışı kararlılıkla sürdürülen ekonomi politikaları sonucunda gerçekleşmiştir. Bu kapsamda, 2002 yılından bu yana ihracata katkı sağlayan birçok strateji ve politika etkinlikle uygulanmaktadır. Bu bağlamda anılan dönemde Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından hazırlanıp uygulamaya konulan 2004-2006 İhracat Stratejik Planı ile sağlanan başarıların ardından stratejik politika belirlemeleri aralıksız sürdürülmüştür.

2.2. Dünya Ticaretinde Yaşanan Güncel Gelişmeler

Dünya Ticaret Örgütü'nün açıkladığı rakamlara göre 2002-2011 yılları arasında küresel ticaret yüzde 177 oranında büyüyerek 13,2 trilyon dolardan 36,5 trilyon dolara yükselmiştir. Aynı dönemde dünya ihracatı yüzde 181 oranında bir büyüme potansiyeli göstermiştir. 2008 yılında önce ABD'de ortaya çıkan ve Avrupa'ya sirayet eden küresel mali kriz bu büyümeyi yavaşlatmış, 2011 yılı ise küresel dış ticaret açısından 2008 yılının üzerinde bir hacme ulaşıldığı bir yıl olmuş, ticaret hacmi 36,5 trilyon dolara ulaşmıştır.

Küresel ticaretin yüksek büyümeyi yakaladığı dönemde ihraç ürünlerinin niteliği de kuşkusuz değişmiştir. DTÖ verilerine göre, demir çelik, eczacılık ürünleri, telekomünikasyon ekipmanları ve yakıt ve madencilik ürünleri yüksek artış oranları yakalarken, tarihi küresel ticaret kadar eski olan tekstil ve hazır giyim ürünleri daha düşük büyüme oranlarında kalmıştır.

Küresel ekonomide yaşanan kabuk değişimine uygun bir biçimde küresel ticarete de yükselen trendler yeni ticaret merkezlerini ortaya çıkarmıştır. 2000'li yıllarda yaşanan gelişmeler küresel ticarete Güney-Güney eksenli ticaret kavramını ortaya çıkarttığı gibi küresel ticarete gelişmiş Batılı ekonomilerin sıralamadaki yerini geliştirmekte olan ülkelerden bazılarının almasını sağlamıştır. Nitekim, 2002 yılında dünya ihracatında beşinci sırada yer alan Çin, 2011 yılına gelindiğinde dünyanın en çok ihracat gerçekleştiren ülkesi olmuştur.

Tablo 1: 2011 Yılı Mal İhracat ve İthalatında Önde Gelen Ülkeler Ve Payları

İhracat		Pay (%)	İthalat		Pay (%)
1	Çin	10,4	1	ABD	12,3
2	ABD	8,1	2	Çin	9,5
3	Almanya	8,1	3	Almanya	6,8
4	Japonya	4,5	4	Japonya	4,6
5	Hollanda	3,6	5	Fransa	3,9
6	Fransa	3,3	6	İngiltere	3,5
7	Güney Kore	3,0	7	Hollanda	3,2
8	İtalya	2,9	8	İtalya	3
9	Rusya	2,9	9	Kore	2,9
10	Belçika	2,6	10	Hong Kong	2,8
32	Türkiye	0,74	20	Türkiye	1,31

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü

Asya'da yapılan ticaret artık Avrupa'da yapılan ticaretle boy ölçüşebilecek hacme ulaşmıştır. 2011 yılında yaşanan gelişmeler de bu değişimi doğrular niteliktedir. 2011 yılında gelişmiş ülkelerde yüzde 4,7'lik ihracat artışı yaşanırken, Asya'nın ihracatı yüzde 6,6 oranında, Hong-Kong, Kore, Singapur ve Tayvan'ın ihracatı ise yüzde 6,0 oranında büyüme göstermiştir.

2011 yılı itibarıyla miktar olarak Orta Doğu'nun ihracatı yüzde 5,4, Orta ve Güney Amerika'nın ihracatı yüzde 5,3, AB (27)'nin ihracatı yüzde 5,2, BDT'nin ihracatı yüzde 1,8 oranında artış göstermiştir. Afrika'nın ihracatı ise yüzde 8,3 oranında azalmıştır.

Tablo 2: 2010-2011 Dönemi Dünya Mal İhracatındaki Değişim (Miktar)

Bölgeler	Değişim (%)
Asya	6,6
Kuzey Amerika	6,2
Yeni sanayileşen ekonomiler (Hong Kong, Kore, Singapur, Tayvan)	6,0
Orta Doğu	5,4
Orta ve Güney Amerika	5,3
AB (27)	5,2
Gelişmiş Ülkeler	4,7
Bağımsız Devletler Topluluğu	1,8
Afrika	-8,3

Kaynak: *Dünya Ticaret Örgütü*

2011 yılı itibarıyla gelişmiş ülkelerin ithalatında yüzde 2,8'lik, gelişmekte olan ülkelerin ithalatında (BDT dahil) yüzde 7,9'luk artış gerçekleşmiştir. Bölgeler arasında yüzde 16,7 ile Asya öne çıkmıştır.

Aynı dönemde, ithalat artışı Orta ve Güney Amerika'da yüzde 10,4, Orta Doğu'da yüzde 5,3, Afrika'da yüzde 5,0, Kuzey Amerika'da yüzde 4,7, Yeni Sanayileşen Ekonomiler olan Hong Kong, Kore, Singapur, Tayvan'da yüzde 2,0, AB(27)'de ise yüzde 2,0 oranında olmuştur.

Tablo 3: 2010-2011 Dönemi Dünya Mal İthalatındaki Değişim (Miktar)

Bölgeler	Değişim (%)
Gelişmiş Ülkeler	2,8
Asya	16,7
Orta ve Güney Amerika	10,4
Orta Doğu	5,3
Afrika	5,0
Kuzey Amerika	4,7
Yeni Sanayileşen Ekonomiler (Hong Kong, Kore, Singapur, Tayvan)	2,0
AB (27)	2,0

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü

Dünya mal ihracatı 2011 yılında değer olarak yüzde 19,4 oranında artarak 18,2 trilyon dolar seviyesine yükselmiştir. 2011 yılındaki artışın en önemli nedeni temel hammaddelerin fiyatlarındaki artış olmuştur.

2011 yılı itibarıyla, dünya mal ihracatında Avrupa yüzde 37'lik bir paya sahip olmuştur. Asya'nın payı ise yüzde 31'dir. Söz konusu dönemde, dünya mal ithalatında Avrupa'nın payı yüzde 38 iken Asya'nın payı ise yüzde 31 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Tablo 4: 2011 Yılı Mal İhracat ve İthalatında Bölgelerin Payları

İhracat		Pay (%)	İthalat		Pay (%)
1	Avrupa	37	1	Avrupa	38
2	Asya	31	2	Asya	31
3	Kuzey Amerika	13	3	Kuzey Amerika	17
4	Orta Doğu	7	4	Güney ve Merkez Amerika	4
5	BDT	4	5	Orta Doğu	4
6	Güney ve Merkez Amerika	4	6	BDT	3
7	Afrika	3	7	Afrika	3

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü

Değer zincirleri ürünün özellikle emeğe dayalı üretim süreçlerindeki girdi maliyetlerinin düşüklüğüne göre farklı ülke ve bölgelerdeki tedarikçiler arasında yeniden organize edilebilmek-

te, üretim faaliyetleri lider konumda olan firmaların kararına göre bir tedarikçiden diğerine kaydırılabilmektedir. Bu durum, ülke ihracatları açısından risk teşkil edebilmektedir.

DTÖ verilerine göre 2010 yılında yüzde 13,8 seviyesinde gerçekleşen dünya ticaretindeki büyüme 2011 yılında yüzde 5 olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan, hizmetler ihracatı ise 2011 yılında yüzde 11 oranında artarak 4,1 trilyon dolar seviyesine yükselmiştir. Hizmetler ticaretinin toplam mal ve hizmetler ticareti içindeki payı 2011 yılında 1990 yılından sonraki en düşük seviye olan yüzde 18,6'ya gerilemiştir.

Küresel ticarete ilişkin beklentiler önümüzdeki dönemde de büyümenin devam edeceği yönündedir. DTÖ beklentilerine göre dış ticaretteki büyümenin son yirmi yılın ortalaması olan yüzde 5,4'ün altında kalarak 2012 yılında da yavaşlamasını sürdüreceği ve yüzde 3,7 oranında gerçekleşeceği beklenmektedir. 2013 yılında ise dünya ticaretinin tekrar hız kazanarak yüzde 5,6 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir.

2.3. Türkiye'nin Dış Ticaretinde Yaşanan Gelişmeler

İhracat odaklı büyüme stratejisi çerçevesinde yapısal değişimlerle birlikte ülkemiz son on yılda ihracatını yaklaşık 3,7 kat artırmıştır. Ülkemizde görülen hızlı büyüme ve refah artışının temelini oluşturan ihracatta yaşanan olumlu gelişmeler sadece rakamsal anlamda kalmamış ülkemizin yurt dışındaki itibarını da artırmıştır. İhracat artışının bir diğer önemli yansıması ise ülkemizin yurt dışındaki tanıtımına yaptığı müspet anlamdaki katkıdır. Yaşanan bu süreçte hem ihracat artmış hem de ülkemiz yurt dışında daha çok tanınan ve itibarı artan bir konuma geçmiştir.

Tablo 5: Dış Ticaretin Yıllara Göre Değişimi (Milyar \$)

Yıllar	İhracat		İthalat		Dış ticaret Dengesi
	Değer	Değişim %	Değer	Değişim %	
2002	36,1	15,1	51,6	24,5	-15,5
2003	47,3	31,0	69,3	34,5	-22,1
2004	63,2	33,7	97,5	40,7	-34,4
2005	73,5	16,3	116,8	19,7	-43,3
2006	85,5	16,4	139,6	19,5	-54
2007	107,3	25,4	170,1	21,8	-62,8
2008	132	23,1	202	18,8	-69,9
2009	102,1	-22,6	140,9	-30,2	-38,8
2010	113,9	11,5	185,5	31,7	-71,7
2011	134,9	18,5	240,8	29,8	-105,9

Kaynak: TÜİK

1973 yılında 1 milyar dolar seviyesine ulaşan ihracatımız, 1987’de 10 milyar doların üzerinde gerçekleşmiştir. 2002 yılında 36 milyar dolara ulaşan ihracatımızın dünya ihracatından aldığı pay yüzde 0,55 olmuştur. 2007 yılı da dış ticaretimizde önemli bir yere sahiptir. Söz konusu yılda, Türkiye gerçekleştirdiği 107 milyar dolar ihracat ile ilk defa yüz milyar dolar üzerinde ihracat yapan ülkeler arasına girmiştir.

Öte yandan, 2009 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz tüm dünyada etkisini sert bir şekilde göstermiştir. 2009 yılında tüm dünyada büyüme ve dış ticarete krizin etkisiyle keskin düşüşler yaşanmıştır. Bu dönemde ülkemiz ihracatında da düşüş görülmüştür. Buna rağmen, 2009 yılında yapılan 102 milyar dolarlık ihracat ile 100 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirme başarısı korunmuştur. 2010 yılında küresel krize karşı alınan önlemler sayesinde diğer ülkelere nazaran çok daha hızlı bir toparlanma süreci yaşanmış ve aynı yıl yüzde 11,5 seviyesinde gerçekleşen ihracat artışıyla 114 milyar dolar ihracata ulaşılmıştır. 2011 yılında ülkemiz ihracatı yüzde 18,5 oranında artış sağlayarak 135 milyar dolar ile Cumhuriyet tarihindeki en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Söz konusu yılda, ülkemiz dünya ihracatından yüzde 0,74 oranında pay alarak dünyada 22’nci sırada yer almıştır.

Tablo 6: Dünya İhracatında Türkiye’nin Yeri (Milyar \$)

Yıllar	Dünya İhracatı	Türkiye’nin İhracatı	Pay (%)
2002	6.589,9	36,1	0,55
2003	7.663,7	47,3	0,62
2004	9.417,9	63,2	0,67
2005	10.642,1	73,5	0,69
2006	12.269,6	85,5	0,70
2007	14.080,6	107,3	0,76
2008	16.404	132	0,80
2009	12.585	102,1	0,81
2010	15.231	113,9	0,75
2011	18.200*	134,9	0,74

* Geçici

Kaynak: International Trade Center

Ülkemizin 2000’li yılların başından itibaren yürüttüğü stratejilerin, son yıllarda ihracatımızda yaşanan artışta önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu bağlamda yürütülen pazar çeşitlendirmesi stratejileri sonucunda geleneksel pazarımız olan AB’nin payının düzenli olarak düşüş gösterdiği görülmektedir. Buna göre, 2002 yılında AB’nin toplam ihracatımızdaki payı yüzde 57 iken,

2011 yılında bu oran yüzde 46'ya gerilemiştir. Bu kapsamda, söz konusu ülkelerde azalan pazar payımızın yeni ihraç pazarlarına kaydığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, 2002 yılında ihracatımızdaki payı yüzde 10 olan Ortadoğu'nun 2011 yılındaki payı yüzde 21'e yükselmiştir.

Tablo 7: Ülke Gruplarına Göre İhracat (Milyon \$)

ÜLKE GRUPLARI	2002	2007	2008	2009	2010	2011
A- AB ÜLKELERİ (27)	20.415	60.399	63.390	46.977	52.685	62.350
B- TÜRKİYE SERBEST BÖLGELERİ	1.438	2.943	3.008	1.957	2.084	2.545
C- DİĞER ÜLKELER	14.206	43.930	65.622	53.208	59.114	70.020
1- DİĞER AVRUPA	2.607	10.843	15.678	11.359	11.373	12.977
2- AFRİKA	1.697	5.976	9.063	10.180	9.283	10.334
Kuzey Afrika	1.267	4.030	5.850	7.445	7.025	6.701
Diğer Afrika	430	1.947	3.212	2.735	2.258	3.633
3- AMERİKA	3.914	5.603	6.532	4.836	6.078	7.928
Kuzey Amerika	3.596	4.541	4.802	3.561	4.242	5.459
Orta Amerika ve Karayipler	197	549	829	597	598	629
Güney Amerika	121	514	901	678	1.237	1.840
4- ASYA	5.230	20.309	32.505	25.912	31.876	38.137
Yakın ve Ortadoğu	3.440	15.081	25.430	19.208	23.295	27.937
Diğer Asya	1.790	5.227	7.074	6.704	8.581	10.199
5- AVUSTRALYA VE YENİ ZELANDA	122	343	435	360	403	481
6- DİĞER ÜLKE ve BÖL.	637	857	1.410	561	102	164
GENEL TOPLAM	36.059	107.272	132.027	102.143	113.883	134.915

Kaynak: TÜİK

1996 yılında 180 ülke ve gümrük bölgesine ihracat gerçekleştirilirken, 2002 yılında bu rakam 228'e ulaşmıştır. Bu tarihten sonra, büyük oranlarda artış gösteren ihracatımıza paralel olarak ihracat yapılan ülke ve gümrük bölgesi sayısı da artmıştır. 2011 yılında 236 farklı ülke ve gümrük bölgesine ihracat yapar duruma gelinmiştir.

2002 yılında 1 milyar doların üzerinde ihracat yapan sadece 1 firmamız bulunmakta iken; 2011 yılında 1 milyar doların üzerinde ihracat yapan 11 firmaya ulaşılmıştır.

