



Kimya İhracatı Sektör Raporu

1. Dünya Kimya Sektörü Genel Görünüm

Küresel kimya sektörü, dünya ekonomisinin en stratejik ve en büyük üretim kollarından biridir. İlaçtan tarıma, plastikten ileri malzemelere kadar çok geniş bir ürün yelpazeyle diğer tüm sanayi dallarına hammadde ve ara ürün sağlayarak kritik bir rol üstlenmektedir.

Bölgesel rekabet açısından bakıldığında, Çin son on yılda kimya ihracatındaki payını kayda değer ölçüde artırmıştır. Avrupa Birliği küresel kimya ihracatında güçlü bir aktör olmaya devam etse de son yıllarda artan enerji maliyetleri ve zayıflayan talep nedeniyle rekabet avantajını kaybetmiştir. ABD ise düşük enerji maliyetleri, özellikle doğal gaz avantajı sayesinde güçlü konumunu sürdürmektedir.

Türkiye'nin kimya sektörü, otomotiv ve tekstil ile birlikte ülkenin en büyük ihracat kalemlerinden biridir. Ulusal plan ve stratejilerde kimya ihracatının artırılması, yüksek katma değerli ürünlere yönelinmesi, Ar-Ge yatırımlarının artırılması ve Avrupa Yeşil Mutabakatına uyum sağlanması temel hedefler arasında gösterilmektedir.

Sektörün sürdürülebilirlik gündemi kapsamında, döngüsel ekonomi, karbon emisyonlarının azaltılması, enerji verimliliği ve atık yönetimi öne çıkan konular arasındadır. Türkiye'nin coğrafi olarak Avrupa, Orta Doğu ve Orta Asya pazarlarına yakınlığı, yeni petrokimya yatırımları ile hammadde bağımlılığını azaltma potansiyeli ve güçlü lojistik altyapısı ihracat potansiyelini desteklemektedir.



<https://www.youtube.com/watch?v=bieBeQD8Grc>

1.1. Dünya Kimya Sektörü

Dünya kimya sektörü, **2,3 trilyon doların üzerinde ithalat hacmi** ile küresel ekonominin en önemli ticaret alanlarından birini temsil etmektedir. Kimya ürünleri, yalnızca sanayi üretiminde değil; tarım, sağlık, enerji, inşaat, otomotiv ve ileri teknoloji sektörleri gibi pek çok alanda **stratejik ara mal** niteliği taşımaktadır. Bu nedenle kimya ithalatı, ülkelerin hem ekonomik gelişmişlik düzeyleri hem de sanayi yapıları hakkında doğrudan fikir vermektedir.

Verilere göre, sektörün en büyük kalemini **30. Fası – Eczacılık ürünleri** oluşturmaktadır. Yaklaşık **930 milyar dolar** ile toplam ithalatın **%40'ına** yaklaşan bu fasıl, özellikle ilaç,

biyoteknoloji ürünleri ve medikal girdilerin dünya ticaretindeki kritik rolünü göstermektedir. **29. Fasil – Organik kimyasallar** ise 490 milyar dolar değerle ikinci sıradadır ve plastik, petrokimya, tarım ilaçları ve otomotiv sektörleri için temel girdi oluşturmaktadır. **28. Fasil – Anorganik kimyasallar** (174 milyar \$) ve **38. Fasil – Çeşitli kimya ürünleri** (255 milyar \$) ise endüstriyel hammaddeler, temizlik ürünleri, özel kimyasallar ve katkı maddeleri açısından önemli paylara sahiptir. Bu tablo, dünya kimya sektörünün hem sağlık hem de sanayi odaklı iki güçlü eksen etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır.

1.2. Bölgesel Görünüm

- **Asya-Pasifik:** Küresel üretim ve tüketimin merkezi haline gelmiştir. Çin, Hindistan ve Güney Kore sanayileşme ve ihracat odaklı üretimle sektörde en hızlı büyüyen aktörlerdir.
- **Avrupa Birliği:** Hâlen küresel kimya ihracatında güçlü bir oyuncu konumundadır. Ancak yüksek enerji fiyatları, çevresel regülasyonlar ve zayıf talep nedeniyle rekabet gücü zayıflamaktadır.
- **ABD:** Düşük enerji maliyetleri (özellikle doğal gaz) ve büyük ölçekli üretim kapasitesi ile avantajlı konumunu sürdürmektedir.
- **Orta Doğu:** Petrokimya odaklı yatırımlar sayesinde küresel tedarik zincirinde yükselen bir merkezdir.

