

SAYI 183 MAYIS 2020

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİM REPORT

İ TİM, EXPORT TALKS İLE BÜYÜKELÇİLER
VE İHRACATÇILARI BULUŞTURUYOR

İ İHRACATÇILAR, İNOVATİF GİRİŞİMCİLER
İLE SALGIN SONRASINA HAZIRLANIYOR

KORONAVİRÜSE KARŞI İHRACATTA YENİ ÖNLEM

SANAL TİCARET HEYETİ

TİM, Ticaret Bakanlığı'nın onayıyla dijital bir uygulama başlattı. Buna göre; salgından çıkışın başladığı Asya ülkelerini radarına alan ihracatçılar, sanal ticaret heyetleri düzenleyecek.

İŞİ DÜNYAYLA OLAN İHRACATÇILARA DÜNYA KADAR DESTEK!

6 aya kadar ödemesiz dönemli İhracat Kredisi
ve dış ticaret hizmetleri İhracatçıya Destek Paketi'nde.

e-Teminat Mektubu
İhracatçı Kart
Dış Ticaret Paketleri
e-İhracat Hizmet Paketi
Nakliyat Sigortası
Muhabir Garantili İhracat Faktoringi
e-Mail Bilgilendirme Hizmetleri
İş Bankası her zaman, her yerde sizinle.

TÜRKİYE  BANKASI



Kampanya çerçevesinde firma başına 2.000.000 €/2.000.000 \$/5.000.000 TL limite kadar kredi verilebilecektir. Kredi talepleri için son karar İş Bankası tarafından verilecektir. İş Bankası, kredi talebini reddetme ya da gerekli gördüğü takdirde farklı şartlarda kredi tahsis etme ve teminat talep etme hakkına sahiptir.

İşler hiç
durmasın diye



SSL VPN

Şirket uygulamalarına uzaktan güvenli erişim.



Bulut Santral Uygulaması

Sabit şirket numarası üzerinden arama yapma ve çağrı alma.



Vodafone Datacenter

Verilere hızlı ve güvenli erişim.

Vodafone Business çözümleri sizinle

Uzaktan çalışma düzeninde ihtiyaç duyduğunuz tüm teknoloji ve çözümler Vodafone Business'ta!

Detaylı bilgi:

vodafone.com.tr/vodafonebusiness

Hazır mısınız?



**vodafone
business**



İÇİNDEKİLER

6

BAŞKAN'DAN
“Ülke olarak marka değerimizi artırmaya devam ediyoruz”

18

HABER
“Sanal Ticaret Heyeti için çalışmalar tamamlandı”

34

TURQUALITY
“En iyi sağlık hizmetini sunmak için kendi ekosistemimizi oluşturduk”

40

SEKTÖR
Türkiye'nin katma değerli ihracatının öncü sektörü: Elektrik-Elektronik

46

SANAYİCİ
“Toplum sağlığının korunması için üretim çarkları devam etmeli”

52

ALT SEKTÖR
Ambalaj sektörü cari açığın kapanmasına katkı sağlıyor

56

ANALİZ
Petrol fiyatlarındaki düşüş armatörlere mi yarıyor?

58

HEDEF PAZAR
İhracatçılar için dikkat çeken bir pazar: Nijerya

TİMREPORT

SAHİBİ:

TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

YAYIN KURULU:

Mehmet Fatih BİLİCİ
Enise Didem ELMAS
Senem SANAL SEZERER

YÖNETİM YERİ:

Sanayi Caddesi DışTicaret
Kompleksi Yenibosna – İSTANBUL
T: (212) 454 04 71 F: (212) 454 04 13
www.tim.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

EDİTÖRLER

Ebru PAKSOY
Edip Ozan ÜÇÖK
Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,
Yılmaz MERMER

MUHABİR

Gizem İRİS

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ MÜDÜRÜ

Nilüfer ŞENTÜRK

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

Angel ZAMAN, İlknur ULUSOY, Nisa ÖZTÜRK

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI

YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3

NiŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya



TEB

GİRİŞİM EVİ

**TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GİRİŞİMCİLERİ,
COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR!**