USSS-Rev.3'e göre ihracatımızı sektörler itibarıyla değerlendirdiğimizde, 2002 yılında sanayi ürünleri grubunun toplam ihracatımız içindeki payı yüzde 94,6 ve tarım ürünlerinin payı yüzde 5 olmuştur. 2011 yılına gelindiğinde ise sanayi ürünleri grubunun toplam ihracatımız içindeki payı yüzde 95,6 ve tarım ürünlerinin payı yüzde 4 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 8: Fasillara Göre İhracat (Milyon \$)

Fasıl No.	Fasıl Adı	2002	2008	2009	2010	2011
7	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet	3.304	18.327	12.252	13.813	15.803
84	Nükleer reaktörler, kazan; makina ve cihazlar, aletler, parçaları	2.142	10.259	8.133	9.413	11.560
72	Demir ve çelik	2.270	14.946	7.641	8.740	11.225
85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	2.867	7.972	6.631	7.530	8.874
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarları	4.443	7.827	6.926	7.731	8.387
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları mumlar	692	7.532	3.921	4.469	6.539
73	Demir veya çelikten eşya	1.244	5.742	4.545	4.850	5.748
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	3.254	5.327	4.295	4.636	5.125
39	Plastik ve plastikten mamul eşya	680	3.563	3.094	3.717	4.581
08	Yenilen meyvalar kabuklu yemişler, turunçgil ve kavun kabuğu	1.193	2.855	3.002	3.491	3.909
	LİSTE TOPLAMI	22.089	84.349	60.439	68.391	81.753
	TOPLAM	36.059	132.027	102.143	113.883	134.915

Kaynak: TÜİK

İhraç ürünlerimize yönelik olarak uygulanan stratejiler ile birlikte düşük teknoloji sektörlerinden orta teknoloji sektörlerine dönüşüm sürmektedir. Böylece, teknoloji yoğun sektörlerde daha rekabetçi ve katma değeri yüksek ürünler üretilmeye başlamıştır. Söz konusu stratejilerin etkileri de son on yıllık dönemde açık bir şekilde ortaya çıkmıştır. 2002 yılında ihracatımızda tekstil sektörü ilk sırayı almaktayken, 2011 yılında otomotiv ve petrol ürünleri sektörleri gibi orta ve yüksek teknoloji sektörleri ihracatımızda başı çekmektedir.

Katma değeri yüksek ve Ar-Ge odaklı üretime yönelik stratejilerin uygulanması ile birlikte ülkemiz teknoloji yoğun sektörlerde de rekabetçi bir konuma gelmiştir. Bu kapsamda, son yıllarda birçok ürünün ihracatında uluslararası başarılar elde edilmektedir. Bir örnek teşkil etmesi bakımından ülkemiz halen dünyanın 3'üncü, Avrupa'nın ise 1'inci buzdolabı; dünyanın 7'inci, Avrupa'nın ise 4'üncü ticari araç ve dünyanın 6'ncı, Avrupa'nın ise 3'üncü otobüs, midibüs, minibüs ihracatçısı konumundadır.

2.4. İhracatın Gelişmesini Destekleyen Faktörler

Ülkemiz 2002-2011 yılları arasında önemli ihracat artışı sağlamıştır. Sağlanan bu ihracat artışında son dönemde tesis edilen ekonomik istikrar ve büyüme ile geçmiş dönemlerde uygulanan makro ekonomik politikaların önemli katkısı vardır. Bu dönemde, makroekonomik istikrar korunmuş, maliye, para ve gelir politikaları uyumlu ve birbirlerini destekler şekilde yürütülmüş, kararlılıkla sürdürülen yapısal reformlar ile ekonominin dış şoklara karşı dayanıklılığı artırılmıştır.

Bu bağlamda Kalkınma Plan ve Programlarının, son dönemde uygulamaya başlanan sektörel stratejilerin ve rekabet gücünü kesen farklı alanlarda hazırlanan stratejilerin eşgüdüm içinde uygulanması ihracatımızın artmasına önemli katkılar yapmıştır.

Ekonominin rekabet gücünün artırılması, yüksek büyümenin devamlılığının sağlanması ve sürdürülebilir bir cari açık için Kalkınma Planları, Orta Vadeli Plan ve Yıllık Programlar çerçevesinde yapısal reformların gerçekleştirilmesi ve makroekonomik istikrar ortamının oluşturulması, ekonomide verimliliği artırmak üzere bilgi ve iletişim teknolojilerinin işletmelerde yaygın kullanımının temini, para ve maliye politikalarının uyumlu ve birbirlerini destekler şekilde uygulanması son derece önemlidir.

Bu çerçevede, para ve maliye politikalarının uyumlu ve birbirlerini destekler şekilde uygulanması, fiyat istikrarının sağlanması, enerji ve ulaştırma öncelikli olmak üzere altyapının kalitesinin iyileştirilmesi, ekonomide yapısal reformların sürdürülmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması, çevre yatırımlarının artırılması ile enerji arz güvenliğinin, finansal kaynaklara kolay erişimin ve gelişmiş fiziki altyapı hizmetlerinin sağlanması gibi ülkemizin uluslararası pazarlarda rekabetçiliğinin güçlendirilmesine yönelik birçok çalışmanın yürütülmesi gereklidir.

Öte yandan, pazar çeşitliliğinin artırılması, ihracatçıların maliyetlerinin düşürülmesi ve finansman sorunlarının çözülmesi konularına yönelik olarak önemli strateji ve faaliyetler yürütülmektedir:

Pazara Giriş Faaliyetleri

2009 yılında ülkemizin de aralarında bulunduğu pek çok ülkeyi etkileyen küresel ekonomik krizin etkisiyle dünya ticaretinde 2. Dünya Savaşı sonrasında görülen en büyük daralma yaşa-

nırken, bu durum uluslararası piyasalardaki rekabetin de yoğunlaşması sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle, ülkemizin de ihracattaki hedef pazarlarını yeniden yapılandırması, bugüne kadar elde ettiği kazanımları yeni açılım ve stratejilerle sürdürülebilir hale getirmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu itibarla, ihracatımız için yeni hedef pazarlar tespit edilmesi ve kısa vadede kriz nedeniyle geleneksel pazarlarımızdaki daralmanın ihracatımıza etkilerinin azaltılması temel hedefi doğrultusunda, küresel kriz döneminde büyümeye devam eden ve dış ticaret hacimlerinde önemli gerileme görülmeyen ülkelerle ilgili olarak analizler ve çalışmalar yapılmıştır.

Bu çalışmalar neticesinde, ilk olarak 2010–2011 dönemi için ABD, Çin, Rusya, Hindistan, Brezilya, Kanada, Polonya, Nijerya, Mısır, İran, Suudi Arabistan, Cezayir, Libya, Ürdün ve Katar “hedef ülkeler” olarak belirlenmiştir.

Hedef Ülkeler için söz konusu pazarların kendilerine özgü nitelikleri dikkate alınarak 2010 ve 2011 yılları için ayrı ayrı olmak üzere ilgili pazarlarda gerçekleştirilecek belirli bir takvime bağlanmış faaliyetlerin yer aldığı yıllık “Eylem Planları” hazırlanmış ve uygulamaya konulmuştur. Bu çalışmalar neticesinde 2009–2011 döneminde, 15 Hedef Ülke arasında yer alan Brezilya’ya (yüzde 127,7), Kanada’ya (yüzde 158,8), Rusya’ya (yüzde 88), İran’a (yüzde 77,3), S. Arabistan’a (yüzde 56,3), Çin’e (yüzde 54,2), Nijerya’ya (yüzde 53,2), ABD’ye (yüzde 41,9) ve Hindistan’a (yüzde 84,8) oranlarında ihracat artışı sağlanmıştır. Bu ülkelere ihracatımız genel ihracat artışımızın oldukça üzerinde bir performans sergilemiştir.

Bu itibarla, 2010–2011 yılları için belirlenen hedef ülkelerin değişen küresel ekonomik, sosyal ve hatta siyasi şartlar çerçevesinde yeniden gözden geçirilmesi ve 2012–2013 dönemi Hedef Ülkelerin tespit edilmesi ihtiyacı çerçevesinde Ekonomi Bakanlığı bünyesindeki çalışmalar sonucunda, 2012–2013 dönemi için de 17 Hedef Ülke belirlenmiş bulunmaktadır. Bu kapsamda, önümüzdeki iki yıllık dönem için ÇHC, Rusya, Hindistan, ABD, Polonya, Brezilya, S. Arabistan, İran, Nijerya, Mısır, Libya, Endonezya, Irak, Kazakistan, Ukrayna, Japonya ve Güney Afrika Cumhuriyeti’nin Hedef Ülke olması kararlaştırılmıştır.

Öte yandan, ihracatçılarımızın pazarlara daha rahat girebilmeleri, iş bağlantıları gerçekleştirebilmeleri, hedef pazarlardaki potansiyel ithalatçılarla doğrudan bağlantı kurabilmeleri amacıyla ticaret ve alım heyeti programları ve fuar organizasyonları düzenlenmektedir. Söz konusu programlar sayesinde ihracatçılarımız ürünlerini doğrudan tanıtmaya ve dünya pazarları hakkında detaylı bilgi edinme imkanı bulmaktadırlar.

Buna ilaveten ihracatçılarımızın yeni pazarlara açılmak ve mevcut pazarlardaki paylarını korumak amacıyla mevcut pazarlama ve tanıtım enstrümanlarını çeşitlendirmek, yenilemek ve güçlendirmek gerekmektedir. Söz konusu yurt dışı pazarlama ve tanıtım faaliyetleri ise üst düzey organizasyon becerisi, network bilgisi ve finansman gücü gerektirmektedir. Bu bakımdan, büyük çaplı tanıtım faaliyetlerinin ihracatçılar tarafından bireysel olarak yapılması yerine tanıtım grupları tarafından yapılması daha uygun olmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı'nın koordinasyonu ve desteği ile oluşturulan sektörel tanıtım grupları kurumsal yapıları, uzun vadeli tanıtım ve pazarlama stratejileri ile yurt dışı tanıtım ve pazarlama anlamında öne çıkmaktadır.

Destek Programları

"10 yılda 10 dünya markası" vizyonu ile ortaya konan bir markalaşma programı olan TURQUALITY® Programı ile küresel rekabette kendi markalarıyla yarışan dünya markalarının yaratılması hedeflenmektedir. Türk malı imajının geliştirilmesi ve Türk markalarının küresel arena da rekabet edebilmeleri gayesiyle TURQUALITY® ve marka destek programlarına önem verilmektedir. Öte yandan, ihracatçılarımızın rekabet yeteneklerini ve donanımlarını geliştirmeye yönelik istihdam, tasarım, eğitim ve çevre maliyetlerinin azaltılmasına yönelik destek programları yürütülmekte, yurtdışı pazar araştırması ve pazara giriş destekleri sağlanmaktadır. Bu kapsamda, ihracata yönelik devlet yardımları, firmaların daha fazla ihracat yapabilmeleri ve ihracatlarında sürekliliğin sağlanabilmesi amacıyla daha kurumsal bir yapıda yeniden düzenlenmiştir.

Diğer taraftan, kümelenme anlayışı ve proje yaklaşımı çerçevesinde şirketlerimizin proje bazlı eğitim ve/veya danışmanlık, istihdam, yurt dışı pazarlama veya alım heyeti ve bireysel danışmanlık programlarının birbirine bağlı şekilde uygulanabileceği bütünlüklü bir destek mekanizması yürütülmektedir.

Yurt Dışı Temsilcilikler

Küresel ticaretin gerekleri çerçevesinde bilginin hızlı aktarımı ve sorunlara proaktif yaklaşımlar çok hayati bir konumdadır. Dünyanın hemen hemen her yerinde bulunan Ticaret Müşavirleri ve Ataşeleri, ihracatçılarımız ve ilgili ülkelerdeki ithalatçılar arasında bir köprü konumdadır. Farklı coğrafyalara yayılma ve yeni pazarlara giriş politikalarımız kapsamında ilgili ülkelerde bulunan yurt dışı temsilciliklerimiz önemli bir rol oynamakta olup, Ticaret Müşavir ve Ataşelerimizin sayısında son 3 yılda 3 kattan fazla artış sağlanmıştır.

Eximbank Kredileri

2023 yılı İhracat Stratejimizde önemli paydaşlarımızdan biri olan Türk Eximbank, ihracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması ve girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılar ile yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence kazandırılması, yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesine yönelik olarak, orta ve uzun vadeli ülke kredileri ile ihracat kredi sigortası ve garanti faaliyetlerine ağırlık vererek ihracatçılarımızı desteklemektedir. Banka tarafından, 2011 yılında ihracat sektörüne toplam 12,4 milyar dolarlık destek sağlanmış olup, söz konusu desteğin,

2012 yılı için yüzde 65 oranında artırılarak 20 milyar doların üzerine çıkarılması hedeflenmektedir. Böylelikle ihracatımıza sağlanan yüzde 9'luk finansal destek yüzde 14'e ulaşacaktır.

Rekabet şartlarının zorlaştığı, küresel belirsizlik ve risklerin her an ortaya çıkabildiği günümüzde, Türk Eximbank tarafından ihracatçılarımızın hizmetine sunulan ihracat kredi sigortası programının önemi giderek artmaktadır. Bu kapsamda, ihraç ettikleri mal bedelleri, ticari ve politik risklere karşı belirli oranlarda teminat altına alınan ihracatçılarımız, hem edindikleri poliçelerini teminat olarak göstererek ticari bankalardan daha rahat kredi temin edebilmekte, hem de düzenli finansman imkânına erişebilmektedir. Bu kapsamda, 2011 yılında sigorta/garanti programları çerçevesinde, ihracatçılarımıza 5,8 milyar dolar destek sağlanmıştır.

Yeni Teşvik Sistemi

Küresel ekonomik sisteme entegrasyonla birlikte ihracat artışına dayalı büyüme ihtiyacı kaçınılmaz olmuştur. Zorlu rekabet şartlarında küresel talep kusursuza en yakın ürün ve hizmete yönelmektedir. Bunun için, sürdürülebilir ihracat artışı sağlayacak rekabetçi yapının geliştirilmesi, girişimciliğin ve yenilikçiliğin desteklenmesi, dünya standartlarında, katma değeri yüksek ürünler sunulması ve markalaşmaya gidilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu kapsamda, dinamik bir anlayışla hazırlanan Yeni Teşvik Sistemi, il bazlı bölgesel teşvik sistemiyle, ülkemizde yatırım havzalarının oluşmasını, kümelenmenin sağlanmasını, lokomotif sektörlerin desteklenmesini ve maliyetlerin azaltılmasını hedeflemektedir. Bu sistemle, büyüme potansiyeli olan sektörlerimizin ara malı ithalat bağımlılığını azaltacak, teknoloji ve Ar-Ge kapasitesini artırarak uluslararası alanda rekabet üstünlüğüne sahip olmalarını sağlayacak büyük ölçekli ve stratejik yatırımların ülkemize çekilmesi planlanmaktadır.

2.5. İhracatın Performansını Etkileyen Başlıca Alanlara İlişkin Değerlendirmeler

Küresel kriz ortamına rağmen Türkiye, 2011 yılında yüzde 8,5'lik rekor büyüme oranıyla dünyanın en fazla büyüyen ekonomilerinden biri olmuştur. Türkiye, Uluslararası Para Fonu'nun Mayıs 2012 tarihli Dünya Ekonomik Görünüm Raporu veri tabanı kullanılarak yapılan hesaplamalarda satın alma gücü paritesine göre Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) sıralamasında 16. sırada yer almaktadır.