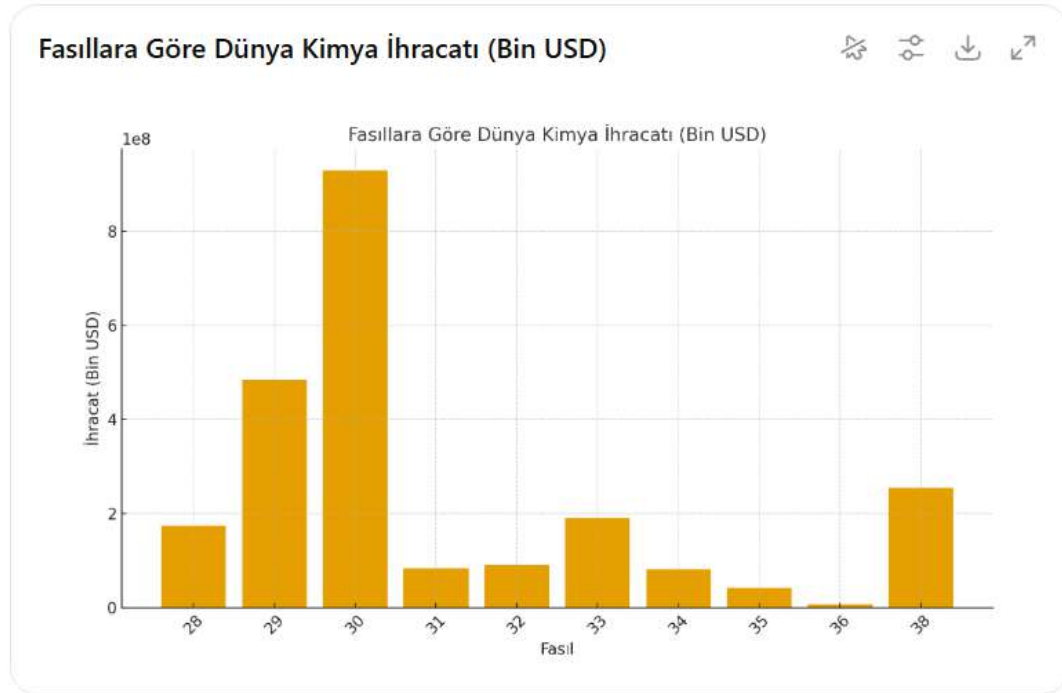
1.3. Küresel Trendler

- **Sürdürülebilirlik ve Yeşil Dönüşüm:** Avrupa Yeşil Mutabakatı, karbon nötr hedefler ve çevresel standartlar tüm dünyada sektörü dönüştürmektedir.
- **Ar-Ge ve İnovasyon:** Yüksek teknoloji kimyasallar, ileri malzemeler ve biyoteknolojik ürünler geleceğin ana büyüme alanlarını oluşturmaktadır.
- **Tedarik Zinciri Yeniden Yapılanması:** Pandemi sonrası dönemde Asya merkezli üretime bağımlılık sorgulanmakta, bölgeler arası çeşitlendirme eğilimi güçlenmektedir.
- **Enerji Fiyatları:** Küresel ölçekte rekabet avantajını doğrudan belirleyen en kritik faktörlerden biri olmaya devam etmektedir.

1.4. Kimya Sektöründe Önde Gelen İhracatçılar (2024 rakamlarıyla)

Fasil	Ürün Grubu	Dünya İhracatı (Bin USD)	Lider Ülkeler
28	İnorganik Kimyasallar	173.648.718	Çin (%15,2), ABD (%8,3) Almanya (%6,6)
29	Organik Kimyasallar	484.127.371	Çin (%17,1), ABD (%10,7), İsviçre (%9,6)
30	Eczacılık Ürünleri	929.099.677	Almanya (%13,9), İsviçre (%11,9), ABD (%11)
31	Gübreler	83.073.217	Rusya (%18,2), Çin (%10,2), Kanada (%8)

32	Boya, Vernik, Mürekkep	89.815.782	Almanya (%13,8), Çin (%11,7), ABD (%9)
33	Kozmetik, Uçucu Yağlar	189.432.254	Fransa (%14,5), ABD (%8,1), Almanya (%6,8)
34	Sabun, Deterjan, Yüzey Aktif Maddeler	80.932.567	Almanya (%11,9), ABD (%10,3), Çin (%9,9)
35	Albüminoid Maddeler, Enzimler	41.449.775	Almanya (%12), Çin (%11,9), ABD (%11,8)
36	Patlayıcı Maddeler	6.752.512	Çin (%18,6), ABD (%16), Fransa (%6,4)
38	Çeşitli Kimya Ürünleri	255.019.255	Çin (%14,2), ABD (%11,4), Almanya (%10,8)
	TOPLAM	2.333.351.128	ABD (%10,3), Almanya (%10,6), Çin (%8,1)



Kimya sektöründe dünya ihracatının liderleri, farklı ürün gruplarına göre değişkenlik göstermektedir. Çin, özellikle inorganik ve organik kimyasallar ile patlayıcılar gibi temel ve hammadde ağırlıklı alt sektörlerde açık farkla lider konumdadır. Buna karşılık, Almanya, Fransa, İsviçre ve ABD yüksek katma değerli ürünlerde öne çıkmaktadır.

Hammadde ve Ara Ürünlerde Liderlik

- **Çin**, inorganik (%26) ve organik kimyasallarda (%22) ilk sıradadır. Bu durum Çin'in küresel ölçekte düşük maliyetli üretim ve geniş kapasiteye sahip olduğunu göstermektedir.

- **Rusya**, gübre ihracatında %20'lik payıyla liderdir. Kanada, Belarus ve Çin de önemli tedarikçiler arasında yer alır.
- Patlayıcı maddelerde de **Çin** %28 ile öne çıkmaktadır.

Katma Değerli Ürünlerde Avrupa Üstünlüğü

- **Eczacılık ürünlerinde** Almanya (%15) ve İsviçre (%14) ön plana çıkmaktadır. Belçika ve İrlanda da ilaç sanayinde güçlü aktörlerdir.
- **Kozmetik ve uçucu yağlarda** Fransa (%22) açık ara lider olup, ABD, Almanya, İtalya ve Güney Kore onu takip etmektedir. Bu tablo Fransa'nın küresel kozmetik markalarıyla sahip olduğu gücü yansıtmaktadır.
- **Enzimler ve albüminoid ürünlerde** ABD (%20) ve Danimarka (%15) biyoteknoloji üstünlüğünü korumaktadır.

