



# Yaptıklarımız gelecek 10 yılın teminatı

**Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, bugüne kadar ihracatı 5 kat artırdıklarını belirterek, "10 yılda yaptıklarımız yapacaklarımızın teminatıdır" dedi**

Hazal ATEŞ/ANKARA

**EKONOMİ** Bakanı Zafer Çağlayan, "Son 10 yılda yaptıklarımız gelecek 10 yılda yapacaklarımızın teminatıdır. Dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz. Bu hedefe kamu-özel işbirliği ulaşacağız" dedi. Bakan Çağlayan, Türkiye ekonomisindeki

gelişimi anlatırken, IMF'ye borcun 860 milyon dolara indiğini anımsatarak, "Artı 5 milyar dolar borç vereceğiz" dedi.

Bakan Çağlayan, 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için atılacak adımları, dış ticarete yeni pazarlara yönelik çalışmalarını SABAH'a anlattı.

■ **İHRACAT 5 KAT ARTTI:** İhracat, 2000 yılındaki 27.8 milyar dolar seviyesinden yaklaşık 5 kat artış göstererek, geçen yıl Cumhuriyet tarihi rekoru kırdı ve 135 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2023 yılında ise hedefimiz 500 milyar dolarlık mal, 150 milyar dolarlık hizmet ihracatı gerçekleştirmek.

■ **TEKNOLOJİYE DAYALI ÜRETİM:** Gelecekte dünya pazarlarında rekabet gücü elde etmenin temel koşulu olarak teknolojiye dayalı üretimi görüyoruz. Geleneksel sektörümüzün yanı sıra Ar-Ge'ye dayalı katma değeri yüksek ve teknoloji odaklı ürünler üretmek önem taşıyor.

■ **HEDEF ÜLKELER:** İhracatın artırılması için "hedef ve öncelikli ülkeler" belirlendi. Çin, Rusya, Hindistan, ABD, Polonya, Brezilya, Suudi Arabistan, İran, Nijerya, Mısır, Libya, Endonezya, Irak, Kazakistan, Ukrayna, Japonya ve Güney Afrika hedef ülke listesinde yer aldı. Öncelikli 27 ülke bulunuyor. Bunlar Türkmenistan, Azerbaycan, Meksika, Peru, Şili, G. Kore, Malezya, Vietnam, Kenya, Gana, Tanzanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, Romanya, Slovakya, İsveç, Norveç, Angola, Etiyopya, Singapur, Kuveyt, Arjantin, Kolombiya, Cezayir, Kanada, Ürdün ve Katar.

■ **TÜRKİYE MARKASI GÜÇLENECEK:** Rekabetin giderek keskinleştiği günümüz dünyasında ülkeler artık markaları kadar güçlüler. Birçok ülkenin imajı ürettiği ürünlerle adeta iç içe geçmiş durumda. Bugün Alman arabası dediğimiz zaman sağlamlık ve güvenilirlik, Japon arabası dediğimizde teknoloji, İtalyan arabası dediğimizde ise estetik ve tasarım kavramları aklımıza geliyor. Aynı soruyu üründen bağımsız sorduğumuz zaman da verilen cevapların aşağı yukarı aynı olduğunu görüyoruz. Bu nedenle, Türkiye markasını güçlendirmenin en önemli yolunun ihraç ettiğimiz ürünlerimizin marka imajını güçlendirmekten geçtiğinin bilinci içerisindeyiz.

**Turquality** Programı, Türk malı imajının geliştirilmesi ve firmalarımızın kurumsal altyapılarının güçlendirilmesi açısından önemli. Hedefimiz küresel Türk markaları oluşturmak.