



Makine ihracatı 10 ayda 20,5 milyar dolarla rekor kırdı

Türkiye'nin makine ihracatı 10 ayda geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,7 artarak 20,5 milyar dolar oldu.

Uğur Aslanhan | 25.11.2022



İstanbul/Gaziantep

Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) verilerine göre, Türkiye'nin makine ihracatındaki rekor geçen ay da devam etti. **Makine imalat sanayisinin ocak-ekim ihracatı** geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,7 artarak 20,5 milyar dolara ulaştı.

İlk iki sırada yer alan Almanya ve ABD'ye toplam ihracat 4 milyar doları bulurken, bu alanda üçüncülüğe yükselen Rusya'ya makine satışı 1 milyar

dolar sınırına dayandı. Ocak-ekim döneminde Rusya'ya makine ihracatındaki artış yüzde 43,8'e yükseldi.

Serbest bölgeler dahil edilmediğinde makine ihracatı miktar olarak yüzde 2,2 artışla 3 milyon tonu geçti. Kilogram başına düşen ihracat birim değeri 6,3 dolar olarak gerçekleşti.

"Türkiye'nin toplam ihracatındaki payımız yüzde 10'u aştı"

Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu, AA muhabirine yaptığı değerlendirmede, makine sektörünün ihracat fırsat ve potansiyelinin, Türkiye'nin ihracat bazlı büyüme modeline geçtiği yıllar içindeki en yüksek seviyesinde olduğunu belirterek, "Küresel stagflasyon kaygıları giderek güçlenirken tedbirlerin de muğlaklaştığı bu dönemde, makine imalat sektörümüz Türkiye ekonomisi için sıra dışı bir potansiyel sunuyor." dedi.

İhracat gelirinin yüzde 70'ini gelişmiş ülkelerden sağladıklarını ve Türkiye'nin toplam ihracatındaki paylarının yüzde 10'u aştığını dile getiren Karavelioğlu, rekabetçi olduklarını ve kullanıcılara kalite fiyat ekseninde optimal çözümler sunduklarını vurguladı.

Karavelioğlu, küresel ticarete zorluklar arttıkça zemin kazanmayı sürdüreceklerini kaydederek, kendi yatırım ve ihracat stratejileri üzerine 20 yıldan fazladır kafa yormuş, güçlü örgütleriyle uluslararası temsilde etkin olmuş bir sektörün başarısının tesadüf olmadığını bildirdi.

"İhracat verilerimiz kasımın ilk yarısında yeniden ivmelendi"

Kutlu Karavelioğlu, küresel sanayide ihracat siparişlerindeki düşüşün sürdüğünü, Türkiye'de makine imalat sanayisinin özellikle son 5 yılda başardığı büyük dönüşüm ve kriz zamanlarında tesis ettiği güvenilir ilişkilerle bu daralmayı zorlanmadan aşabileceğinin işaretlerini verdiğini belirterek, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Makine ve teçhizat sanayisindeki üretim artışıımız, üçüncü çeyrekte yılın diğer dönemlerine yakın bir ortalamaıyla yüzde 14,1 seviyesinde gerçekleşti. Küresel kriz dönemlerini en az 6 aylık bir faz farkıyla izleyen sektörümüzde rakip ülkelerin makine imalatı beklenilenden önce inişe geçti. Bizim siparişlerimizde de bir yavaşlama olmakla birlikte bunun üretime etkisinin sınırlı kaldığını görüyoruz, ki kasım ayının ilk yarısında yeniden ivmelenen ihracat verilerimiz de bu durumu teyit ediyor."

"Çinlilerin karantina sebebiyle katılamadığı fuarlarda daha görünür hale geldik"

MAİB Başkanı Karavelioğlu, ayrıcalıklı müşterileri olan ülkelerin yatırım ve risk iştahını etkileyen unsurlarını yakından izlediklerini ifade ederek, ihracatın yüzde 60'ını yaptıkları Avrupa ülkelerinde uygulamaya konulan tasarruf tedbirlerinin, başta enerji yoğun sektörlerdeki müşterilerini etkileyeceğini söyledi.

Ancak peş peşe ilan edilen devlet desteklerini ve nükleer santral üretimlerini de dikkate alarak, baharla birlikte hedef pazarların sabit sermaye yatırımlarında bir iyileşme görmeyi beklediklerini aktaran Karavelioğlu, Avro Bölgesi'nde en belirleyici aktörün Almanya olacağını, bu ülkenin 200 milyar doları bulan yerli imalatçıyı koruma şemsiyesinin yatırım ortamını canlandıracağını anlattı.

Türk makine üreticilerinin son bir ayda katıldığı Euro Blech, K-Düsseldorf, Bauma ve EIMA fuarlarının önemli gelişmelere sahne olduğunu dile getiren Karavelioğlu, şu açıklamalarda bulundu:

"Çinlilerin karantina sebebiyle uzak kaldığı fuarlarda, bizim makinelerimiz çok daha görünür ve ilgi çeker hale geldi. Bazı fuarlarda ise en çok sergi açan birkaç ülkeden biri haline geldik, bunu kalıcı hale getirmenin yollarını bulmalıyız. Fuarlar esnasında, makinelerin tasarımında dijitalleşmenin ana tanıtım unsuru haline geldiğini, algılama, büyük veriye ulaşım ve karar verme yeteneklerinin çok hızlı gelişmekte olduğunu gördük.

Stant metrekarelerinin büyümesi ve işin şov tarafına özel önem verilmesi bakanlığımızın fuar desteklerini belirlerken dikkate alması gereken farklılıklar olarak ortaya çıkıyor. Startuplara özel holler ise bizim de yeni destekler üzerine çalışmamızı gerektiriyor."