Orta Segment Ürünler

- **Sabun, deterjan ve yüzey aktif maddelerde** Almanya (%16) ve ABD (%12) öne çıkarken Malezya (%9) palm bazlı üretimiyle dikkat çekmektedir.
- **Boya ve vernikte** Almanya (%18) liderdir; ABD, Çin ve Japonya da bu segmentte güçlüdür.
- **Çeşitli kimya ürünlerinde** ABD (%18) ve Almanya (%14) ön plana çıkmaktadır.

1.5. Kimya Sektöründe Dış Ticaret Dengeleri

Kimya sektörü küresel ticarete fazla veren ülkeler ile açık veren ülkeler arasında belirgin bir ayrışmaya sahiptir.

Fazla veren ülkeler arasında **Çin, ABD, Almanya, Güney Kore, Japonya ve Suudi Arabistan** öne çıkmaktadır. Bu ülkeler, büyük ölçekli üretim kapasiteleri, düşük enerji maliyetleri veya yüksek teknolojiye dayalı özel kimyasal üretimleri sayesinde dış ticaret fazlası yaratmaktadır.

Dış ticaret açığı veren ülkeler arasında ise **Türkiye, Hindistan, Brezilya, Fransa ve İtalya** öne çıkmaktadır. Özellikle hammadde bağımlılığı yüksek olan ülkeler, kimya sektöründe net ithalatçı konumunda bulunmakta, bu da sektörün dış ticaret dengelerini belirleyen temel unsurlardan biridir.

1.6. Başlıca İthalatçı Ülkeler

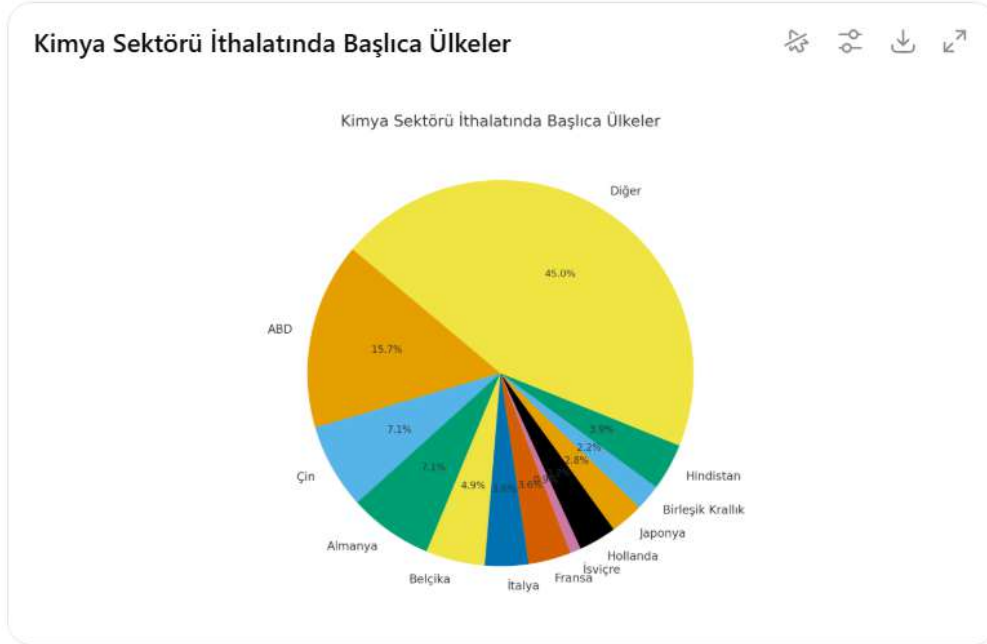
Kimya sektöründe ithalatın en yoğun olduğu ülkeler **ABD, Çin ve Almanya** olup, bu üç ülke tek başına dünya kimya ithalatının yaklaşık **%30'unu** gerçekleştirmektedir.

- **ABD (377 milyar \$):** Dünya lideri konumundadır. Özellikle eczacılık ürünleri ithalatı öne çıkmakta, toplam kimya ithalatının yarısından fazlasını ilaçlar oluşturmaktadır. ABD'nin yüksek teknoloji, biyoteknoloji ve sağlık harcamalarındaki artış, bu büyük ithalat hacmini açıklamaktadır.
- **Çin (171 milyar \$):** Organik kimyasallar ve sanayi hammaddelerinde öne çıkmaktadır. Çin'in kimya ithalatında ilaç payı ABD'ye kıyasla daha düşüktür; bunun nedeni Çin'in

kendi ilaç üretim kapasitesini hızla artırması ve ithalatını daha çok **endüstriyel girdilerde yoğunlaştırmasıdır**.

- **Almanya (170 milyar \$):** Avrupa'nın en büyük sanayi ülkesi olan Almanya'da hem ilaç hem de ileri kimyasallar ithalatı güçlüdür. Bu durum, ülkenin otomotiv, kimya ve ilaç sanayisinin geniş tabanıyla doğrudan bağlantılıdır.
- **Belçika (119 milyar \$), İtalya (87,7 milyar \$), Fransa (85,5 milyar \$), İsviçre (83,5 milyar \$)** gibi ülkeler de önemli ithalatçılar arasında yer almaktadır. Özellikle Avrupa ülkelerinde ilaç ithalatı öne çıkarken, Japonya ve Güney Kore gibi Asya ülkelerinde hem ileri kimyasallar hem de farmasötik ürünler ithalatı güçlüdür.