DTÖ 2011 yılı verilerine göre, ülkemiz mal ihracatında, AB tek ülke sayıldığında, dünyada 22. sırada, hizmetler ihracatında ise 17. sırada bulunmakta ve dünyada 236 ülkeye/gümrük bölgesine ihracat gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'nin geleneksel ticaret ilişkilerinin küreselleşmenin yarattığı değişimin ışığında yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Pazar çeşitliliğinin sağlanması suretiyle söz konusu değişimin yaratması muhtemel olumsuz etkilerinin azaltılabileceği açıktır.

Günümüzde üretimin küreselleşmesi ve dış pazarlara açılım, taşıma maliyetlerini önemli bir rekabet unsuru haline getirmektedir. Ülkemiz Avrupa'nın en büyük TIR filolarından birine sahip olmasına rağmen demir ve denizyolları gibi önemli maliyet avantajı sağlayan alternatif taşımacılık yöntemlerini etkin kullanamadığı için uluslararası rekabette sıkıntı çekmektedir.

Diğer taraftan, günümüz küresel ekonomisinin önde gelen gerçeklerinden biri de rekabetçiliğin ülkelerin dış ticaret ve ekonomik kapasitelerini ileriye taşımada önemli bir unsur olduğudur. Ancak, rekabetçilik düzeyinde ülkemiz istenilen seviyelere gelememiştir. Nitekim 2011 yılı için hazırlanan Küresel Rekabetçilik Endeksi'nde (Global Competitiveness Index) Türkiye 59. sırada yer almaktadır. Önümüzdeki dönemde Türkiye ekonomisinin rekabetçi bir yapıya kavuşturulması, dış ticaret hedeflerine ulaşmasında itici bir güç olacaktır.

Türkiye, Doğu ve Batı'nın ikiye ayrıldığı noktada bir köprü işlevi görmekte, iki farklı dünyayı birleştirmek ülkemize önemli bir coğrafi avantaj sağlamaktadır. Konumu itibarıyla Türkiye'den bir taraftan gelişmiş Batılı ekonomilere ulaşılabilirken, diğer taraftan ise Ortadoğu ve eski Sovyet coğrafyasına erişilebilmekte, bu coğrafi avantaj, Türkiye'nin konumunu merkezileştirmekte ve dış ticarete pazar çeşitlendirmesine imkân vermektedir.

En önemli ticaret partnerimiz olan Avrupa Birliği'nde etkisinin halen görüldüğü küresel ekonomik kriz, Ortadoğu'da yaşanan siyasi karışıklıklar ve bu bağlamda istikrarlı bir seyir izlemeyen petrol fiyatları dünya ekonomisinde belirsizlikleri de beraberinde getirmektedir. Ortaya çıkan bu istikrarsız sürecin, ihracat performansımızı olumsuz yönde etkileyeceği muhtemeldir.

Diğer taraftan, ihracata dönük üretim yapımızın büyük ölçüde ara malı ve hammadde ithalatına bağımlı olduğu görülmektedir. Söz konusu bağımlılığı azaltmak amacıyla Ekonomi Bakanlığı bünyesinde İhracata Dönük Üretim Stratejisi Eylem Planı yürütülmektedir. Eylem Planı ile dünya girdi kaynaklarındaki belirsizliklerin, girdi tedarik kaynaklarında ülke/bölge bazlı bağımlılık gibi dengesizliklerin, girdi niteliğindeki doğal kaynakların geleceğine dair kaygıların, emtia piyasalarındaki gelişmelerin girdi fiyatları üzerinde oluşturacağı dalgalanmaların yaratacağı riskler minimize edilmeye çalışılmaktadır.

Son yıllarda ekonomik büyümeleri ile dikkat çeken Çin, Güney Kore gibi Asya Pasifik ülkelerinin dünya ticaretinden aldıkları paylar artış göstermektedir. Ayrıca, anılan ülkeler tarafından AB ile serbest ticaret anlaşması imzalanması hususunda politikalar yürütülmektedir. Bahse konu sürecin, başta AB pazarı olmak üzere yurt dışı pazarlardaki ihracat paylarımızı olumsuz yönde etkilemesi muhtemeldir.

Ticarete şeffaflığın sağlanmasının en etkin yolu korumanın tarifeler yoluyla yapılmasıdır. GATT, tarife dışı engellerin bazı istisnalar dışında tümüyle yasaklanmasını, tarifelerin de giderek azaltılmasını öngörmektedir. Ancak, son dönemde pazara giriş engelleri olarak sayılan tarife dışı engellerin ülkeler tarafından yaygın bir şekilde kullanıldığı, çok taraflı ticaret anlaşmaları, bölgesel ticaret anlaşmaları veya diğer ikili anlaşmalarda yer alan kurallara uyulmadığı göze çarpmaktadır.

Diğer taraftan, sürdürülebilir bir ihracat seviyesine ulaşmakta en önemli sorunlardan birisi de kuşkusuz küresel boyutta tanınan, talep edilen markalara sahip olabilmektedir. Ülkemizin ihracat ürünlerinden elde ettiği katma değer artırılması için gerekli seviyede uluslararası markası bulunmamakta, bu sebeple aynı kalitedeki ürünlerimiz markalı ürünlere göre daha düşük fiyatla ihracat edilmektedir.

Dış ticaretimizde var olan sorunlardan diğeri de, ülkemizde sevk öncesi ve sevk sonrası kısa/uzun vadeli finansman yetersizliğidir. Söz konusu bu sorun, uluslararası rekabetin şartları ve diğer ülkelerin imkânlarıyla karşılaştırıldığında, ülkemiz ihracatçısının iş yapma imkânlarını kısıtlayan bir unsur olarak kendini göstermektedir.

İmalat sanayiinin yapısında orta teknoloji sektörlerine doğru dönüşüm devam etmektedir. 2000'li yıllarda Çin ve Hindistan gibi ucuz emek gücüne sahip ülkelerle tekstil, giyim, deri gibi geleneksel sektörlerde rekabet güçleşmiştir. Buna karşılık otomotiv, makine, beyaz eşya, ana metal ve petrol ürünlerindeki ihracat artışları, orta teknoloji sektörlerinin üretim ve ihracattaki payının artmasında etkili olmuştur. Ancak, AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında yüksek ve orta-üstü teknoloji sektörlerinin payı hala düşük kalmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı tarafından yürütülen kapsamlı stratejiler neticesinde AB pazarına bağımlılığımızın düşüş trendi göstermeye başlaması, ülkemizin coğrafi konumu itibarıyla gelişmiş ülke pazarlarına olan yakınlığı, Ortadoğu, Afrika ve Güney Amerika'ya ihracatımızın ciddi oranda artış kaydetmesi ve önemli ihracat pazarlarımızda kişi başı gelirin yüksek olması, anılan tehditlerin olumsuz etkilerini bir parça da olsa telafi eden hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır. 2011 yılında ihracatımızın yüzde 18,5 oranında artarak, Orta Vadeli Program hedefinin üzerine çıkmasında anılan hususların etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Ekonomi Bakanlığı bünyesinde gerek pazar çeşitlendirilmesi çalışmaları ve marka, kalite, tasarım odaklı yürütülen ihracatı artırmaya yönelik diğer çalışmalar, gerekse ihracat pazarlarımızda ihracatımıza karşı alınan önlemlerin bertarafına yönelik çalışmalar ile ortaya çıkan olumsuzlukların giderilmesi amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda, ihracatımızın önünde engel teşkil eden bu uygulamalara karşı, gerekli veriler ve bilgiler temin edilerek gerek DTÖ gibi çok taraflı müzakere platformlarında gerekse ikili görüşmelerde sorunların çözümüne ilişkin proaktif politikalar yürütülmektedir.

3. Stratejik Vizyon ve Hedefler

Türkiye'nin 2007-2013 dönemini de kapsayan 2001-2023 dönemine ait Uzun Vadeli Strateji çerçevesinde hazırlanan Dokuzuncu Kalkınma Planı'nın vizyonu, "İstikrar içinde büyüyen, gelişimini daha adil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen, AB'ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye"dir.

Bu genel vizyon çerçevesinde; Türkiye Sanayi Stratejisi'nin uzun dönemli vizyonu, "Orta ve yüksek teknolojlü ürünlerde Avrasya'nın üretim üssü olmak", genel amacı ise "Türk sanayisinin rekabet edebilirliğinin ve verimliliğinin yükseltilerek, dünya ihracatından daha fazla pay alan, ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve ileri teknolojlü ürünlerin üretildiği, nitelikli işgücüne sahip ve aynı zamanda çevreye ve topluma duyarlı bir sanayi yapısına dönüşümünü hızlandırmak" olarak belirlenmiştir.

Ülkemizin bu temel strateji ve politika dokümanlarında öngörülen perspektife paralel olarak **2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nın vizyonu, 2023 yılında 500 milyar dolar ihracata ulaşarak ülkemizin dünya ticaretinde lider ülkeler arasında yer almasıdır.**

Ölçülebilir bir vizyon niteliği de taşıyan ve kamu ve tüm kesimlerce ulaşılması hedeflenen 500 milyar dolarlık ihracat hedefindeki esas gaye, ihracatımızın üretim yapısının modernize edilerek günümüz ve geleceğin ticaret dünyasının taleplerine cevap verebilir ileri teknoloji ve Ar-Ge'ye dayalı esnek bir yapıya kavuşmasını sağlamaktır.

Bu sayede, 2023 yılında 34,3 trilyon dolar büyüklüğe ulaşması beklenen dünya ihracatından ülkemizin yaklaşık yüzde 1,5 pay alabilmesi ve ülkemizin dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasında yer alması hedeflerine ulaşılabilecektir. Bu durum Türkiye'nin günümüze göre dünya ihracatındaki payının yaklaşık iki katına çıkarılması anlamına gelmektedir.

Ayrıca, ülkemiz ihracatının gelecek vizyonunda önemli pay sahibi olacak yeni ürün ve teknolojilerin getireceği sürdürülebilir girdi tedarik ihtiyacının belirlenerek güvence altına alınması ile bunların uygun politika araçlarıyla uygulanması hedeflenmektedir.

Uygulanmakta olan ihracat politikaları yukarıda bahsi geçen diğer kamu politika ve düzenlemeleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle, Stratejinin etkin koordinasyonunun sağlanması ve

uygulamaların öngörülen süre içerisinde tamamlanması açısından 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nın hazırlanma aşamasında olduğu gibi uygulanması aşamasında da Stratejinin uygulayıcısı veya ilgisi konumunda bulunan tüm kurum ve kuruluşlarca sahiplenilmesi ve benimsenmesi kritik öneme sahiptir.

Bu doğrultuda, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda kamu ve özel sektör işbirliği sonucunda hazırlanmıştır. Stratejide eylemlerin gerçekleştirilmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi ve ilgili kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonun sağlanmasından sorumlu birçok kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşu yer almaktadır.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, 2012-2023 dönemini kapsamaktadır. Strateji, ihracat hedefine ulaşmak için, hangi politikalara, paydaşlara, süreçlere ve yetkinliklere ihtiyaç olduğu tespit edilerek, izleme değerlendirme, iç ve dış gelişmeler ışığında güncelleme ve revizyonların yapılabilmesini teminen 3 aşamada 4'er yıllık dönemler halinde tasarlanmıştır. Stratejinin ilk aşamasını 2012-2015, ikinci aşamasını 2016-2019 ve son ve üçüncü aşamasını 2020-2023 dönemi oluşturmaktadır. Dönemlerin bitiminde Stratejinin güncellenerek bir sonraki döneme ilişkin revize edilen versiyonunun yeniden yayımlanması planlanmaktadır.

Stratejinin uygulamaya aktarıldığı ilk dönem olan 2012- 2015 döneminde kısa vadeli projeler ele alınırken, 2012-2019 döneminde orta, 2012-2023 döneminde uzun vadeli projeksiyonlar yer almaktadır.

Stratejinin performans programında yer alan öngörüler hazırlanırken, dünya ekonomisi, dünya ticareti, dünya ihracat pazarları hakkında yayımlanan en güncel kısa, orta ve uzun dönemli varsayımlar ile eğilim ve tahminleri ortaya koyan uluslararası kaynaklardan yararlanılmıştır. Türkiye özelinde ise 2023 yılına kadar olan döneme ilişkin olarak 2009 ve 2010 yıllarında gerçekleştirilen çalıştaylar sonucunda hazırlanan sayısal öngörüler ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin "Türkiye'nin İhracat Stratejisi İçin Küresel ve Sektörel Öngörüler 2023" çalışması geleceğe yönelik tahminlerin temel girdilerini oluşturmaktadır.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planında pazar payı, yatırım-altyapı, çevre, teknoloji, işbirlikleri, finansman, insan kaynağı, mevzuat ve izleme ve değerlendirme olarak belirlenen ve ihracatın üretimden malın teslimine kadar her aşamasını kapsayıcı nitelikte olan 9 eylem alanı başlığı altında ihracatımızın gelecekte karşılaşacağı risklerin en aza indirilmesi ve fırsatların değerlendirilmesi, ihracatçımızın uluslararası pazarlarda rekabet güçlerinin artırılması ile bu amaçla ihracatçılara sağlanan kredi imkanlarının genişletilmesi ve benzeri konularda ihracatçılarımızın imkanlarını genişletecek 19 stratejik hedef bulunmaktadır.

Her bir eylem alanının altında en az bir stratejik hedef yer almakta olup, bu hedefler:

1. Pazar Payı

- Mevcut Pazar Paylarının Artırılması
- Yüksek büyüme Potansiyeli Olan Hedef Pazarlarda Pazar payının Artırılması

- İhracatçı Sayısının ve İhracat Kapasitesinin Artırılması
 - Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması
 - İhracatçıların Küresel Alanda Rekabetçiliklerinin Artırılması
2. Yatırım-Altyapı
- Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına Yönelik Lojistik Altyapısının Güçlendirilmesi
 - Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına ve Rekabetçi Üretim Koşullarının Oluşturulmasına Yönelik Yatırım Ortamının İyileştirilmesi
 - Dış Ticarete Konu Olan Alanlarda Yabancı Yatırımcının Ülkemize Çekilmesi
 - Doğru Bilgi ve Pazar İstihbaratına Hızlı Erişimin Temin Edilmesi
 - İhracatın Katma Değerini Artırmak Amacıyla Yerli Hammadde ve Aramalı Tedarikinin Geliştirilmesi
3. Çevre
- İhracat Yapısının Çevre ve Sürdürülebilir Büyümeye İlişkin Yükümlülüklerle Uyumlandırılması
4. Teknoloji
- İhracatta Yenilikçilik ve Ar-Ge'ye Yönelik Yatırım ve Uygulamalar ile İleri Teknolojili Ürün İhracatının Artırılması
5. İşbirlikleri
- İkili ve Çoklu Uluslararası Ticaret İşbirliklerinin Güçlendirilmesi
 - İhracatçıların Kamu – Özel Sektör – STK'lar – Üniversite ile İlişkilerinin Geliştirilmesi
6. Finansman
- Finansal Enstrümanların ve Ticaret Destek Araçlarının Arttırılması ve Verimli Kullanımının Sağlanması
7. İnsan Kaynağı
- Yüksek Verimli ve Nitelikli İnsan Sermayesinin Artırılması
 - İhracat Yapısının İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması Yoluyla Güçlendirilmesi
8. Mevzuat
- İhracata Yönelik Mevzuat, Yasal Düzenleme ve Yönetmeliklerin Sektörel Öncelikler Gözetilerek Etkinleştirilmesi
9. İzleme-Değerlendirme
- 2023 İhracat Stratejisi ve Performans Programı'nın Etkin Yönetiminin Sağlanması

olarak belirlenmiştir.