#PandemiyeKarşıGirişimcilik



ALBERT SESLİ SAĞLIK ASİSTANI

Coronavirüs'e ilişkin güncel bilgiler, korunma önerileri, el yıkama hatırlatması ve doktorla görüntülü görüşme imkanı TİM-TEB Girişim Evi girişimcisi Albert Health'in sesli sağlık asistanı uygulamasında! Albert'e koronavirüs ile ilgili merak ettiklerini sorabilir, gün içinde el yıkama hatırlatmaları alabilir, evden çıkmadan dilediğin zaman dilediğin doktorla görüntülü görüşebilirsin. Albert Sesli Sağlık Asistanı uygulamasını ücretsiz indirmek için:

<https://albert.health/tr/#download>

DETAYLI BİLGİ

www.timlegirisim.com / www.teblegirisim.com



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi





İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

Ülke olarak marka değerimizi artırmaya devam ediyoruz

Sürecin en başından beri TİM'de de ışıkların hiç sönmediğini, üretimin hiç durmadığını ve 7 gün 24 saat ihracat yapıldığını gururla söylemek isterim. İhracatçılarımızın bu fedakarlığının, yeni dünya düzeninde ülkemiz açısından mutlaka karşılık bulacağına inanıyorum.

Daha büyük bir umutla başlıyoruz Mayıs ayına. Nisanın son haftasına girdiğimizde Sağlık Bakanlığımızın açıkladığı veriler, bizleri biraz daha umutlandırdı. Alınan tedbirler sonucu salgının tepe noktasına beklenen süreden daha erken ulaşıldığı, günlük vaka sayısının düşüğe geçtiği ve iyileşen hasta sayılarının da vaka sayılarının üstünde seyrettiği açıklandı. Vefat eden hasta sayıları düşmeye başlasa da dileğimiz, tüm hastaların şifa bulmasıdır.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak yaşadığımız süreçte umudumuzu hiç kaybetmedik. Ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ün söylediği gibi "Umutsuz durumlar yoktur, umutsuz insanlar vardır.

Ben hiçbir zaman umudumu yitirmedim." Bu anlayışla hareket ederek, çözüm arayışını, üretim ve ihracatı hep devam ettirdik. Devletimizin desteğini de hep arkamızda hissettik.

TİM olarak 61 ihracatçı birliği ve 27 sektör konseyimiz ile süreci çok yakından izleyerek hep temasta olduk. Bu zor süreçte, genel ve sektörel mahiyette 67 öneri ilgili makamlarımız ile paylaşıldı, yapılan düzenlemelerle bunlardan 40'ı karşılık bulmuş oldu. Bu bağlamda, yürütülen "Şeffaf" ve "Akılcı" politikalar dolayısıyla başta Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, Sanayi Bakanı Mustafa Varank, Aile Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanı Zehra Zümürüt Selçuk ile ilgili Bakanlıklarımıza ve kurumlarımıza gösterdikleri yoğun gayretleri için buradan bir kez daha teşekkür ediyoruz.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak yaşadığımız süreçte umudumuzu hiç kaybetmedik. Zorlu süreçte çözüm yolu arayışını, üretim ve ihracatı hep devam ettirdik.

TÜRKİYE MARKASINI YÜKSELTİK

Sürecin en başından beri TİM'de de ışıkların hiç sönmediğini, üretimin hiç durmadığını ve 7 gün 24 saat ihracat için çalıştığını gururla söylemek isterim.

Pek çok ülkede sorunlar olmasına karşın küresel tedarik zinciri çerçevesinde üretimleri zamanında yerlerine ulaştırarak Türkiye'nin güvenilir bir ülke olduğunu gösterdik. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın talimatıyla İngiltere, Amerika, İtalya, İspanya, Çin, Srıbistan, İran ve bazı Afrika ülkelerine maske, tulum ve sağlık malzemeleri yardımı gitti. Bunun yanında TİM olarak Ticaret Bakanlığımız ile Çin, İtalya ve İspanya'ya maske ve dezenfektan yardımında bulunduk. Cumhurbaşkanımızın önderliğinde yapılan yardımlarla Türkiye'nin güvenilir ve sağlıklı üretim yapan ve her koşulda tedarik zincirini devam ettirebilen bir ülke olduğumuzu bir kez daha dünyaya gösterdik. Önümüzdeki süreçte bu kabiliyetimiz ihracatımızın gelişmesi için bir iyi bir referans oluşturacağı gibi Türkiye markasına da çok önemli bir değer katacak.