Bu dağılım, gelişmiş ekonomilerin daha çok **yüksek katma değerli kimya ürünlerinde** ithalata bağımlı olduğunu, gelişmekte olan ekonomilerin ise **hammadde ve sanayi girdileri** ithalatına odaklandığını göstermektedir.



2. Türkiye Kimya Sektörü

2.1. Türkiye Kimya Sektörü Genel Görünüm

Türkiye kimya sektörü, geniş ürün yelpazesiyle ülke ekonomisinin en önemli alanlarından biridir. Petrokimya, sabun, deterjan, gübre, ilaç, boya, vernik, sentetik elyaf ve soda gibi çok çeşitli ürün gruplarını kapsayan sektör, sermaye ve teknoloji yoğun yapısıyla öne çıkmaktadır. Sektörde çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletme bulunmakla birlikte, büyük ölçekli ulusal ve uluslararası firmalar da faaliyet göstermektedir. Üretim tesislerinin çoğu, lojistik avantajlar ve hammaddeye erişim kolaylığı nedeniyle Marmara, Ege ve Akdeniz kıyı bölgelerinde yoğunlaşmıştır.

Türkiye kimya sektörü, güncel veriler ışığında imalat sanayii içinde önemli bir konuma sahiptir. 2021 yılı itibarıyla sektörde 417 binden fazla kişi çalışmakta olup bu rakam, imalat sanayi istihdamının yaklaşık yüzde 9'una, toplam istihdamın ise yüzde 2,4'üne karşılık gelmektedir. Aynı yıl sektörün yarattığı katma değer 164 milyar TL seviyesine ulaşmış ve bu

tutar imalat sanayii katma değerinin yüzde 14,7'sini, Türkiye ekonomisinin genel toplamının ise yüzde 6,1'ini oluşturmuştur.

Sektörün büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluştuğu görölmektedir; işletmelerin yüzde 74'ü mikro ölçekli, yüzde 25'i küçük ve orta ölçekli, yalnızca yüzde 1'i ise 250 ve üzeri çalışana sahip büyük ölçekli firmalardır. Milli gelir katkısı açısından doğrudan bir oran paylaşılmasa da, kimya sektörü üretiminin yaklaşık yüzde 70'i diğer sektörlerle ara girdi olarak kullanılmaktadır. Bu durum, sektörün yalnızca kendi yarattığı katma değerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda otomotiv, tekstil, tarım, inşaat ve sağlık gibi birçok alanda üretim zincirini besleyerek ekonomiye çok daha geniş bir etki sağladığını ortaya koymaktadır.

İhracatta Avrupa Birliği ölkeleri ve Orta Doğu öne çıkarken, ithalat tarafında yine AB ölkeleri ile Asya ölkeleri başı çekmektedir. En fazla ithalat yapılan alt sektörler arasında plastik hammaddeler, sentetik kauçuk, temel kimyasallar ve eczacılık ürünleri bulunmaktadır.

Sektörün rekabet gücünü belirleyen en önemli unsurlar enerji maliyetleri, hammadde erişimi, lojistik altyapı ve AB mevzuatıyla uyumdur. Özellikle enerji maliyetlerinin yüksekliği, sektörde üretim maliyetlerini artıran temel sorunlardan biridir. AB mevzuatıyla uyum çalışmaları sürerken, çevreye duyarlı üretim ve yeşil kimya uygulamaları giderek önem kazanmaktadır. Ar-Ge yatırımlarının artırılması, inovasyon kapasitesinin geliştirilmesi ve kümelenme stratejilerinin uygulanması sektörün uzun vadeli gelişimi açısından kritik öneme sahiptir.

Genel olarak Türkiye kimya sektörü, güçlü üretim kapasitesi ve bölgesel ölçekteki liderliğiyle öne çıkmakta; ancak yüksek ithalat bağımlılığı, enerji maliyetleri ve mevzuat uyumu gibi alanlarda yapısal sorunlarla karşı karşıya bulunmaktadır. Bu sorunların aşılması, sürdürülebilir büyüme ve uluslararası rekabet gücü için belirleyici olacaktır.



["Pazar Araştırması Nasıl Yapılır?" Youtube yayınıımız için tıklayın.](#)

2.2. Türkiye'nin Kimya İhracatı Potansiyeli

Türkiye, kimya sektöründe artan üretim kapasitesi ve çeşitliliği ile son yıllarda ihracatını istikrarlı biçimde artırmaktadır. **Coğrafi avantajları, geniş ürün gamı ve büyüyen komşu pazarları** sayesinde Türkiye'nin kimya ihracat potansiyeli oldukça yüksektir.