Eylem alanlarının altında yer alan her bir stratejik hedef için performans göstergeleri belirlenmiştir. Dördüncü Bölümde tamamı yer alan performans göstergelerinin başlıcaları aşağıda özetlenmiştir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nda mevcut pazar paylarının artırılması stratejik hedefi başlığı altında dünyada en fazla ithalat gerçekleştiren ilk 40 ülkede 2011 yılında yüzde 0,6 seviyesinde olan pazar payının 2023 yılı itibarıyla yaklaşık 2 kat artışla yüzde 1,25 seviyesinde hedeflenmesiyle dünya ithalatının en önemli bölümünü gerçekleştiren ülkelerde ihracatçılarımız, daha rekabetçi konumda varlıklarını sürdüreceklerdir. Ayrıca 2011 yılı itibarıyla 25 milyar dolar üzeri ihracat yapan sektörümüz bulunmaz iken 2023 yılında 7 ayrı sektörümüzün ihracat kapasitesini geliştirmesi ve 25 milyar dolar ihracatın üzerine çıkarılması hedeflenmektedir.

Bu minvalde, yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlarda pazar payının artırılması stratejik hedefi başlığı altında belirlenen ve 2011 yılında yalnızca 1 olan "10-25 milyar dolar ihracat yapılan ülke sayısı" göstergesinin 2023 yılında 7 olarak belirlenmesi de 2023 Türkiye İhracat Stratejisinin pazar ve ülke çeşitlenmesine verdiği önemi göstermektedir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı'nın bir diğer önemli hedefi de ihracatçı sayısı ve ihracat kapasitesinin artırılması hedefidir. Bu başlık altındaki en önemli göstergelerden biri de ihracatçı sayısının 2023 yılına kadar iki kat artarak 100.000 rakamına ulaşmasıdır. Böyle bir hedef ekonomimizin bel kemiğini oluşturan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) yurt içi üretimin yanı sıra ihracata da yönelmesiyle mümkün olacaktır. Bu sebeple 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında, başta KOBİ'ler olmak üzere ihracatçı firmaların, üretim alt yapıları ile Ar-Ge ve inovasyon yeteneklerini geliştirerek uluslararası pazarlarda rekabet güçlerinin artırılması, ihracata yönlendirilmeleri ve uluslararası pazarlarda tanınmalarının sağlanması hedeflenmektedir. İhracatçılarımızın rekabet yeteneklerini artırmaya, marka oluşturmalarına ve pazarlarda tutunmalarına yönelik olarak günümüz ihtiyaç ve eğilimlerine göre şekillendirdiğimiz destek programlarının kapsam ve çeşitliliğinin Strateji bağlamında genişletilmesi planlanmaktadır.

Türk markalarının bilinirliğinin artırılması stratejik hedefi altında belirlenen Ulusal Marka sıralamasında (endeks) ülkemizin 2011 yılında 30. sıradan 2023 yılında 15. sıraya yükselmesi hedefinin gerçekleşmesine yönelik Türk malı imajını iyileştirmek ve tasarıma yönelmek için yapılacak diğer çalışmalar sonucunda geliştirilecek olan ihracatta katma değer üretiminin önemli bir unsuru olan markalaşma sağlanacaktır.

İhracatçıların küresel alanda rekabetçiliklerinin artırılması stratejik hedefi başlığı altında 2011 yılında 2 olarak gerçekleşen "dünyada en çok ihracatı yapılan 25 ürün grubu içinde (27. fasıl hariç) ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısının 5'e yükselmesi hedeflenmektedir.

İhracatın katma değerini artırmak amacıyla yerli hammadde ve aramalı tedarikinin geliştirilmesi stratejik hedefi başlığı altında ihracatın aramalı ithalatını karşılama oranı, ihracatın "enerji dışı" aramalı ithalatını karşılama oranı, DİR kapsamında yapılan ihracatın toplam ihracata oranı gibi ülkemizin ihracatını makro düzeyde analiz edilebilen göstergelerde kayda değer iyileşmeler hedeflenmektedir.

2023 Türkiye İhracat Stratejisi'nde ihracat yapısının çevre ve sürdürülebilir büyümeye ilişkin yükümlülüklerle uyumlandırılması Stratejik hedefi başlığı altında belirlenen BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne imza atmış olan firma sayısı ("United Nations Global Compact") göstergesi "yeşil üretimin" öneminin her geçen yıl arttığı dünya ticaretinde daha fazla ihracatçımızın uluslararası kuruluşlarca belirlenen çevre standartlarında üretim yapabildiğini gösterecek ve ihracat ürünlerimizin rekabetçiliği artacaktır.

İhracatta yenilikçilik ve Ar-Ge'ye yönelik yatırım ve uygulamalar ile ileri teknoloji ürün ihracatının artırılması stratejik hedefi başlığı altında ise Ar-Ge harcamalarının toplam GSYH'ye oranı, toplam özel sektör Ar-Ge harcamaları, özel sektör Ar-Ge harcamalarının toplam ihracata oranı ve üniversite-sanayi işbirliği içinde yapılan toplam proje sayısı gibi kamu, özel sektör ve üniversitelerin araştırma ve geliştirme faaliyetlerine verdiği önemi ölçebilecek somut göstergeler de Stratejide yer almaktadır.

"Finansal enstrümanların ve ticaret destek araçlarının artırılması ve verimli kullanımının sağlanması" stratejik hedefinin altında yer alan kısa vadeli Eximbank ihracat kredileri, orta-uzun vadeli kredi programları kapsamında kullanılan krediler ve sigorta programının genişletilmesi konularına ilişkin hedefler ihracatçılarımıza sağlanan finansman olanaklarının artırılmasına verilen öneme işaret etmektedir.

Stratejide hedeflenen yatırım ortamının iyileştirilmesi ve yatırımcıların ülkemize çekilmesi hedeflerine yönelik olarak ülkemizin yerli ve yabancı yatırım potansiyelinin yükseltilmesi ve kapasite artışına yönelik yatırım teşviklerinin artırılması amaçlanmaktadır. Yeni yatırımlar sonucunda doğacak enerji ihtiyacını karşılamak üzere ülkemizdeki toplam kurulu enerji gücünün artırılması da belirlenen hedefler arasındadır. Diğer taraftan, sanayide verimlilik artışını sürdürebilmek ve teknoloji yoğun bir yapıya geçiş için doğrudan yabancı yatırımlardan yararlanılması çerçevesinde yabancı yatırımların ülkemize çekilmesi ve ihracat yapan yabancı yatırımcı sayısında artış sağlanarak dünya toplam doğrudan yabancı yatırımlarından ülkemizin aldığı payın binde 73'ten yüzde 2'ye çıkarılması amaçlanmaktadır.

Stratejinin koordinasyonunun önemi sebebiyle 2023 İhracat Stratejisi Koordinasyon Kurulu'nun ihdas edilmesi ve söz konusu Kurul'da 2023 Türkiye İhracat Stratejisi'nde yer alan eylemlerin uygulama ve izlenmesinden sorumlu kuruluşların görev almaları kararlaştırılmıştır. Başbakanlık Genelgesi ile oluşturulacak olan Kurul'un sekretaryası Ekonomi Bakanlığı tarafından yürütülecek olup, Kurul; Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı; Maliye Bakanlığı; Dışişleri Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı; Milli Eğitim Bakanlığı; Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı; Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı; Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı; Hazine Müsteşarlığı; T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı; Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK); Eximbank; Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'nin üst düzey temsilcilerinden oluşacaktır.

4. Performans Göstergeleri

MAKRO GÖSTERGELER

MAKRO STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2012	2013	2014	2015	2019	2023
	Performans Göstergesi							
Sürdürülebilir İhracat Artışının Sağlanması	1-İhracat (Milyar \$)*		148,5	165,7	185,1	206,8	321,9	500
	2-Yıllık ihracat artış oranı (%)		10,0	11,6	11,7	11,7	11,7	11,7

* 2012-2014 yıllarında Orta Vadeli Program (2012-2014) rakamları esas alınmıştır. Konjonktürel dalgalanmalara bağlı olarak yıllık rakamlar farklılaşabilir.

MİKRO GÖSTERGELER
PAZAR PAYI

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023		
		Performans Göstergesi											
1	Mevcut Pazar Paylarının Artırılması	1) Mevcut pazarlardaki pazar payı – Dünya ilk 40 ülke (%)		0,55	0,62	0,6	0,65	0,7	0,75	1,03	1,25		
		2) 1-10 milyar \$ ihracat yapan sektör sayısı		16	16	15	15	14	14	14	14	9	
		3) 10-25 milyar \$ ihracat yapan sektör sayısı		16	15	15	15	14	14	14	14	14	9
		4) 25 milyar \$'in üzerinde ihracat yapan sektör sayısı		-	-	1	1	1	1	1	1	6	7
2	Yüksek Büyüme Potansiyeli Olan Hedef Pazarlarda Pazar Payının Artırılması	1) İhracatımızda ilk 20'de yer alan ülkelerdeki pazar payımız		0,98	0,94	1,05	1,1	1,15	1,2	1,35	1,5		
		2) 1-10 milyar \$ ihracat yapılan ülke sayısı		27	29	31	33	34	36	43	44		
		3) 10-25 milyar \$ ihracat yapılan ülke sayısı		1	1	1	2	3	5	6	7		
		4) 25 milyar \$'in üzerinde ihracat yapılan ülke sayısı		0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
3	İhracatçı Sayısının Ve İhracat Kapasitesinin Artırılması	1) İhracatçı sayısı		50.000	51.285	50.000	51.000	53.000	55.000	60.000	70.000		
		2) 1 milyar \$ üzerinde ihracat yapan firma sayısı		9	12	14	15	18	20	30	50		
		3) 1-10 milyar \$ ihracat yapan il sayısı		12	12	13	13	14	15	18	22		
		4) 10-25 milyar \$ ihracat yapan il sayısı		1	2	2	2	3	4	2	3		
		5) 25 milyar \$'in üzerinde ihracat yapan il sayısı		1	1	1	1	1	1	1	3	4	
		6) İlk 1000 ihracatçının toplam ihracat içindeki payı		64,8	65	64	63	62	60	55	50		

4	Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması	1) Ulusal Marka sıralaması (endeks) Nation Brands Index 2) Marka Destek Programı kapsamında desteklenen marka sayısı 3) Turquality programı kapsamında desteklenen marka sayısı	33	30	32	34	38	41	43	20	15
			80	93	104	107	110	115	125		
5	İhracatçıların Küresel Alanda Rekabetçiliklerinin Artırılması	1) Dünyada en çok ihracatı yapılan 25 ürün grubu içinde (27.fasıl hariç) ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı 2) AB'de en çok ithalatı yapılan 25 ürün grubu içinde ilk 10'da olduğumuz ürün grubu sayısı	33	1	2	3	3	3	4	7	10
			3	3	4	5	5	7	10		

YATIRIM - ALTYAPI

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023
		Performans Göstergesi									
6	Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına Yönelik Lojistik Altyapısının Güçlendirilmesi	1) Türkiye'nin Dünya Bankası lojistik performans sıralaması (endeks)		39		27			22		15
		2) Demiryolu bağlantısı olan liman sayısı		8	8	8	8	9	9	11	11
		3) Toplam liman kapasitesi (Milyon TEU)		10	11	12,6	14,5	14,5	21,5	26,5	30
		4) Toplam liman kapasitesi (Milyon TON dökme/katı+sıvı)		413	415	420	430	440	450	450	500
		5) Her yıl açılan Lojistik Merkez/ Köy Sayısı		1	3	3	3	4	4	4	5
7	Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına ve Rekabetçi Üretim Koşullarının Oluşturulmasına Yönelik Yatırım Ortamının İyileştirilmesi	1) Kapasite artışına yönelik yatırım teşvikleri (Milyar \$)		29	31	36	39	42	45	60	80
		2) Elektrik enerjisi kurulu gücü(kurulu gücün miktarı) 1000 MW)		49,5	53,2	56	58	60	62	90	125
8	Dış Ticarete Konu Olan Alanlarda Yabancı Yatırımının Ülkemize Çekilmesi	1) Yabancı sermayeli şirketlerin toplam ihracatı (Milyar \$)		26,8	32	36	41	46	52	90	125
		2) İmalat sanayi, madencilik ve tarım sektörlerindeki toplam yıllık DYY girişi (Milyar \$)		1,1	3,5	10	12	15	18	20	30
		3) Seçilmiş ileri teknoloji sektörlerinde DYY girişi-elektronik, motorlu taşıt, makine (Milyar \$)		0,3	0,6	1	1,5	2	2,5	4	8
		4) Dünya toplam DYY hareketleri içinde Türkiye'nin payı (%)		0,73	0,75	1	1	1,5	1,5	2	2
		5) Küresel Yatırım Promosyon Kıyaslaması (endeks)		73.1(1)		75	77	78	80	82	85

9	Doğru Bilgi ve Pazar İstihbaratına Hızlı Erişimin Temin Edilmesi	1) Hedef pazarlara yönelik yeni rapor sayısı	13	18	22	25	30	35	38	45
		2) Yurtdışı temsilciliklerdeki toplam kadro sayısı	250	250	350	350	400	400	450	500
10	İhracatın Katma Değerini Artırmak Amacıyla Yerli Hammadde ve Aramalı Tedariğinin Geliştirilmesi	1) İhracatın aramalı ithalatını karşılama oranı (%)	87	77	85	87	89	91	99	107
		2) İhracatın "enerji dışı" aramalı ithalatını karşılama oranı (%)	118	113	119	121	123	125	133	140
		3) DİR kapsamında yapılan ihracatın toplam ihracata oranı (%)	46,05	46,54	45	43	42	40	39	38
		4) DİR kapsamında yapılan ithalatın toplam ihracata oranı (%)	23	23	23	21	21	19	18	17

ÇEVRE

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi										
		Performans Göstergesi										
11	İhracat Yapısının Çevre ve Sürdürülebilir Büyümeyle İlişkin Yükümlülüklerin Uyumlandırılması	1) BM Küresel İnkeler Sözleşmesi'ne imza atmış olan firma sayısı ("United Nations Global Compact")	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023		
		2) TSE'den ISO 14001 standardı belgesi alan firma sayısı	401	403	410	415	422	430	450	500		
		3) Geri Kazanılan Atık ve Ambalaj Miktarı (Ton)	2,5	5	7	9,2	12,8	15	16	20		
		4) Eko-etiket alan ürün sayısı	66	75	106	118	149	165	200	250		

TEKNOLOJİ

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023
		Performans Göstergesi									
12	İhracatta Yenilikçilik ve Ar-Ge'ye Yönelik Yatırım ve Uygulamalar ile İleri Teknolojili Ürün İhracatının Artırılması	1) Ar-Ge harcamalarının toplam GSYH'ye oranı (%)	0,84	1	1,25	1,5	1,75	2,0	2,5	3	
		2) Toplam özel sektör Ar-Ge harcamaları (Milyon \$) (TÜİK)	2916	3550	5150	7325	9995	13440	25166	40.000	
		3) Özel sektör tarafından gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının toplam Ar-Ge harcamalarına oranı (%)	40.0	42,5	45	50	55	60	65	66,9	
		4) Özel sektör ARGE harcamalarının toplam ihracata oranı (%)	2.5	2,6	3,5	4,4	5,4	6,5	7	8	
		5) Verilen toplam AR-GE teşvikleri (Milyon \$) – TÜBİTAK	190	200	250	300	400	500	750	1000	
		6) Üniversite – Sanayi işbirliği içinde yapılan toplam proje sayısı	84	90	100	125	150	175	250	300	
		7) Bilim , Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından SANTEZ kapsamında desteklenen projeler	84	90	100	125	150	175	250	300	
		8) AR-GE merkezi sayısı	87	95	100	104	105	108	110	120	
		9) Özel sektör tarafından istihdam edilen tam zaman eşdeğer AR-GE personeli sayısı	19.762	20.600	21.250	22.000	23.000	25.000	30.000	40.000	
		10) Orta- Yüksek teknoloji ürün ihracatının toplam imalat sanayi ihracatı içindeki payı (%) (OECD sınıflandırmasına göre)	27,3	28	29,2	30	30,8	31,5	32,1	35	