Dünya ticaretinde artık pek çok şey değişecek. Bizim de 2020 ve sonrasında pek çok şeyi düşünmemiz, konuşmamız, tasarlamamız, yönetmemiz gerekecek.

TİM EXPORT TALKS İLE YENİ DÜNYAYA HAZIRLANIYORUZ

Salgın sürecinde daralan uluslararası ticaretin etkilerini, ihracatta yaşanan kaybı telafi edecek başlıkları ve süreç sonunda oluşacak yeni dünya düzeninde daha güçlü bir şekilde yer almak için eylem planlarını devreye almaya devam edeceğiz. Bu kapsamda Nisan ayında başladığımız ve büyükelçileri ağırladığımız TİM Export Talks" online panellerin bu süreçte önemli bir görev göreceğine inanıyoruz. İlk panelimizi Türkiye Pekin Büyükelçisi Abdülkadir Emin Önen'in katılımıyla TİM'in sosyal medya hesaplarından canlı olarak gerçekleştirdik. İkinci panel konuğumuz ise Hollanda Büyükelçisi Şaban Dişli oldu. Her iki Büyükelçimiz, ihracat pazarlarımız ile ilgili önemli bilgiler paylaştı. Online panellerimiz Mayıs ayında da devam

edecek. Bu süreçte hayata geçirdiğimiz bir diğer projemiz ise 'Sanal Ticaret Heyeti' oldu. Ticaret Bakanlığımızın da onayı ile 'Sanal Ticaret Heyeti' uygulamasına bir an önce başlamak adına, 18 ülkeden dönüş aldık ve 10 ülkeden daha dönüş bekliyoruz. Güney Kore, Çekya, Nijerya, Özbekistan, Hindistan ve Kenya'da hızlı aksiyon alarak sanal ticaret heyeti düzenleyeceğiz. İlk sanal ticaret heyetini de Güney Kore ile gerçekleştireceğiz.

GENÇLERİ DE ÜRETİME DAHİL EDİYORUZ

TEB Girişim Evi ve İnovaTİM İnovasyon Yarışması ile gençleri de oluşacak yeni dünya düzenine dahil etmeye büyük önem veriyoruz. Bu bağlamda 11 Mart'ta hazırlıklarına başladığımız ve gençlerimizi COVID-19'a karşı proje üretmeye davet ettiğimiz ve İnovasyon>Pandemi sloganı ile farkındalık yarattığımız "İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nın" startını 13 Nisan'da verdik. Makine İhracatçıları Birliğimizin ana sponsorluğunda bu yıl ilk kez düzenlediğimiz yarışmamızda; pandemi öncesi, pandemi sırası ve sonrası olmak üzere üç ana başlık altında 18 farklı senaryoya göre belirlediğimiz yarışma sonucunda, üç kategorinin ilk 3'lerini ödüllendireceğiz.

Ülkemizin girişimcilik, teknoloji ve ihracat alanlarında gelişme mücadelesine katkı sunması hedefiyle oluşturulan TİM-TEB Girişim Evlerimiz de yeni fikir ve girişimciler ile büyümeye devam ediyor. Albert Sesli Sağlık Asistanı, COVID-19 hızlı tarama testi geliştiren Interger, görüntülü görüşme altyapısını geliştirerek ücretsiz kullanıma açan Jetlink, evde ücretsiz fizik tedavi hizmeti sunan Fizyosoft yenilikçi çözümlerle TİM-TEB Girişim Evi girişimcileri arasında yerlerini aldı.

Proje geliştirmeye devam eden gençlerimiz, üretmeye ve ihracata devam eden sanayicilerimiz, yarına dair umudumuzu hep yüksek tutmaya devam edeceğiz.

İçinde bulunduğumuz mübarek Ramazan Ayının ülkemize sağlık ve bereket getirmesini dilerken, tüm ihracatçılarımızın hayırlı bir Ramazan geçirmesini temenni ediyorum.

TİM-TEB Girişim Evi ve İnovaTİM İnovasyon Yarışması ile gençleri de oluşacak yeni dünya düzenine dahil etmeye büyük önem veriyoruz ve aldığımız başarılı sonuçlardan da mutluluk duyuyoruz.