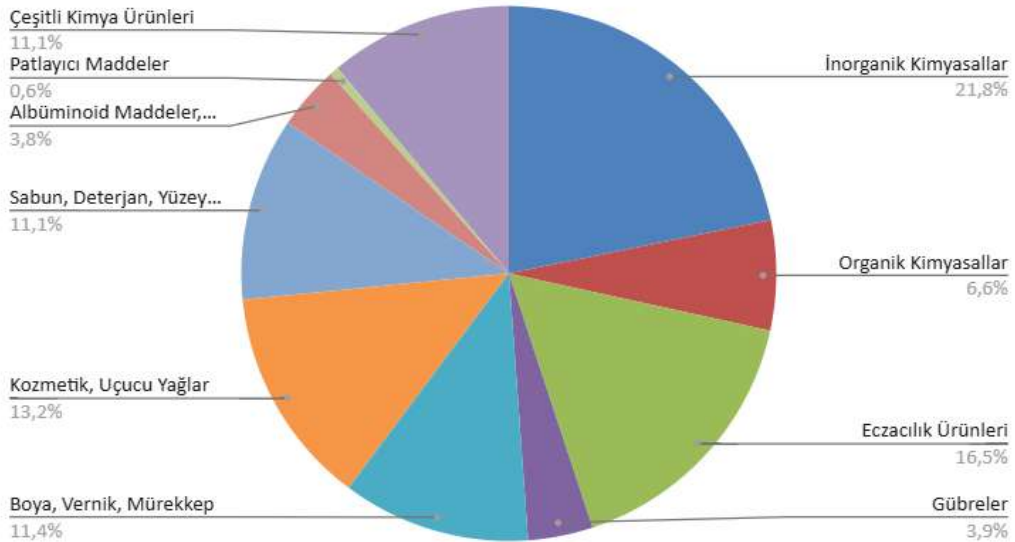
- **Coğrafi Konum ve Lojistik Avantaj:** Türkiye, Avrupa Birliği ölkelerine karayolu ve denizyolu ile kısa sürede ulaşabilmekte; aynı zamanda Orta Doğu, Kuzey Afrika, Kafkasya ve Orta Asya pazarlarına açılan bir köprü işlevi görmektedir. Bu durum, özellikle kimya gibi lojistik maliyetlerin yüksek önem taşıdığı sektörlerde Türkiye'ye rekabet avantajı sağlamaktadır.

- **Üretim Çeşitliliği:** Türkiye’de plastik, kauçuk, boya, temizlik ürünleri, gübre, kozmetik, ilaç ve medikal ürünler gibi alt sektörlerde güçlü bir üretim tabanı mevcuttur. Özellikle plastik ve temizlik ürünleri ihracatında Türkiye bölgesel bir merkez konumuna gelmiştir.
- **Yükselen İhracat Alanları:** Türkiye’nin rekabetçi olduğu alanlar arasında **29. Fası (organik kimyasallar)** ve **38. Fası (çeşitli kimya ürünleri)** öne çıkmaktadır. Ayrıca son yıllarda ilaç ve biyoteknoloji yatırımlarıyla birlikte **30. Fası (eczacılık ürünleri)** ihracatında da dikkat çekici bir artış potansiyeli görülmektedir.

Türkiye’nin kimya ihracat potansiyeli yalnızca Avrupa pazarları ile sınırlı değildir. Orta Doğu ve Afrika ülkelerinin hızla büyüyen kimya ithalatı, Türkiye için stratejik fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca Türk üreticilerin **uluslararası kalite standartlarına uyumu, CE ve ISO sertifikasyonları** ve **Ar-Ge yatırımları** sayesinde yüksek katma değerli ürünlerde payını artırması mümkündür.

2.3. Türkiye’nin Kimya İhracatı ve Öne Çıkan Ülkeler

Türkiye'nin Fasılar İtibarıyla Kimya Sektörü İhracatı (2024)

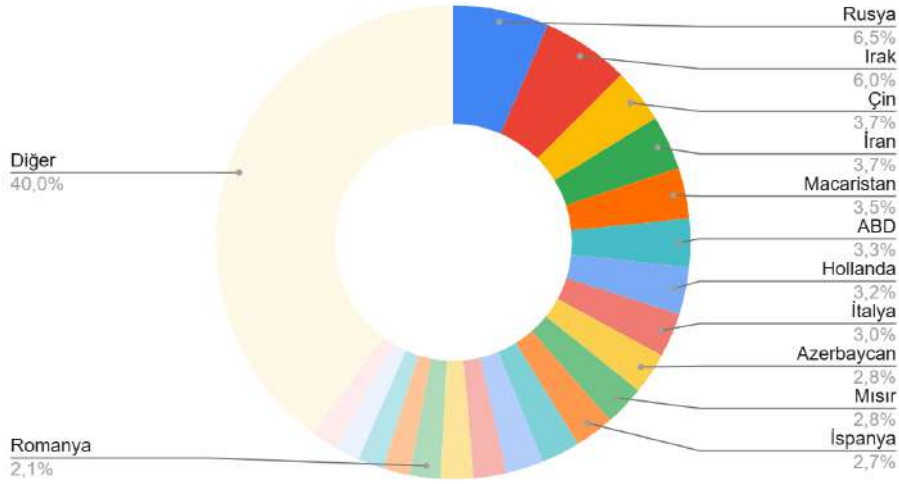


Fası	Ürün Grubu	Türkiye'nin İhracatı	Lider Ülkeler
28	İnorganik Kimyasallar	2.994.021	Çin (%14,7), İspanya (% 6,7), Hollanda: (%6,1)
29	Organik Kimyasallar	910.910	İtalya (%10,6), İspanya (%7,8), Yunanistan (%7,3)
30	Eczacılık Ürünleri	2.266.231	Macaristan (%18,9), Kore (%13,6), Gürcistan (%7,0)
31	Gübreler	538.720	Irak (%21,0), Ukrayna (%10,9), Romanya (%8,4)