11) Yüksek teknolojili ürün ihracatının toplam imalat sanayi ihracatı içindeki payı (%)	3,4	3,6	3,1	3,5	4,1	4,9	5,5	8
	32	30	29	28	27	26	20	15
12) Avrupa İnovasyon Sıralaması (endeks) European Innovation Scoreboard								

İŞBİRLİKLERİ

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi Performans Göstergesi										
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023			
13	İkili ve Çoklu Uluslararası Ticaret İşbirliklerinin Güçlendirilmesi	1) Toplam STA sayısı	16	16	19	22	25	30	35	45		
		2) Sektörel Ticari Heyet sayısı	15	25	30	30	30	30	30	30		
		3) Alım Heyeti sayısı	55	75	80	81	85	88	90	100		
		4) İhracatçıların katılımının desteklediği milli ve bireysel katılımlı uluslararası fuar sayısı	2.510	2.997	3.100	3.300	3.500	3.600	3.650	4.000		
14	İhracatçıların Kamu – Özel Sektör – STK'lar – Üniversite ile ilişkilerinin Geliştirilmesi	84	90	100	125	150	175	250	300			

FİNANSMAN

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023
		Performans Göstergesi									
15	Finansal Enstrümanların ve Ticaret Destek Araçlarının Arttırılması ve Verimli Kullanımının Sağlanması	1. Kullanılan kısa vadeli Eximbank ihracat kredileri (Milyon \$)		3.887	6.636	10.022	10.970	12.015	13.167	19.130	28.208
		2. Eximbank ülke kredileri ve garantileri programı ile diğer orta-uzun vadeli kredi programları kapsamında kullanılan krediler (Milyon \$)		7	37	2.000	2.355	2.774	3.267	6.285	12.090
		3. Eximbank ülke kredileri ve garantileri kredi programı kapsamında kullanılan nakdi kredilerin toplam Eximbank kredileri içindeki payı (%)		0,2	0,5	16,6	9,2	9,6	10,0	11,8	13,5
		4. Eximbank kısa vadeli ihracat kredi sigortası programı kapsamında sigorta kapsamına alınan ticari alacaklar (Milyon \$)		5.010	5.752	7.800	8.874	10.096	11.486	19.244	32.240
		5. Eximbank orta ve uzun vadeli ihracat kredi sigortası programı kapsamında sigorta kapsamına alınan alacaklar (Milyon \$)		2,50	0	700	874	1.091	1.363	3.314	8.056

İNSAN KAYNAĞI

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023	
		Performans Göstergesi										
16	Yüksek Verimli ve Nitelikli İnsan Sermayesinin Artırılması	1)Yönetim becerilerinin artırılması konusunda verilen eğitim ve danışmanlık desteklerinin sayısı		107	458	550	660	760	875	965	1.060	
		2) Nitelikli eleman istihdam edilmesinde desteklenen KOBİ sayısı		1.917	5.686	6.825	8.190	9.420	10.835	11.920	13.110	
17	İhracat Yapısının İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması Yoluyla Güçlendirilmesi	1) TSE'den ISO 18001 (İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi) standardı alan firma sayısı		350	353							
		2) İş kazaları ve meslek hastalıkları nedeniyle ölüm sayısı (100 bin çalışanda)		14,5								
		3) 100 bin çalışanda iş kazası sayısı		627			545					

MEVZUAT

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi										
		Performans Göstergesi										
18	İhracata Yönelik Mevzuat, Yasal Düzenleme ve Yönetmeliklerin, Sektörel Öncelikler Gözetilerek Etkinleştirilmesi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023			
		1) Ekonomi Bakanlığı Tarafından Elektronik Ortamda Sağlanan Hizmet Sayısı	2	2	4	6	7	8	9	10		

İZLEME-DEĞERLENDİRME

ST.NO	STRATEJİK HEDEFLER	İhracat Hedefi										
		Performans Göstergesi										
19	2023 İhracat Stratejisi ve Performans Programı'nın Etkin Yönetiminin Sağlanması	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2023			
		1) İSKK toplantı sayısı	0	0	2	2	2	2	2	2		
		2) Yılda yapılan performans gözden geçirme toplantısı sayısı	0	2	2	2	2	2	2	2		
		3) Ortak hedef uyum toplantı sayısı	4	4	4	4	4	4	4	4		

(1) Kaynak IFC Global Investment Promote Benchmarking, 3 yılda bir yapılmaktadır. 2006 ve 2009 sıralaması bulunmamaktadır. Bir sonraki 2012 yılında yapılacaktır. Türkiye'nin 2009 yılı puanı 73.1- iyi uygulama (60-80 iyi uygulama).

5. Eylem Planı

2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİ

EYLEM PLANI

1. EYLEM ALANI

: PAZAR PAYI

1. STRATEJİK HEDEF

: Mevcut Pazar Paylarının Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
1	İhracatın desteklenmesine ayrılan kaynaklar artırılabacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı	2012-2015	Bütçe imkanları çerçevesinde genel bütçeden ihracatın desteklenmesi için ayrılan kaynak nispi olarak artırılabacaktır.
2	Tarımsal ürünlerin ihracat destekleri yeniden düzenlenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, TOBB	2012-2015	Tarımsal ürünlerin ihracat desteklerinde, katma değeri yüksek, markalı ve nihai tüketiciye yönelik ürünlere ağırlık verilerek, destek programları bu amaç doğrultusunda yeniden düzenlenecektir. Tarım ve gıda ürünlerine yönelik ihracat desteklerinin Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları ve ülkemizin DTÖ taahhütleri çerçevesinde daha ileri işlenmiş, katma değeri yüksek ürünlere ve değişen tüketici tercihlerini gözeten şekilde yönlendirilmesi hedefiyle ihracatın artırılması amaçlanmaktadır.

3	Tüm sektörlerde hedef pazarlara yönelik ticaret heyeti programları düzenlenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Dışişleri Bakanlığı, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bak., TİM, TOBB, DEİK, İhracatçı Birlikleri	2012-2015	Genel ticaret heyetlerinin yanı sıra, otomotiv yan sanayi, hazır giyim ve konfeksiyon, makine elektrikli-elektronik, demir-çelik ve kimya sektörleri başta olmak üzere tüm sektörlerde pazara giriş çalışmalarını bağlamında belirlenecek hedef pazarlara yönelik sektörel ticaret heyeti programları düzenlenecektir.
4	Firmamızın yurt dışındaki fuarlara katılımları, genel ticaret heyeti, müteahhitlik ve müşavirlik, alım heyeti programları ile yurtdışındaki Türk fuar organizasyonları mevcut destek yapısına ilave yeni mekanizmalarla desteklenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Dışişleri Bakanlığı, TİM, TOBB, DEİK, İhracatçı Birlikleri	2012-2023	Sanayi ve hizmetlerde yüksek katma değerli üretim yapısına geçişin sağlanması hedefine paralel bir şekilde ve küresel eğilimlere uygun olarak ülkemizin hedef ve öncelikli sektörleri ile hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmamızın yurt dışındaki fuarlara ve ticaret heyetlerine katılımının ve yurtdışındaki Türk fuar organizasyonlarının bu amaca uygun yeni enstrümanlarla desteklenmesi sayesinde firmamızın ve organizatörlerimizin küresel ve bölgesel düzeyde önemli oyuncuları arasında yer almaları sağlanacaktır.

1. EYLEM ALANI : PAZAR PAYI
2. STRATEJİK HEDEF : Yüksek büyüme potansiyeli olan hedef pazarlarda pazar payının artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
5	İhracatta sektör ve ülke çeşitlendirme stratejisi oluşturulacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), TOBB, DEİK, TİM, İhracatçı Birlikleri	2012-015	İhracatta sektör ve ülke bağımlılıklarının azaltılması için yeni ihracat pazarları oluşturmaya yönelik sektör ve ülke stratejileri hazırlanacaktır. Geleneksel pazarlarımızda yaşanan daralmanın ihracatımıza olumsuz etkilerinin minimuma indirilmesi doğrultusunda ülkemizin ihracattaki hedef pazarlarını ve alternatif rotalarını yeniden yapılandırması, bugüne kadar elde ettiği kazanımları yeni açılım ve stratejilerle sürdürülebilir hale getirmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu minvalde, ihracatçılarımızı AB ülkelerindeki pazar payının korunmasıyla birlikte alternatif pazarlara da yönlendirmek amacıyla yeni politika araçları yürürlüğe konulacak ve off-set gibi özel uygulamaların etkinliği artırılabilecektir.
6	Pazara giriş çalışmaları hedef ve öncelikli ülkeler temelinde sürdürülerek, hedef pazarlara odaklanma sağlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), TİM, İhracatçı Birlikleri, TOBB, DEİK	2012-2023	Ekonomi Bakanlığı bünyesinde Pazara Giriş Komitesi, Pazara Giriş Faaliyetleri Çalışma Grubu ve Pazara Giriş Engelleri Çalışma Grubu oluşturulmuştur. Bu kapsamda 2011 yılı itibarıyla 15 Hedef Ülke ve 27 Öncelikli Ülke için Pazara Giriş Eylem Planları oluşturulmuştur. Söz konusu çalışmalar uluslararası ekonomideki gelişmelere göre şekillendirilmeye devam edilecektir. Hedef ülkelere yönelik olarak önmüzdeki dönemde genel ticaret ve müteahhitlik heyetleri, sektörel ticaret heyetleri, ülke alım heyeti, zincir mağaza alım heyetleri, uluslararası fuarlara milli katılım gibi etkinlikler gerçekleştirilecektir.

7	Pazara giriş faaliyetlerinin desteklenmesine sektörel ve yönetsel çeşitlilik getirilerek, ortak pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), YÖK, TİM, TOBB, İhracatçı Birlikleri, TÜSIAD, MÜSIAD, TUSKON, DEİK	2012-015	“Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi ve Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” ve “Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Tebliği” kapsamında ihracatçılarımıza sağlanan ihtiyaç analizi, eğitim, danışmanlık, pazarlama, alım heyeti, istihdam ve pazar araştırma desteklerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.
8	Firmalarımızın pazara girişlerini kolaylaştıracak teknik mevzuat uyum çalışmaları yapılacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Bilim, Sanayi ve Tek. Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	2012-2015	Pazara giriş amacı kapsamında tarife dışı engellerin aşılmasını teminen teknik engellerin azaltılmasına yönelik çalışmalar çeşitlendirilerek sürdürülecektir.

: PAZAR PAYI

: İhracatçı Sayısının ve İhracat Kapasitesinin Artırılması

1. EYLEM ALANI

3. STRATEJİK HEDEF

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
9	Yenilikçi fikirler ve Ar-Ge'ye dayalı, katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçleri desteklenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), TİM, Hazine Müsteşarlığı, TOBB	2012-2015	Katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçleri desteklenerek sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması hedeflenmektedir. Bu kapsamda, özellikle Kalkınma Planı, Yıllık Program, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu kararlarında belirlenen öncelikli teknoloji alan ve sektörleri başta olmak üzere uluslararası pazarlara yönelik ürünlerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi faaliyetlerini içerecek destek mekanizmaları öngörülmektedir. Ayrıca, ihracatımızın içindeki markalı mal ihracatının artırılması için TURQUALITY® vb. destek mekanizmalarının yaygınlaştırılması ve etkinliğinin artırılması için gerekli tedbirler alınacaktır.
10	KOBİ'lerin pazarlama ve ihracat kapasitesini artırmaya yönelik destekler verilecek ve etkinlikler sürdürülecektir.	KOSGEB (S), Kalkınma Bakanlığı (Kalkınma Ajansları), Hazine Müsteşarlığı, TOBB	2012-2015	KOBİ'lere sağlanan ihracat destekleri ve bilinçlendirme faaliyetleri ile ihracat ve pazarlama kapasitelerinin artırılması amaçlanmaktadır.

11	Başta KOBİ'ler üzere ihracatçı kurumsallaşmasına yönelik eğitim ve danışmanlık programlarına destek verilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı (Kalkınma Ajansları), KOSGEB, TIM, ihracatçı Birlikleri, TOBB	2012-2023	Uluslararası Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile yürütülmekte olan eğitim ve danışmanlık programlarını geliştirilmesinin kapsamını artırılması hedeflenmektedir.
----	---	---	-----------	--

1. EYLEM ALANI
4. STRATEJİK HEDEF
: PAZAR PAYI
: Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
12	Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı yürürlüğe konulacak ve şirketlerin tasarım faaliyetleri etkin bir şekilde desteklenecektir.	Türk Patent Enstitüsü (S), Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı	2012-2013	Türk Tasarım Danışma Konseyi'nin inisiyatifleriyle hazırlanmış olan Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı yürürlüğe konarak özellikle tekstil-giyim, deri, ayakkabı, cam, seramik, mobilya ve kuyumculuk gibi geleneksel sektörlerdeki özgün tasarım faaliyetleri özendirilecektir.
13	Türk malı imajının iyileştirilmesi için yürütülen çalışmaların etki alanı genişletilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Eximbank, TİM, İhracatçı Birlikleri	2012-2023	Türk Ürünlerinin uluslararası alanda markalaşması ve tanınması için yürütülen çalışmaları desteklemek üzere Türk Mali-mağazası imajının da genel olarak korunması amacıyla ürün ve hizmet kalitesinin artırılmasına ilişkin tedbirler alınacaktır. Türk malı ve mağaza-perakendeciliğinin tanıtım ve pazarlamasına yönelik faaliyetler gerçekleştirilecektir. Ayrıca, Türk Eximbank tarafından Türk malı imajının geliştirilmesi amacıyla yapılacak mağaza/alışveriş merkezi yatırımları ile moda yaratmaya ve Türk markasını yerleştirmeye yönelik yatırımların desteklenmesine ilişkin mevcut kredi programı revize edilecektir.

14	TURQUALITY® farklı sektörler projesinin kapsam ve etki alanı genişletilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), TİM, İhracatçı Birlikleri	2012-2015	TURQUALITY® projesi kapsamındaki sektör sayısının, finansal destek unsur ve limitleri ile finansal olmayan, firmaların kurumsal ve beşeri alt yapısına yönelik yatırım niteliği taşıyan desteklerin artırılması hedeflenmektedir.
15	Türk firmalarının bilinirliğini ve gelişme potansiyeli bulunan yabancı şirketleri ve markaları satın alarak dış pazarlardaki dağıtım kanallarına doğrudan erişim sağlamaları desteklenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Hazine Müsteşarlığı, Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Eximbank	2012-2015	Yurtdışında şirket satın almalarının ihracatımıza marka ve dağıtım kanallarından faydalanma açısından olumlu katkıda bulunacağı düşünülmesiyle, firmalarımıza bu konuda bilgilendirme, danışmanlık ve teknik destek sağlanmasına yönelik destek mekanizmaları oluşturulmuş olup söz konusu mekanizmaların etkinliğinin artırılması amaçlanmaktadır. Türk Eximbank tarafından, Türk firmalarınca yurt içindeki bir Türk markasının yurt dışına açılması ya da yurt dışında var olan markaların satın alınması yoluyla yurt dışında marka oluşturulmasına ilişkin mevcut kredi programı revize edilecektir.