15 MİLYON TL

TİM'in "Milli Dayanışma" kampanyası için yaptığı bağış miktarı



Çin ekonomisinin, çeyrek dönemli verilerinin resmi olarak tutulmaya başlandığı 1992 yılından bu yana ilk kez daraldığı açıklandı. Çin ekonomisinin **daralma oranı yüzde 6,8 ile beklentileri de aştı.**

■ Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, “Yeni yasa kapsamında salgın nedeniyle ücretsiz izne çıkartılan işçilere, kısa çalışma ödeneğinden yararlanamamaları halinde, işsizlik sigortası fonundan 3 ay boyunca, aylık 1170 lira maaş desteği sağlanmaya başlandı” dedi.

■ Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk, 270 bine yakın firmanın 3 milyondan fazla çalışan için kısa çalışma ödeneğine başvuru yaptığını söyledi. En çok başvuru yapan sektör ise yüzde 40 ile imalat oldu.

■ Türk Hava Yolları (THY), salgın nedeniyle insanların sağlığı için aldığı önlemler doğrultusunda tüm dış hat uçuşlarını 20 Mayıs 2020'ye kadar durdurduğunu açıkladı.



■ Japonya'nın en büyük turizm acentalarından H.I.S. Co. Ltd., Türk şirketi Dotak Holding'e ait Atmosfer Balonculuk Ticaret Turizm A.Ş.'ye ortak oldu. 15 bin çalışanı olan Japon devi, anlaşma tamamlandığında Türkiye'deki ilk yatırımına da imza atması olacak.

Morgan Stanley, salgına dair paylaştığı zaman çizelgesinde, ABD'de haziranda işe dönüşlerin başlayacağı, eylülde okulların açılacağı, ekimde sağlık çalışanları için aşının hazır hale geleceği, kasımda ilk dalgadan daha düşük şiddette ikinci bir dalganın ortaya çıkabileceği ve mart 2021'de herkes için aşının hazır hale geleceği tahmininde bulundu.

%8,75

Merkez Bankası, nisan ayında politika faizini 100 baz puan indirerek yüzde 8,75 seviyesine çekti. Beklenti 50 baz puandı. TCMB Para Politikası Kurulu böylelikle bu yıl 4. kez faiz indirmiş oldu.

■ IMF'nin yaptığı açıklamaya göre, bu zamana kadar alınan mali önlemlerin değeri 8 trilyon dolara ulaştı ve merkez bankaları büyük oranda likidite enjekte etti. IMF'nin acil durum finansmanı için 103 ülke de talepte bulundu.

■ Avrupa Birliği liderleri, COVID-19 ile savaşılan ülkelere yardım sağlamak amacıyla 540 milyar Euro'luk bir destek paketini onaylarken, 1 trilyon Euro'luk yeniden yapılanma fonu oluşturulmasına yönelik karar aldı.

■ Avrupa Birliği (AB) Komisyonu Ticaretten Sorumlu Üyesi Phil Hogan, salgının ardından tedarik zincirini çeşitlendirme çağrısında bulunarak “Stratejik özerklik, kendi kendimize yeterli olmamız anlamına gelmiyor. Her şeyi yerel olarak üretmeyeceğimizi düşünürsek, çeşitliliğe dayalı esnek tedarik zincirinin nasıl kurulabileceğine bakmamız gerekiyor” dedi.



Borsa İstanbul tarihi bir karara imza attı. Borsa İstanbul Genel Müdürü Hakan Atilla, TL olarak hesaplanan “Fiyat ve Getiri Endeksleri”nden, 27 Nisan'dan itibaren iki sıfır atılmasına karar verildiğini açıkladı.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), bankaların kredi riskine esas tutar hesaplamasında bazı değişikliklere gitti. Buna göre, **bankaların merkezi yönetiminden olan** ve yabancı para cinsinden düzenlenen alacaklarına, **kredi riskine esas tutar hesaplamasında** sıfır risk ağırlığı uygulanabilecek.

■ Türkiye'nin en büyük savunma elektroniği kuruluşu olan ASELSAN'ın, bu yıl 541 kişiyi daha istihdam ederek toplamda 8 bin 106 çalışana ulaştığı belirtildi. Şirket, yıl sonuna kadar bin 300 kişiyi daha bünyesine katmayı hedefliyor.