32	Boya, Vernik, Mürekkep	1.559.989	Rusya (%12,9), Irak (%9,3), Özbekistan (%5,0)
33	Kozmetik, Uçucu Yağlar	1.815.498	Irak (%8,5), Rusya (%6,9), İran (%3,6)
34	Sabun, Deterjan, Yüzey Aktif Maddeler	1.524.226	Rusya (%10,1), Irak (%8,9), Azerbaycan (%5,5)
35	Albüminoid Maddeler, Enzimler	528.435	Rusya (%15,9), İran (%10,7), Irak (%5,8)
36	Patlayıcı Maddeler	76.023	Bulgaristan (%21,6), Azerbaycan (%7,4), Mısır (%6,2)
38	Çeşitli Kimya Ürünleri	1.520.101	Rusya (%10,7), Irak (%5,0), İran (%4,4)
	TOPLAM	13.734.154	Rusya (%6,5), Irak (%6), Çin (%3,7)

Kimya Sektöründe Türkiye'nin ilk 20 İhraç Pazarı (2024, bin USD)	
Rusya	896,157
Irak	821,087
Çin	511,019
İran	507,936
Macaristan	476,068
ABD	453,278
Hollanda	442,003
İtalya	415,888
Azerbaycan	387,982
Mısır	378,680
İspanya	366,788
Gürcistan	363,831
Güney Kore	352,925
Almanya	306,936
Özbekistan	306,154
Romanya	285,991
Polonya	249,024
Hindistan	245,736
Ukrayna	238,584
Birleşik Krallık	236,761
Diğer	5,491,326
TOPLAM	13,734,154

Kimya Sektöründe Türkiye'nin ilk 20 İhraç Pazarı



3. Kimya İhracatında Dijital Dönüşüm ve Pazarlama

Kimya ihracatında dijital varlıkların güçlü olması, firmaların uluslararası rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Günümüzde ithalatçılar, distribütörler ve nihai kullanıcıların büyük bölümü satın alma kararlarını vermeden önce dijital araştırma yapmaktadır. Bu nedenle kimya sektöründe faaliyet gösteren firmaların yalnızca üretim kapasitesiyle değil, dijital ortamda da güven veren, hızlı ve erişilebilir bir altyapı sunmaları kritik öneme sahiptir.



[İhracata Uygun Websitesi Yapmak Rehberimiz İçin Tıklayın.](#)

3.1. Web Sitesi ve Altyapı

- **Çok dilli yapı:** Kimya ürünleri geniş bir coğrafyaya ihraç edilmektedir. Web sitelerinin İngilizce'nin yanı sıra Arapça, Almanca, Fransızca, Rusça ve İspanyolca dillerinde hazırlanması gerekmektedir.
- **Hız ve performans:** Kimya sektöründe ürün veri sayfaları, güvenlik bilgi formları (MSDS), sertifikalar ve teknik kataloglar yoğun PDF ve görsel içerik barındırır. Site

altyapısı tüm cihazlarda 2–3 saniyede açılacak şekilde optimize edilmelidir.

- **SEO uyumu:** “chemical exports Turkey”, “petrochemical suppliers”, “specialty chemicals distributor” gibi anahtar kelimelere odaklanarak görünürlük artırılmalıdır.

3.2. Güven Artırıcı Unsurlar

- **Teknik içerikler:** MSDS belgeleri, REACH uyumluluk sertifikaları, ürün katalogları ve kullanım alanlarını gösteren teknik dökümanlar mutlaka yer almalıdır.
- **Referans projeler:** Daha önce ihracatı yapılan ülke pazarları, çalışılan sektörler (ilaç, tarım, plastik vb.) ve müşteri portföyü örnekleri paylaşılmalıdır.
- **Müşteri yorumları:** Uluslararası partnerlerden alınan referans mektupları ve kısa video yorumları güveni artırır.

3.3. Dijital İçerik Pazarlaması

- **Blog ve makaleler:** Küresel kimya trendleri, sürdürülebilir kimyasallar, AB Yeşil Mutabakat uyumu gibi konularda düzenli yayınlar hem SEO'ya katkı sağlar hem de uzmanlığı gösterir.
- **Webinarlar ve teknik seminerler:** B2B pazarlarda güven oluşturmaının en etkili yollarından biri, kimya uzmanlarının canlı yayınlarla ihracatçılara bilgi sunmasıdır.
- **Video içerikler:** Üretim tesislerinin tanıtımı, kalite kontrol süreçleri ve başarı hikâyeleri özellikle LinkedIn ve YouTube üzerinden paylaşılmalıdır.
- **Podcast ve kısa videolar:** “Sürdürülebilir kimya”, “biyobazlı hammaddeler” gibi temalarda içerik çeşitlendirmesi erişimi genişletir.



[Mini MBA: B2B İhracat Pazarlama, İş Geliştirme ve Satış Rehberimiz Yayınımız için tıklayın.](#)

3.4. Pazarlama Otomasyonu ve CRM

- **CRM sistemleri:** Kimya ihracatında ürün bazlı farklı müşteri segmentlerine yönelik sipariş ve teklif süreçleri CRM yazılımları ile otomatikleştirilebilir.
- **Otomatik e-posta dizileri:** Potansiyel ithalatçılara yeni ürün duyuruları, regülasyon güncellemeleri ve kampanyalar düzenli olarak iletilebilir.