1. EYLEM ALANI
4. STRATEJİK HEDEF
: PAZAR PAYI
: Türk Markalarının Bilinirliğinin Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
16	İstanbul uluslararası bir alışveriş, moda ve fuar merkezi haline getirilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), TIM, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, TOBB	2012-2015	İstanbul'da gerçekleştirilen uluslararası fuarların sayısının artırılması ve sektörlerinde en başarılı fuarların İstanbul'da yapılabilir olması için gerekli destek mekanizmaları oluşturulacaktır. Ayrıca, yaratıcı ve yenilikçi sektörlerde uluslararası nitelikte tasarım ve moda haftaları ve etkinlikleri yapılacaktır.
17	Yurt dışına firmaların kendi markaları ile yaptıkları ihracatın izlenmesine yönelik bilgi altyapısı oluşturulacaktır.	TİM (S), Ekonomi Bakanlığı, İhracatçı Birlikleri	2012-2013	İhracatçı Birliklerinde beyanname açılırken kayıt esnasında ve elektronik ortamda ihracatçıların yanıtlanması zorunlu bir bölüm oluşturulacak ve bu sayede firmaların kendi markaları ile yaptıkları ihracatın izlenmesi sağlanacaktır.
18	Türk şirketlerinin yurtdışındaki mağaza envanterinin hazırlanması ve izlenmesi sağlanacaktır.	TİM (S), İhracatçı Birlikleri	2012-2015	Türk şirketlerinin yurt dışında kendi markaları ile satış yaptıkları, sahip oldukları veya olmadıkları perakende satış noktası sayısına ilişkin envanterin hazırlanması ve verilerin güncel olarak izlenmesi amaçlanmaktadır.

19	Türk sektör, ürün ve markalarının yurt dışındaki algısı ve bilinirliğinin ölçülmesi ve izlenmesi amacıyla hazırlanması ve her yıl izlenmesi amaçlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), TİM	2012-2015	Türk sektör, ürün ve markalarının yurt dışındaki algısı ve bilinirliğinin ölçülmesi ve izlenmesi amacıyla hazırlanması ve her yıl izlenmesi amaçlanmaktadır.
20	Türk ihracatçılarının elektronik ortamda tanıtımı yapılacaktır.	TİM (S), Ekonomi Bakanlığı	2011-2015	İhracatçı sektörlerin, şirketlerin, ürünlerinin ve perakende zincirlerinin, yabancı alıcılar ile kiralamacı-geliştirici-alışveriş merkezi firmalarına tanıtımı için elektronik portalların oluşturulması ve yaygınlaştırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, hali hazırda Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği kapsamında ihracatçı firmaların ürünlerini tanıtmak üzere üye olacakları e-ticaret sitelerine yönelik üyelik giderleri desteklenmektedir.

1. EYLEM ALANI
5. STRATEJİK HEDEF
: PAZAR PAYI
: İhracatçıların Küresel Alanda Rekabetçiliklerinin Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
21	Dışa bağımlılığın yüksek olduğu sektörlerdeyerliürünveteknolojiler geliştirilmesine yönelik araştırma programları desteklenecek ve etkinleştirilecektir.	TÜBİTAK (S), Kalkınma Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Savunma Sanayi Müsteşarlığı	2012-2015	Dışa bağımlılığın yüksek olduğu savunma, sağlık ve enerji gibi sektörlerden sorumlu kamu kuruluşlarında Ar-Ge destek programları geliştirilecektir. TÜBİTAK tarafından yürütülen TARAL Programı kapsamındaki projelerde öncelik bu alanlara verilecektir.
22	KOBİ'lerin Ar-Ge yaparak rekabetçiliklerinin artırılması için proje destekleri yaygınlaştırılacaktır.	TÜBİTAK (S), Kalkınma Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, KOSGEB	2012-2015	KOBİ'lerin yüksek katma değerli üretimle küresel alanda rekabetçiliklerinin artırılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda KOBİ'lerin Ar-Ge kapasitesi ve yetkinliklerinin artırılması için proje destekleri verilmeye devam edilecek ve KOBİ'lerin projelerde ortak olması teşvik edilecektir.
23	Firmaların rekabet gücünü artıracak destek mekanizmaları çeşitlendirilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Hazine Müsteşarlığı, Kalkınma Ajansları, TIM, İhracatçı Birlikleri, TOBB, DEİK	2012-2023	Halen yürürlükteki Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile kümelenme anlayışı ve proje yaklaşımı çerçevesinde şirketlerimizin proje bazlı eğitim ve/veya danışmanlık, istihdam, yurt dışı pazarlama veya alım heyeti ve bireysel danışmanlık programlarının birbirine bağlı şekilde uygulanabileceği bir destek mekanizması kurulmuştur. Önümüzdeki dönemde söz konusu tebliğ ile getirilen destek unsurlarının çeşitlendirilmesi ve ihracatçının rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir.

24	Kümelene anılayışı ihracatı artırmada bir araç olarak kullanılabacak ve kümelerin uluslararası nitelik kazanmasına yönelik faaliyetler arttırılacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Bilim, Sanayi ve Tek. Bakanlığı, Kalkınma Ajansları	2012-2015	Ülkemizde 5 ilde küme uygulama çalışmalarının yapılacağı "KOBİ'lerin Ağ Yapılandırması ve Bölgelelerarası İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi" 2013 yılına kadar sürdürülecektir. Ayrıca, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında ülkemizde oluşmakta olan küme yapılarının proje bazlı faaliyetleri desteklenecektir.
----	---	--	-----------	--

2. EYLEM ALANI

: YATIRIM- ALTYAPI

6. STRATEJİK HEDEF

: Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına Yönelik Lojistik Altyapısının Güçlendirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
25	Marmara Bölgesi ihracatını kolaylaştıracak şekilde liman altyapısı ihtiyacını karşılamaya yönelik yatırımlar hayata geçirilecektir.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TOBB, TİM	2015-2023	Marmara Denizinde orta ölçekli çok sayıda liman projesi hayata geçirilmektedir. Türk Boğazlar Sisteminin uzun vadede bir bütün halinde doygunluğa ulaşması bölgedeki her ülke için lojistik anlamda ciddi bir risk teşkil etmektedir. Genel olarak Marmara Bölgesinin, özede ise İstanbul'un Türkiye ekonomisine katkısı dikkate alındığında, orta vadede karşılaşılması muhtemel bir darboğazın ülkemiz rekabet gücüne vereceği zarar daha iyi anlaşılacaktır. 2023 yılı elleçleme tahminlerine göre yaklaşık 3 milyon otomobil kapasite açığı öngörülmektedir. Konteyner açısından, mevcut liman projelerinin hayata geçirilmemesi halinde 2020 yılında 2 milyon TEU, 2030 yılında 8 milyon TEU kapasite açığı olacağı tahmin edilmektedir. Bu çerçevede, Kıyı Yapıları Master Planının ortaya koyduğu hedefler kapsamında Marmara Bölgesine yönelik olarak büyük ölçekli liman altyapısının geliştirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

26	Akdeniz'de "Ortadoğu'nun Giriş Kapısı" olarak tasarlanan Mersin Konteyner Limanının kurulması çalışmaları başlatılacaktır.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bak., Hazine Müsteşarlığı	2013-2023	Türkiye ve Doğu Akdeniz limanları arasında rekabetin yoğunlaştığı ve rakiplim limanların kapasite ve verimliliklerinin hızla arttığı dikkate alındığında, modern ve büyük ölçekli bir konteyner limanının Türkiye'nin rekabet gücünün artmasında büyük avantaj sağlayacağı değerlendirilmektedir. Mersin konteyner Limanının kapasitesi 11,4 milyon TEU olarak öngörülmüş olup, Ortadoğu (özellikle Irak ve Kafkas pazarı için büyük önem arz etmektedir. Mersin'in lojistik bir üs olarak konumlandırılmasında liman en önemli rolü oynayacaktır. Akdenizde, 2020 yılında 2,5 milyon TEU, 2030 yılında 8,1 milyon TEU kapasite açığı olacağı tahmin edilmektedir. Mersin Limanının mendireğinin 2013-2015 yılları arasında, diğer altyapı ve üstyapının aşamalı olarak 2035 yılına kadar hayata geçirilmesi öngörülmektedir.
27	Ege'de Çandarlı Limanı aşamalı olarak tamamlanacaktır.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı	2011-2023	Mevcut İzmir Alsancak Limanının kapasitesinin halihazırda yetersiz olması ve Ege'de artan yük trafiği nedeniyle, Karadeniz ülkelerine transit taşımacılığın da gerçekleştirileceği büyük ölçekli bir Ege Limanı için yapılan çalışmalar sonucunda Çandarlı Bölgesi liman alanı olarak seçilmiş olup, Çandarlı Limanının kapasitesi 4 milyon TEU olarak belirlenmiştir. Konteyner açısından, 2020 yılında 0,8 milyon TEU, 2030 yılında 2,9 milyon TEU kapasite açığı olacağı tahmin edilmektedir. Avrupa'nın 10 büyük limanı arasında yer alacak olan bu liman; demiryolu ve otoyol bağlantıları ile İzmir'in, Ege Bölgesi'nin ve Türkiye'nin küresel pazarlara açılan önemli bir kapısı olacaktır. Üç faz halinde tamamlanacak liman tam kapasiteyle çalışmaya başladığında yıllık konteyner elleçleme kapasitesi 12 milyon TEU olacaktır. Bu proje ile

28	Limanları lojistik üs haline getirmek amacıyla geri sahalarında demiryolu aktarım terminalleri veya karada konteyner terminalleri kurulacaktır.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı	2012-2015	ülkemizin konteyner elleçleme kapasitesi mevcudun üç katına çıkacaktır. Çandarlı Limanı Projesinin özel sektör dinamikleri karşısındaki cazibesi de göz önünde bulundurularak, dalgakıranların kamu eliyle, terminaler ve tüm üstyapının ise Yap-İşlet-Devret modeliyle gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Kamu kaynaklarıyla 2011 yılında yapımına başlanan dalgakıran inşaatının 2013 yılında tamamlanması planlanmaktadır. Diğer altyapı ve üstyapı işlerinin aşamalı olarak 2035 yılına kadar hayata geçirilmesi öngörülmektedir.
29	Organize sanayi bölgelerine, büyük fabrikalara ve limanlara özel sektör katkısı ile bağlantı hatları yapılacaktır.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TOBB, OSBÜK (Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kurulu)	2012-2015	Demiryolu taşımacılık anlayışından lojistik taşımacılık anlayışına geçilecektir. TCDD'nin Yatırım Programında 18 adet lojistik merkez kurulmasıyla ilgili "Lojistik Merkez Kurulması" toplu projesi, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Yatırım Programında Kemalpaşa Organize Sanayi Bölgesi Demiryolu Bağlantı Hatı projesi kapsamında lojistik merkezinin alt yapısının ihalesi 21 Mart 2012 tarihinde yapılmış olup, değerlendirilmesi devam etmektedir. 2013 yılında tamamlanması planlanmaktadır. Kemalpaşa Lojistik Köyün üst yapısının ise 2012 yılı sonu itibarıyla YİD modeli ile ihalesi yapılabilecektir. Toplam kapalı alan 173.851 m ² 'dir.
		Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TOBB, OSBÜK (Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kurulu)	2012-2015	TCDD'nin Yatırım Programında yer alan "Fabrika, Liman, OSB ve Lojistik Merkezlere İltisak Hatları Yapımı" projesi kapsamında çalışmalar devam etmektedir. Yük taşımasının artırılması için 2011 yılı sonu itibarıyla 331 adet merkezde toplam 464 km iltisak hattına ulaşılmış olup, 2012 yılında ise 27 merkezde olmak üzere toplam 144 km'lik iltisak hattının yapım ve özel sektörle protokol imzalanma çalışmaları devam etmektedir.

30	2023 perspektifinde Türkiye'nin yurtiçi koridorlarını, uluslararası koridorlarla bağlantılarını ve kendi uluslararası ticaret koridorlarını inceleyen ulaştırma ve lojistik alt ve üst yapı ihtiyacını belirleyecek bir master plan hazırlanacaktır.	Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, AB Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TOBB, TİM Lojistik Konseyi	2012-2013	İhracatın yanı sıra, yurtiçi üretim, tüketim ve ithalat öngörülerini gözetecek başta ihracatçıların olmak üzere iktisadi faaliyette bulunan birimlerin rekabet güçlerini arttırmak üzere ihtiyaç duyulan lojistik alt ve üst yapısının planlanması ve kurulması sağlanacak, 2023 Türkiye İhracat Stratejisinin ihracat hedefleri ve dolaylı ithalat öngörülerini çerçevesinde ulaştırma ve lojistik alt ve üst yapılarında ortaya çıkacak kapasite ihtiyacı ortaya konacaktır. Master Planı ile Türkiye'nin bir uluslararası ticaret koridoru olarak yapılandırılması amaçlanmaktadır.
----	--	---	-----------	--

2. EYLEM ALANI

: YATIRIM- ALTYAPI

7. STRATEJİK HEDEF

: Uluslararası Rekabetçiliğin Artırılmasına ve Rekabetçi Üretim Koşullarının Oluşturulmasına Yönelik Yatırım Ortamının İyileştirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
31	Hammadde ve ara mamul tedarikinde ithalat bağımlılığının azaltılmasına ve orta ve yüksek teknoloji sektörlerinde rekabet gücünün artırılmasına yönelik yatırımlar desteklenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı Bilim Sanayi Teknoloji Bak. Maliye Bakanlığı Hazine Müsteşarlığı	2012-2023	İthalatta bağımlı olduğumuz hammadde ve ara mamul üretiminde ve orta ve yüksek teknoloji sektörlerde yeni yatırımların proje bazlı ve selektif olarak esteklenmesi, ara mamul üreticilerinin kümelenme metodolojisi ile ihtisas sanayi bölgelerinde toplulaştırılması ve bu amaçla yatırım teşviklerinin düzenlenmesi amaçlanmaktadır.
32	İhracatın sürdürülebilir bir sanayi alt yapısına sahip olması için ihracata dönük üretim stratejisi doğrultusunda ihracat miktar hedeflerine bağlı olarak kapasite ve yeni yatırım ihtiyacı çalışması hazırlanarak yatırım-teşvik sistemine gerekli düzenlemeler yapılacaktır	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı	2012-2023	İhracatçılarımızın rekabetçiliklerinin artırılarak ihracattaki artışın sürdürülebilmesine yönelik olarak yatırım-teşvik sisteminde gerekli düzenlemeler yapılacaktır. Sektörlerde hedeflenen ihracat miktarlarına bağlı olarak ilave kapasite ve yeni yatırım ihtiyacının hesaplanması ve 2023 yılına kadar planlanması sağlanacaktır.