- **Segmentasyon:** İlaç, tarım, plastik veya deterjan sektörlerine yönelik alıcı profillerine özel içerikler sunulabilir.

3.5. Çok Kanallı İletişim

- **LinkedIn:** Özellikle B2B kimya ticaretinde karar vericilere doğrudan ulaşmak için en güçlü kanaldır.
- **Kurumsal web sitesi:** Ana dijital vitrin olmalı, trafik buraya yönlendirilmelidir.
- **E-posta pazarlaması:** Uygun maliyetli ve yüksek verimli bir iletişim aracıdır.
- **Dijital reklamlar:** Google Ads ve LinkedIn Ads ile “chemical buyers” ve “distributors” gibi hedef gruplara ulaşmak mümkündür.,

4. Ticaret Bakanlığı Tarafından Kimya İhracatına Verilen Destekler

Türkiye’nin ihracatında **ilk sıralarda yer alan kimya sektörü**, Ticaret Bakanlığı tarafından öncelikli sektörlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Geniş ürün yelpazesi (GTİP 28–39, 40), hem sanayiye ara malı sağlayan hem de tüketiciye doğrudan ulaşan ürünleri kapsadığı için, sektörde faaliyet gösteren firmaların uluslararası pazarlarda güçlenmesi adına çeşitli devlet destekleri sağlanmaktadır.

Bu destekler; **pazara giriş belgeleri, uluslararası fuar ve tanıtım faaliyetleri, marka tescili, pazar araştırması ve Turquality/Markalaşma programları** üzerinden yürütülmektedir.



[Mal İhracatı Destekleri Rehberimiz İçin Tıklayın.](#)

4.1. Hedef Ülkeler ve Öncelikli Sektör Statüsü

- **Hedef ülkeler listesi:** 2025 yılı itibarıyla Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan 55 hedef ülke arasında kimya ihracatı için özellikle önem arz eden pazarlar şunlardır:

- **AB ülkeleri** (GTİP 28–30 ve 33 için)
- **Orta Doğu ve Kuzey Afrika** (GTİP 31 gübre, GTİP 33 kozmetik, GTİP 34 deterjan)
- **Latin Amerika** (GTİP 31 gübre, GTİP 39 plastik)
- **Asya-Pasifik ülkeleri** (GTİP 29 organik kimyasallar, GTİP 39 plastikler, GTİP 30 eczacılık ürünleri)
- Öncelikli sektör kapsamında, kimya ihracatı yapan firmalara verilen desteklerde +5 puan ilave avantaj uygulanmaktadır.

4.2. Pazara Giriş Belgeleri

Kimya ihracatında, hedef ülkelere giriş için **uluslararası uyum belgeleri ve sertifikalar** zorunludur. Bakanlık, bu belgeler için maliyetlerin %50–%75'ini hibe olarak karşılamaktadır.

Başlıca belgeler:

- **REACH, CLP (AB uyum belgeleri):** AB'ye kimyasal ihracatı için en kritik belgelerdir.
- **MSDS / SDS (Malzeme Güvenlik Bilgi Formları):** GTİP 28–29 ve GTİP 31 ürünleri için ithalatçıların ilk talep ettiği belgelerdir.
- **ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001:** Kalite, çevre ve iş sağlığı yönetim sistemleri. Özellikle GTİP 33 kozmetik, GTİP 34 deterjan ihracatında tercih edilir.
- **GMP (Good Manufacturing Practices):** İlaç ve eczacılık ürünleri (GTİP 30) için zorunlu.
- **Halal ve Kosher Sertifikaları:** Gıda katkı maddeleri ve kozmetik ihracatında kritik öneme sahip.
- **Ecolabel ve sürdürülebilirlik sertifikaları:** AB Yeşil Mutabakat çerçevesinde giderek önem kazanmaktadır. Özellikle GTİP 39 plastik ve GTİP 38 muhtelif kimyasallarda öne çıkmaktadır.

4.3. Yurt Dışı Tanıtım ve Reklam Destekleri

Kimya sektöründe marka algısı ve güvenilirlik, **uluslararası tanıtım faaliyetleri** ile güçlendirilir.

- **Desteklenen harcamalar:** TV ve radyo reklamları, internet/dijital kampanyalar (Google, LinkedIn, YouTube), basılı materyaller, fuar katalogları, açık hava reklamları.
- **Destek oranı:** %50–%75
- **Üst limitler (2025):** 9,5 milyon TL (birim bazlı), 15,2 milyon TL (marka tesciline bağlı harcamalar).

Örneğin, GTİP 33 (kozmetik ürünleri) için uluslararası influencer iş birlikleri ve sosyal medya kampanyaları; GTİP 31 (gübreler) için tarım fuarlarında teknik tanıtımlar bu kapsama girmektedir.

4.4. Yurt Dışı Marka Tescil Desteği

- Uluslararası marka tescili, özellikle **kozmetik (GTİP 33)**, **ilaç (GTİP 30)** ve **plastik (GTİP 39)** alt sektörleri için kritik önemdedir.
- Marka/patent bürosu hizmetleri, danışmanlık, tescil araştırma ve inceleme giderleri desteklenmektedir.
- 2025 yılı için üst limit **2,8 milyon TL** olup destek oranı **%50–%75**'tir.

4.5. Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği

- Bir firma yılda **5 araştırma faaliyeti** için destek alabilir.
- Aynı ülkeye yönelik yıllık destek hakkı **2 faaliyet** ile sınırlıdır.
- Seyahat başı ulaşım ve konaklama giderlerinin büyük kısmı karşılanmaktadır (2025 için iki kişi, 379.000 TL'ye kadar).
- Bu destek, özellikle **yeni pazarlara açılmak isteyen kimya firmaları** için kritik önemdedir.



Yurtdışı pazar araştırması desteğinden yararlanmak için Pazara Giriş Projesi - İhracat Planı hazırlanması ön şarttır. BAZ Girişim, bu konuda yetkili kuruluştur.

4.6. Fuar Katılım Destekleri

Kimya sektörü ihracatçıları, **uluslararası fuar katılımı** için devlet desteği alabilmektedir. Küçük işletmeler yılda 10, büyük işletmeler 5 fuara kadar destekli katılım sağlayabilir.

Kimya için öne çıkan fuarlar:

- **Arabplast (Dubai):** Plastik ve petrokimya ürünleri
- **In-Cosmetics (Paris):** Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri
- **CPhI Worldwide (Frankfurt):** İlaç hammaddeleri
- **European Coatings Show (Nürnberg):** Boya ve kaplama ürünleri

- **Fertilizer Latino Americano (Latin Amerika):** Gübreler
- **K-Fair (Düsseldorf):** Plastik ve kauçuk ürünleri

2025 için fuar destek üst limitleri:

- Genel fuarlar: **571.000 TL**
- Sektörel fuarlar: **953.000 TL**
- Prestijli fuarlar: **2,8 milyon TL**

4.7. Turquality ve Markalaşma Programları

Kimya sektöründe global marka olmayı hedefleyen firmalar için **Turquality ve Marka Programı** büyük avantajlar sunmaktadır.

- **Finansal destek:** 5–10 yıl süreyle stratejik pazarlama, reklam, danışmanlık ve organizasyon maliyetleri desteklenir.
- **Kimya özelinde önemi:** GTİP 33 (kozmetik), GTİP 30 (eczacılık), GTİP 39 (plastikler) alt gruplarında markalaşma, ihracat payını artırmada kritik rol oynar.

5. Sonuç

Küresel **kimya sektörü**, 2,3 trilyon doları aşan ticaret hacmi ile dünya ekonomisinin en stratejik alanlarından biri olmaya devam etmektedir. İlaç, plastik, organik ve inorganik kimyasallar, kozmetik ve gübre gibi geniş ürün grupları, hem sanayi üretiminde hem de tüketici pazarlarında kritik bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle **kimya sanayi**, yalnızca üretim boyutuyla değil; aynı zamanda teknoloji, inovasyon ve **sürdürülebilir kimya ihracatı** odaklı büyüme stratejileriyle öne çıkmaktadır.

Türkiye kimya sektörü, güçlü üretim kapasitesi, stratejik coğrafi konumu ve çeşitliliği ile bölgesel ve küresel pazarlarda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Avrupa Birliği, Orta Doğu, Afrika ve Asya pazarlarına yakınlık, Türk firmalarına lojistik üstünlük sunarken; **petrokimya, organik kimyasallar, eczacılık ürünleri ve plastikler** ihracatta öne çıkan alt sektörlerdir. Özellikle son dönemde artan Ar-Ge yatırımları, biyoteknoloji girişimleri ve Yeşil Mutabakat'a uyum süreci, **Türkiye kimya ihracatı** için stratejik bir rekabet avantajı yaratmaktadır.

Ayrıca dijital dönüşüm, sektörün uluslararası pazarlarda görünürlüğünü artıran bir diğer unsurdur. SEO uyumlu web siteleri, çok dilli dijital içerikler, LinkedIn ve Google Ads gibi kanallardan yapılan kampanyalar, **kimya ihracatçıları** için yeni müşteri ediniminde önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra CRM sistemleri ve dijital pazarlama otomasyonu, firmaların küresel alıcılarla daha etkin iletişim kurmasını sağlamaktadır.

Devlet tarafından sağlanan **ihracat destekleri** de kimya sanayinin büyümesine katkı sunmaktadır. Pazara giriş belgeleri, fuar katılım destekleri, marka tescilli ve Turquality programları sayesinde firmalar, hem finansal hem de operasyonel açıdan avantaj elde etmektedir.

Sonuç olarak, **Türkiye kimya sektörü ihracatı**, doğru stratejiler, sürdürülebilir üretim yatırımları ve dijitalleşme ile orta vadede daha yüksek katma değerli ürünlere odaklanarak küresel pazarlardaki payını artırma potansiyeline sahiptir. **Sürdürülebilir kimya ihracatı**, dijital

pazarlama stratejileri ve devlet desteklerinin birleşimi, Türkiye'yi yalnızca bölgesel değil, aynı zamanda küresel kimya ihracatında da güçlü bir aktör haline getirecektir.

6. Bize Ulaşın

Kimya sektöründe küresel fırsatları kaçırmak istemiyor musunuz?

BAZ Girişim olarak, **pazar araştırması, ihracat planlaması, dijital pazarlama ve devlet destekleri danışmanlığı** ile yanınızdayız.



Telefon: 0312 418 46 58 | 0545 149 95 27



E-posta: info@bazgirisim.com



Görüşme planlayın: [Calendly'den randevu alın](#)

Bize ulaşın ve firmanızı dünya kimya ihracatında bir adım öne taşıyın!

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital
pazarlama ve ihracat
danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 312 418 46 58