33	Girişimci bilgi sistemi geliştirilecek ve güncel tutulması sağlanacaktır.	Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, TÜİK	2012-2015	Armonize sisteme göre ülkemizde üretilen ürünlerin sınıflandırmasını sağlayacak yerli üretim envanteri oluşturulacak ve sektörlerde üretim yatırımlarının doğru alanlara kanalize edilebilmesi ve ihtiyaçların öngörülmesi amacıyla mevcut üretim kapasitesi envanteri sürekli olarak güncel tutulacaktır.
34	Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Eylem Planı çalışmalarını sürdürecek ve çalışmalarda etkinlik artırılabilecektir.	Ekonomi Bakanlığı(S), YOİKK üyeleri	2012-2023	Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu kapsamında çalışan 10 ayrı Teknik Komite tarafından yürütülen Eylem Planları özel-kamu işbirliği yapılarak sürekli güncellenecek ve etkin şekilde uygulanacaktır. Bu suretle yatırımların önündeki idari ve teknik engeller azaltılarak gerekli mevzuat iyileştirmeleri yapılacak, yerli ve yabancı yatırımcıları bilgilendirme faaliyetleri yürütülecek, toplam yatırımların artırılmasına ortam sağlanacaktır.

2. EYLEM ALANI

: YATIRIM- ALTYAPI

8. STRATEJİK HEDEF

: Dış Ticarete Konu Olan Alanlarda Yabancı Yatırımcının Ülkemize Çekilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
35	Yabancı yatırımcıların çekilmesine yönelik tanıtım, seminer vb organizasyonların sayısı ve etkinliği artırılabacaktır.	T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (S), Ekonomi Bakanlığı, TOBB	2012-2023	Girdi Tedarik Stratejisinde (GİTES) belirlenen/belirlenecek ürün ve sektörlerde yabancı yatırımcının ülkemize çekilmesi teknoloji transferinin gerçekleşmesi, ölçek büyüklüklerinin yakalanması ihracatta rekabet gücünün ve yabancı yatırımcının önündeki engellerin kaldırılması ve tanıtım çalışmalarının sayısı ve etkinliğinin artırılması amaçlanmaktadır.

2. EYLEM ALANI

: YATIRIM- ALTYAPI

9. STRATEJİK HEDEF

: Doğru Bilgi ve Pazar İstihbaratına Hızlı Erişimin Temin Edilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
36	İhracat Bilgi Platformu bir dış ticaret portalı haline getirilecektir:	Ekonomi Bakanlığı (S)	2012-2015	İBP web sitesi, müşteri odaklı bir anlayışla yeniden ele alınacaktır. Bu kapsamda, ihracatın artırılmasına yönelik olarak yürütülen temel çalışmalara firmalarımız tarafından doğrudan ulaşılabilmesi hedeflenmektedir.
37	KOBİ'lerin hedef pazarlara yönelik raporlara erişiminin artırılması amacıyla bilgi yönetim sisteminin kurulması sağlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S)	2012-2015	AB fonlarıyla desteklenen KOBİ'lerin Ağ Yapılandırması ve Bölgelerarası İşbirliğinin Güçlendirilmesi Projesi" kapsamında KOBİ'lere yönelik bir "Bilgi Yönetim Sistemi" kurulması hedeflenmektedir. Bu eylemle, KOBİ'lerin mevcut ve hedef pazarlara yönelik stratejik ve operasyonel kararlarını doğru vermelerini sağlayacak on-line bir sistemin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.
38	Yurtdışında Türk iş çevreleri ve diasporası ile iletişimin etkinliği artırılabacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Dışişleri Bakanlığı, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, TİM, TOBB DEİK	2012-2023	Ticaret Müşavirleri ve Ataşelerinin yurt dışındaki Türk iş çevreleri ve diasporası ile iletişimi artıracaktır. Yurtdışında yatırım ve ticaret yapmak isteyen Türk işadamları ile bahse konu çevreler arasında bağların kurulması, taraflar arasında bilgi alışverişi ve pazar ve iş fırsatları konusunda bilgi üretimine ilişkin altyapı oluşturulması sağlanacaktır.

39	Eximbank'ın yurtdışı alıcı bilgileri portföyü oluşturulacaktır.	Eximbank (S), Ekonomi Bakanlığı	2012-2015	Eximbank'ın yatırım mali alıcıları ile ilgili potansiyel ve kredibilite bilgilerini içeren müşteri envanterleri oluşturması ve bunları yatırım mali ihracatçıları ile paylaşması amaçlanmaktadır.
----	---	------------------------------------	-----------	---

2. EYLEM ALANI

: YATIRIM- ALTYAPI

10. STRATEJİK HEDEF

: İhracatın Katma Değerini Artırmak Amacıyla Yerli Hammadde ve Aramalı Tedarikçisinin Geliştirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
40	Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES) çalışmalarını çerçevesinde hazırlanan yatay ve sektörel eylem planları uygulamaya geçirilecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları	2012-2015	Girdi tedarikinde, ülke ve bölge bazı bağımlılığın azaltılması, kaynaklardaki belirsizliklerin ve fiyat dalgalanmalarının oluşturaacağı risklerin giderilmesi, ihracatta sürdürülebilir rekabet gücünün sağlanması ve gelecekte önem kazanacak ürünlerin ihtiyacının karşılanması için hazırlanan GİTES çalışmalarında son aşamaya gelinmiştir. Bu çerçevede demir-çelik, otomotiv-makine, kimya, tekstil ve hazır giyim ile tarım sektörlerine ilişkin hazırlanan ve uygulamaya geçirilecek eylem planları, sektörlerimiz tarafından girdi tedarikinde karşılaşılan/ karşılaşılabilecek risklerin azaltılmasına ve sürdürülebilir girdi tedarikini sağlamaya yönelik eylemleri içermektedir.
41	Yurtiçi hammadde ve ara malı üreticilerinin rekabet gücünün korunması için uygun üretim koşullarının bulunduğu bölgeler kurulacak ve kümelenmenin desteklenmesi sağlanacaktır.	Bilim Sanayi ve Tekn. Bak. (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı Hazine Müsteşarlığı, TOBB	2012-2015	Özellikle üretim maliyetleri baskısı nedeniyle yurt içi hammadde ve ara mamul üreticilerinin kümelenme metodolojisi ile ihtisas sanayi bölgelerinde toplulaştırılması ve daha uygun üretim maliyeti koşulları yaratılması suretiyle desteklenmesi amaçlanmaktadır.

42	Çok uluslu şirketler için ara malı üreten Orijinal Ekipman Üreticisi şirketlerin ihracatını destekleyecek özel programlar uygulanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı, Bilim San. ve Teknoloji Bakanlığı, Maliye Bak. Hazine Müst., Türk Patent Enstitüsü	2012-2015	Özellikle yüksek teknoloji alanlarda Orijinal Ekipman Üreticisi statüsüne sahip firma sayısının artırılması için özel bir destek programı düzenlenmesi ve bu şirketlerin proje bazlı olarak yatırım, üretim, Ar-Ge patent ve ihracat faaliyetlerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır.
----	---	--	-----------	---

3. EYLEM ALANI

: ÇEVRE

11. STRATEJİK HEDEF

: İhracat Yapısının Çevre ve Sürdürülebilir Büyüme İlişkin Yükümlülüklerine Uyumlandırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
43	Uluslararası rekabetçiliğin artırılmasını teminen, çevre yatırımlarını destekleyecek özel programlar uygulanacaktır.	Çevre ve Şehir. Bakanlığı (S), Bilim, San. ve Teknoloji Bakanlığı Maliye Bak. Ekonomi Bakanlığı Kalkınma Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TTGV	2012-2015	Çevre yatırımlarının artırılmasına yönelik olarak uzun vadeli finansman olanakları dahil olmak üzere, proje bazlı ve çevreye etkisi doğrudan olarak desteklerin hazırlanması ve kullanıma açılması amaçlanmaktadır. Bu eylemin amacı doğrudan olarak desteklenecek öncelikli sektörlerin ve proseslerin belirlenmesi, kurumsal kapasitenin bu konuda geliştirilmesi ile ilgili sektörün ve ilgili kamu kurum, kuruluşlarının bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi hedeflenmektedir.
44	Karbon piyasalarının geliştirilmesi ve ihracatçı firmaların bu piyasadan yararlanmaları doğrultusunda gerekli bilgilendirme ve yönlendirme çalışmalarının yapılması sağlanacaktır.	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TIM ve İhracatçı Birlikleri	2012-2015	Karbon piyasalarında sera gazı emisyonlarını dengelemek ve/veya bu piyasalarda işlem görmek üzere proje hazırlanmasını sağlamak üzere imalatçı firmalar için çeşitli toplantı, seminer ve eğitim programları düzenlenerek desteklenmesi amaçlanmaktadır.
45	İhracatçıların geri dönüşüm konusunda bilgilendirilmeleri ve firmaların atık yönetimi konusunda paydaşlarla işbirliğinin özendirilmesi ve kolaylaştırılması sağlanacaktır.	Çevre ve Şehir. Bakanlığı (S), Bilim, Sanayi ve Tek. Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Belediyeler	2012-2015	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı uhdesinde hazırlanan Geri Dönüşüm Strateji Belgesi nihai hale getirilerek, geri dönüşüm bilincinin üretici, ihracatçı ve tüketiciler arasında çeşitli toplantı, seminer ve eğitim programları düzenlenerek yaygınlaştırılması ve sanayi-kamu işbirliğinin sağlanarak ülkemizin geri dönüşüm kapasitesinin artırılması amaçlanmaktadır.

46	İhracatçıların çevre standartlarına uyumu artıracak ve eko-etiketleme konusunda bilgilendirilmesi sağlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, TIM, İhracatçı Birlikleri	2012-2023	Avrupa Birliği ve diğer gelişmiş ülkelerde eko-etiketleme gibi çevre standartlarına uyumlu ürünler pazara girişte önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu sebeple AB ve diğer gelişmiş ülke mevzuatlarında sıklıkla yer almaya başlayan eko-etiketleme konusunda firmaların bilinçlendirilmesine yönelik eğitimlerin düzenlenmesi amaçlanmaktadır.
----	--	--	-----------	--

4. EYLEM ALANI

: TEKNOLOJİ

12. STRATEJİK HEDEF

: İhracatta Yenilikçilik ve Ar-Ge'ye Yönelik Yatırım ve Uygulamalar ile İleri Teknolojili Ürün İhracatının Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
47	Üniversitelerde sanayi ihtiyaçlarını ve yerel özelliklerini de dikkate alan tematik olarak yapılanmış araştırma merkezlerinin yaygınlaştırılması ve etkin kullanımı sağlanacaktır.	Kalkınma Bakanlığı (S), Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK, YÖK, Üniversiteler	2012-2023	Özel sektörün önemli düzeyde Ar-Ge ve yeniliğe kaynak ayırdığı, ihracat yeteneğinin bulunduğu ve Ar-Ge ve yeniliğe dayalı rekabet gücünün görece daha yüksek olduğu alanlarda ihtiyaca göre yeni araştırma altyapıları kurulacak ve mevcut altyapıların etkin kullanımı sağlanacaktır.
48	Ar-Ge Kanunu kapsamında, Rekabet Öncesi İşbirliği Projelerinin desteklenmesi, özel sektör Ar-Ge Merkezlerinin kurulması, izlenmesi ve desteklenmesi ile Tekno girişim sermayesi desteğinin verilmesi sağlanacaktır.	Bilim, Sanayi ve Tek. Bak. (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TÜBİTAK, TOBB	2012-2015	Gerçekleştirilecek destekler aracılığıyla özel sektörde Ar-Ge altyapısının geliştirilmesi, araştırmacı istihdamının artırılması, Ar-Ge'ye ayrılan kaynağın artırılması sağlanarak Ar-Ge ve yenilik alanında yeteneğin geliştirilmesi ve yenilik tabanlı girişimciliğin artırılması amaçlanmaktadır.
49	Teknolojik Ar-Ge, Patent, Yatırım, Tanıtım ve Pazarlama Destek Programları uygulanacaktır.	Bilim, Sanayi ve Tek. Bakanlık (S), Maliye Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Kalkınma Ajansları, TPE	2012-2015	Ülkemiz sanayisinin ihracat odaklı ve uluslararası pazarlarda rekabet gücünün yüksek bir yapıya kavuşturulmasını temin etmek üzere, gerçek ve tüzel kişilerin Ar-Ge çalışmaları sonucunda geliştirip ürettikleri yüksek katma değerli teknolojik ürünlere sağlanacak desteklerle ilgili programlar hazırlanacaktır.

50	Araştırma sonuçlarının ve buluşların ticarileştirilmesi ve teknoloji transferi uygulamaları etkinleştirilmesi sağlanacaktır.	Bilim, Sanayi ve Tek. Bak. (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, TÜBİTAK, YÖK, Üniversiteler, TPE, Kalkınma Ajansları, TİM, TOBB, TTGV, KOSGEB	2012-2015	Araştırma sonuçlarının fikri mülkiyet haklarına ilişkin mevzuat düzenlemeleri gerçekleştirilecektir. Ülkemiz için uygun Teknoloji Transfer Ofisi modeli tamamlanarak pilot ölçekte uygulaması başlatılacaktır. Özel ve kamu kesimi tarafından gerçekleştirilen buluşların ticarileştirilmesi amacı ile buluşçular ile yerli, yabancı, kamu-özel girişimcileri buluşturan platformlar kurulması ve yurt içinde yatırımın desteklenmesini sağlayacak özel program hazırlanması ve uygulanması sağlanacaktır.
51	Şirketlerin bilimsel ve teknolojik gelişmelere dayalı yenilikçi ürün ve süreç fikirlerinin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi amacı ile; endüstriyel tasarım, üretime hazırlık, saha testleri, doğrulama, saha testleri, belgelendirme çalışmaları, pazara sunum ve satış sonrası hizmetlere yönelik hazırlık çalışmaları faaliyetlerini içeren projeleri desteklenecektir.	Ekonomi Bakanlığı (S), TTGV	2012-2015	Türkiye'de yerleşik ticari, sınai veya yazılım faaliyetinde bulunan şirketlerin Kalkınma Planı, Yıllık Program, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu kararlarında belirlenen öncelikli teknoloji alanı ve sektörleri başta olmak üzere kendi bünyelerinde ve/veya bünyeleri dışında uluslararası pazarlara yönelik ürünlerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi faaliyetlerini içerecek şekilde yürütecekleri projeler kapsamında belgelendirilebilen giderlerinin belirli bir oranının hibe olarak desteklenmesi hedeflenmektedir.
52	Stratejik bir yaklaşım benimsenerek, kamu alımlarının, yeniliği, yerleşmeyi ve teknoloji transferini teşvik etmesi sağlanacaktır.	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı(S), Maliye Bakanlığı(S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, AB Bakanlığı Hazine Müst., TÜBİTAK, Kamu İhale Kurumu	2012-2015	Bilim Teknoloji Yüksek Kurulunun 2011/106 sayılı Kararı çerçevesinde yapılacak çalışmalarla, kamuda uzun dönemli alım stratejisi belirlenerek kamu alımlarının ülkemizde Ar-Ge ve yenilik kapasitesini artırıcı, yerli teknolojiye dayalı kaliteli ürünlerin üretilmesini sağlayıcı yönde kullanılması sağlanacaktır. Kamu tedariki uygulamaları, yerli Ar-Ge ve yenilik için stratejik öneme sahip alanlarda kullanılacak, bu alanlardaki ihraç ürünlerimizin uluslararası rekabet gücü artırılabilecektir.

53	Organize sanayi bölgelerinde Ar-Ge danışmanlık merkezleri/ ofisleri kurulacaktır.	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (S), TÜBİTAK, TTGV, TOBB, OSBÜK (Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kuruluşu)	2012-2019	Organize sanayi bölgelerinin ortak hizmetinde olan ve sektörel bazda araştırma yapan Ar-Ge danışmanlık merkezlerinin kurulması, KOBİ'lerin Ar-Ge'ye yönelmelerini sağlayacak ve Ar-Ge çalışmalarını yapmalarını kolaylaştıracaktır.
----	---	---	-----------	---

5. EYLEM ALANI

: İŞBİRLİKLERİ

13. STRATEJİK HEDEF

: İkili ve Çoklu Uluslararası Ticaret İşbirliklerinin Güçlendirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
54	Serbest ticaret anlaşması ve tercihli ticaret anlaşması yapılan ülke sayısı artırılabacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Dışişleri Bakanlığı, Avrupa Birliği Bakanlığı	2012-2019	2023 İhracat Stratejisi çerçevesinde yer alan hedef pazarlar başta olmak üzere serbest ticaret anlaşması ve tercihli ticaret anlaşması yapılan ülke sayısının artırılması hedeflenmektedir.
55	İmalat sanayi sektörlerinin yatırım ve hammadde ihtiyaçları doğrultusunda yerli ürün geliştirme ve uyarılama destek programları hazırlanarak uygulanacaktır.	Bilim Sanayi ve Tekn. Bak. (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, TOBB	2012-2015	Sektörlerin yatırımlarında yeni üretim teknolojilerine hakim olma vizyonu doğrultusunda, yerli ürün alımının desteklenmesi, bu çerçevede, yerli ürün geliştirme ve uyarılama destek programları ile yeni patent alımı ve Ar-Ge çalışmalarının ve yeni buluşların üretilmesinin ve tescil edilmesinin özendirilmesi amaçlanmaktadır.
56	Uluslararası organizasyonlarda ülkemiz daha etkin temsil edilecektir.	Dışişleri Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TOBB	2012-2023	Uluslararası organizasyonlarda ülkemizin daha fazla temsil edilmesi sağlanması amaçlanmaktadır. Ülkemizin uluslararası ve bölgesel işbirliği teşkilatlarındaki etkinliğinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

5. EYLEM ALANI
14. STRATEJİK HEDEF
: İŞBİRLİKLERİ
: İhracatçıların Kamu – Özel Sektör – STK'lar – Üniversite ile İlişkilerinin Geliştirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
57	Kalkınma Ajansları bünyesinde kurulmuş bulunan Yatırım Destek Ofislerinin ihracatla ilgili konularda kapasitesi geliştirilerek, diğer kurumlarla işbirliği içinde görev yapmaları sağlanacaktır.	Kalkınma Bakanlığı (S), Ekonomi Bakanlığı , TİM, İhracatçı Birlikleri TOBB,	2012-2015	Kalkınma Ajansları bünyesinde halihazırda her ilde kurulmuş bulunan Yatırım Destek Ofislerinin insan kaynağı ve teknik kapasitelerinin geliştirilmesiyle diğer kurumlarla işbirliği içinde bu birimlerin ihracatla ilgili konularda da görev yapmaları sağlanacaktır.
58	İhracatçıların üniversiteler ile işbirliğini geliştirmesini sağlayacak yeni destek mekanizmaları oluşturulacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Maliye Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bak., YÖK, TİM, TOBB İhracatçı Birlikleri	2012-2015	Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ile üniversite-ihracatçı ve üretici işbirliğini geliştirmek üzere desteklenmesi amaçlanmaktadır. Bu destek ile işbirliği kuruluşları olarak tanımlanan Türkiye İhracatçıları Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İ Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler önderliğinde firmaların ortak olarak gerçekleştirecekleri ihtiyaç analizi, eğitim faaliyetleri, danışmanlık faaliyetleri, yurtdışı pazarlama programları, alım heyeti programları, istihdam ve bireysel danışmanlık faaliyetleri desteklenmektedir. İşbirliği kuruluşlarının ihtiyaç analizi, eğitim faaliyeti ve danışmanlık faaliyetlerine yönelik gerçekleştirecekleri hizmet alımlarında üniversitelerden yararlanılmakta olup, bu çerçevede üniversite-ihracatçı bağlantısının güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

6. EYLEM ALANI

: FİNANSMAN

15. STRATEJİK HEDEF

: Finansal Enstrümanların ve Ticaret Destek Araçlarının Artırılması ve Verimli Kullanımının Sağlanması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
59	Eximbank tarafından ihracat kredi sigortası uygulaması yaygınlaştırılıp ihracatçıların ticari bankaları da kullanarak kaynak elde etmesi sağlanacaktır.	Eximbank (S), Ekonomi Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TBB	2012-2015	Eximbank kaynaklarının yaklaşık yüzde 90'ından fazlasını oluşturan kısa vadeli krediler, ihracatçının işletme sermayesi ihtiyacını gidermekte ancak Eximbank kaynaklarıyla sınırlı kalmaktadır. Eximbank tarafından ihracat alacağının sigortalınması ve sigorta bedellerinin teminat gösterilerek ticari bankalardan kredi alınması daha fazla ihracatçının daha geniş bir kaynak kullanımını sağlayacaktır.
60	Sermaye malları ve yüksek teknoloji sektör ihracatını desteklemek amacıyla ülke kredi ve garanti programları ile diğer orta-uzun vadeli kredi programlarının kullanımını artıracak ve yeni destek programları geliştirilecektir.	Eximbank (S), Ekonomi Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, TBB	2012-2015	Üretimi uzun zaman alan elektrikli makineler, elektronik, gemi ve makine gibi yüksek teknoloji içeren sektörlerin ürettiği malların ihracatını desteklemek, mevcut sistemin sorunlarını çözmek ve bu sektörlerin Eximbank kaynaklarını etkin kullanımını sağlamak amacıyla ülke kredi ve garanti programları ile diğer orta-uzun vadeli kredi programlarının kullanımının artırılması ve yeni destek programlarının hazırlanması amaçlanmaktadır.

61	İhracatçıların kur riskini ortadan kaldıracak finansal enstrümanların tanıtımı yapılarak kullanımı yaygınlaştırılacak ve ihracatta döviz kuru riski sigorta sistemi kurulacaktır.	<p style="text-align: center;">Eximbank (S), Ekonomi Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Eximbank, TİM, Türkiye Bankalar Birliği, Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası</p>	2012-2015	<p>İhracatçıların rekabet gücünün korunması amacıyla, kur riski yönetimine ilişkin türev ürün uygulamaları kapsamında TürkEximbank tarafından Nisan 2011'den itibaren opsiyon imkanları sunulmaya başlanmıştır. Söz konusu uygulama ile, esasen ülkemiz bankacılık piyasasında faaliyet gösteren ticari bankalar tarafından verilen opsiyon hizmetinin kapsamının genişletilerek, ticari bankacılık piyasasını tamamlayıcı yönde hareket edilmesi hedeflenmiş olmakla birlikte, ülkemiz finansal piyasalarındaki gelişmeler paralelinde kur riski yönetimine ilişkin hizmetlerin zaman içinde çeşitlendirilmesi de öngörülmektedir. Bu çerçevede, ayrıca, serbest kur sisteminde TL'nin değerini sürekli olarak kontrol altında tutmanın mümkün olmadığı hususu da dikkate alınarak dünya çapında rekabet eden ihracatçılarımızın kurlarda meydana gelecek dalgalanmalardan etkilenmeyecek yapıya kavuşturulması için yatırım mali ihraç eden ve bir yıldan uzun vadeli alacakları olan ihracatçıların kur risklerini sigorta kapsamına almak üzere yeni ürün geliştirilmesi amacıyla ülkemiz finansal piyasalarındaki gelişmeler yakından takip edilecek, üstlenilecek risklerin sağlıklı bir şekilde "hedge" edilmesine yönelik imkanların artması halinde, orta ve uzun vadeli ihracat alacaklarını da kapsamak üzere kur riski yönetimine ilişkin yeni hizmetler devreye sokulacaktır.</p>
62	Eximbank Serbest Ticaret Anlaşması ve Tercihli Ticaret Anlaşması yapılan ülkelere ile hedef ve öncelikli pazarlar için özel kredi programları hazırlayacaktır.	<p style="text-align: center;">Eximbank (S), Ekonomi Bakanlığı Hazine Müsteşarlığı</p>	2012-2015	<p>Eximbank'in Serbest Ticaret Anlaşması ve Tercihli Ticaret Anlaşması yapılmış ülkelere ilk üç yıl için (tutundurma) ülke kredisi programları ve hedef ve öncelikli pazarlara yönelik ihracat destek programları oluşturması ve söz konusu ülkelere seçilmiş ürün grupları için ihracat kapatma sürelerinin uzatılması amaçlanmaktadır.</p>

7. EYLEM ALANI

: İNSAN KAYNAĞI

16. STRATEJİK HEDEF

: Yüksek Verimli ve Nitelikli İnsan Sermayesinin Artırılması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
63	İhracat, ithalat, gümrükleme ve sigorta gibi alanlarda yeterli, belgeli ve yabancı dil bilen nitelikli işgücü sağlanacaktır.	Milli Eğitim Bakanlığı (S), Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, AB Bakanlığı, Mesleki Yeterlilik Kurumu, Türkiye İş Kurumu YÖK	2012-2015	Dış ticarete dönük alanlarda işgücü piyasası ihtiyaç analizi düzenli yapılacak, mesleki ve teknik eğitim program ve ortamları iyileştirilecek, hareketlilik, yeterlilik ve mesleki eğitimle ilgili AB tarafından geliştirilen araçların uygulanması sağlanacaktır.
64	Dış Ticaret Stratejik Araştırma ve Eğitim Merkezi Kurulacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Milli Eğitim Bakanlığı, YÖK, İlgili Kuruluşlar, TOBB, TIM	2012-2019	Dış ticaret stratejilerinin oluşturulması ve izlenmekte olan mevcut uygulamalarda gerek duyulabilecek araştırma ve eğitimin üniversitelerle işbirliği yapılarak sağlanması amacıyla bir Stratejik Araştırma ve Eğitim Merkezi kurulacaktır. Dış ticaretin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünün yetiştirilmesinin öngörüldüğü Eğitim Merkezinde daha çok eğitimcilerin eğitimi üzerine yoğunlaşılacaktır. Üniversitelerin dış ticaret bölümleri, meslek liseleri vb eğitim bölümlerindeki öğretim elemanlarının ve dış ticaretle ilgili kurslara eğitici olarak katılan uzmanların (kamu kurumlarından, özel firmalardan vb) eğitimi burada yapılacaktır.

65	Başta KOBİ'ler olmak üzere tüm ihracatçı firmaların dış ticarete yönelik faaliyetlerini yürütecek insan kaynakları potansiyelini oluşturmaya yönelik eğitim ve istihdam programları oluşturulacaktır.	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (S), MEB, YÖK, MYK, KOSGEB, TİM, TOBB	2012-2023	Ihracatçı firmaların ihtiyaç duydukları dış ticarete yönelik insan gücünün gerekli nitelik ve nicelik seviyesine ulaştırılması amaçlanmaktadır.
66	KOBİ çalışanlarının ve ihracatçıların bilgi birikiminin ve yönetim becerilerinin artırılması sağlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), TİM, TOBB	2012-2023	Hali hazırda yürütülmekte olan Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ ve geliştirilecek olan yeni destek mekanizması ile ihracatçıların ihtiyaç duyduğu insan gücünün gerekli nitelik ve nicelik seviyesine ulaştırılması amaçlanmaktadır.
67	Özel sektörün işbaşı eğitimleri geliştirilecektir.	TİM (S), Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, TOBB	2012-2023	Ihracatçı şirketlerin nitelikli işgücü planlaması yapmaları, ihtiyaç duyacakları yetkinlikler için mevcut işgücünün eğitimi ve bu kapsamdaki çalışmaların desteklenmesi amaçlanmaktadır.

7 EYLEM ALANI

: İNSAN KAYNAĞI

17. STRATEJİK HEDEF

: İhracat Yapısının İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması Yoluyla Güçlendirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
68	Firmaların rekabetçiliğinin artırılmasını teşvik edecek nitelikte, iş sağlığı ve güvenliği yatırımlarını destekleyecek özel programlar hazırlanacaktır.	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (S), Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Türk Standartları Enstitüsü	2012-2023	İşyerlerinde iş sağlığı ve güvenliği yatırımlarının artırılmasına yönelik olarak proje bazlı iş sağlığı ve güvenliği desteklerinin hazırlanması ve kullanılması amaçlanmaktadır. Firmamızın iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili uluslararası düzenlemelere uyumunun sağlanması teşvik edilecektir. Bu sayede bir ürünün üretim süreçlerine özel önem veren gelişmiş ülke pazarlarındaki tüketicilerin nezdinde firmamızın ve Türk ürünlerinin saygınlığının artırılması hedeflenmektedir.
69	İhracatçıların iş sağlığı ve güvenliği standartlarına geliştirilmesi sağlanacaktır.	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (S), TİM, İhracatçı Birlikleri	2012-2023	İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili standartlar konusunda firmaların bilgilendirilmesine yönelik eğitimlerin düzenlenmesi amaçlanmaktadır.

8. EYLEM ALANI

: MEVZUAT

18. STRATEJİK HEDEF

: İhracata Yönelik Mevzuat, Yasal Düzenleme ve Yönetmeliklerin Sektörel Öncelikler Gözetilerek Etkinleştirilmesi

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
70	Dahilde işleme rejimi, ihracata yönelik destekler ve benzeri dış ticaret işlemlerinde bürokrasinin azaltılması, işlemlerin tümüyle elektronik ortamda yapılması sağlanacaktır.	Ekonomi Bakanlığı (S), Maliye Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, İhracatçı Birlikleri	2012-2015	Halihazırda Ekonomi Bakanlığı tarafından Dahilde İşleme İzin Belgeleri ile TURQUALITY® desteklerine ilişkin işlemler ihracatçılarımıza elektronik ortamda sağlanmaktadır. İhracat işlem maliyetlerinin azaltılmasını teminen bu işlemlere ilave olarak fuar destekleri, tarım ihracat iadeleri, hariçte işleme izin işlemleri gibi ihracatın gerçekleştirilmesine yönelik işlemlerin elektronik ortamda daha kolay ve az maliyetle verilmesinin sağlanması ve bürokrasinin azaltılması amaçlanmaktadır.

9. EYLEM ALANI

: İZLEME-DEĞERLENDİRME

19. STRATEJİK HEDEF

: 2023 İhracat Stratejisi ve Performans Programı'nın Etkin Yönetiminin Sağlanması

Eylem No	Eylemler	Sorumlu ve İlgili Kuruluşlar	Süre	Açıklama
71	2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı Koordinasyon Kurulu kurulacaktır. Kurul 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planının yürütülmesi ve gerekli revizyonların yapılması hususunda yetkilidir.	Ekonomi Bakanlığı (S) Dışişleri Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Tek. Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hay. Bakanlığı, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, TÜBİTAK, Eximbank, TIM, TOBB	2012-2015	Eylemlerden sorumlu kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör dernek ve birlik temsilcilerinden oluşan kurul üç ayda bir toplanarak strateji eylem planlarında gelinen noktayı değerlendirecektir. Kurulun sekreteryası Ekonomi Bakanlığınca yürütülecektir.
72	TİM, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planının takibi amacıyla birim kuracaktır	TİM (S), İhracatçı Birlikleri	2012-2023	TİM, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planının uygulanmasını izlemek ve İhracatçı Birlikleri arasında eşgüdümü sağlamak amacıyla kurulacak birimde elde edilecek görüş, öneri ve değerlendirmeleri Koordinasyon Kurulu Sekreteryasına iletilecektir.