■ Dünya Bankası, salgından dolayı Türkiye'ye önemli bir krediyi onayladı. 24 Nisan'da onaylanan iki bileşenden oluşan kredinin miktarı 100 milyon dolar olarak açıklandı.

■ Günde 1 milyon maske ve 100 bin litre dezenfektan üretimi için seferberlik başlatan Türkiye İhracatçılar Meclisi, işi hızlandırdı. TİM koordinatörlüğünde başlatılan maske seferberliğinde günlük 50 milyon adetlik üretim kapasitesine ulaşıldı.

■ Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (OPEC) Genel Sekreteri Mohammed Barkindo, dünya genelindeki düşük petrol talebi ve hızla artan arz fazlası nedeniyle, küresel petrol stok kapasitesinin Mayıs ayı içinde dolabileceği uyarısında bulundu.

Ekonomik İstikrar Kalkanı kapsamında vatandaşlar, kamu bankalarından **12.1 milyar lira kredi kullandı**. İş'e Devam desteğine başvuran KOBİ ve sanayicilere nisan ayı içinde yaklaşık **40 milyar liralık kaynak tahsis edildi**.

8,5 MİLYON VARİL

Petrol fiyatlarındaki sert düşüşler nedeniyle Suudi Arabistan'ın milli petrol şirketi Saudi Aramco, 1 Mayıs'tan itibaren günlük 11 milyon varil yerine petrol arzını 8,5 milyon varile düşüreceğini açıkladı.



■ İngiltere Merkez Bankası (BoE), salgın nedeniyle İngiliz hükümetinin fazladan kamu harcamalarının geçici olarak İngiltere Merkez Bankası tarafından finanse edileceğini duyurdu. Böylece İngiltere Merkez Bankası'nda hükümetin hesabında ayrılan normal koşullarda 400 milyon Sterlin seviyesindeki finansman üst limiti belirtilmeden artırılmış oldu. İngiltere Merkez Bankası'ndaki hükümet hesabı, 2008 yılında benzer şekilde 20 milyar Sterlin'e çıkarılmıştı.

■ Uluslararası piyasalarda "yatırım gurusu" olarak bilinen Mobius Capital Kurucusu Mark Mobius, Türkiye'de koronavirüs salgınıyla mücadele kapsamında gerekli önlemlerin alınmasının ve ekonominin şalterinin tamamen indirilmemesinin doğru adımlar olduğunu belirtti.

■ Türkiye'de koronavirüsü salgını nedeniyle sadece Nisan ayında e-ticarete başlamak isteyen KOBİ sayısı, yüzde 50 artış gösterdi. Gıda, market, temizlik, dezenfektan, kitap, oyuncak, küçük ev aletleri ve çocuk tekstili kategorilerinde e-ticaret sitelerinin satışları yüzde 200 arttı.

ABD'de **Philadelphia Fed İmalat Endeksi** nisan ayında eksi 56,6'ya gerileyerek, **temmuz 1980'den bu yana** kaydedilen en düşük seviyeyi gördü. **Endekse ilişkin piyasa beklentisi**, eksi 30 değerini alması yönündeydi. Endeks, mart ayında ise eksi 12,7 olarak kaydedilmişti.



Martta tarım ürünleri ihracatı öne çıktı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), mart ayı ihracat rakamlarını açıkladı. Türkiye'nin ihracatı 2020 yılı mart ayında 13 milyar 426 milyon dolar oldu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), mart ayı geçici dış ticaret verilerini açıkladı. Mart ayında ihracat, Genel Ticaret Sistemi'ne (GTS) göre yüzde 17,8 düşüşle 13 milyar 426 milyon dolar oldu. Son 12 aylık ihracat ise 179 milyar 98 milyon dolara ulaştı. Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgınının etkisiyle şubat ayından itibaren birçok ülkenin gerek ithalatında gerekse ihracatında düşüş yaşandığına dikkat çeken TİM Başkanı İsmail Güllü, "Mart ayı ihracat rakamlarımız, tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgınının küresel ticaret üzerinde beklenen etkilerini gözlemlediğimiz bir tabloya işaret etmektedir. 2020 yılının üçüncü ayında, koronavirüs salgınının merkezinin en büyük ihracat pazarımız olan Avrupa

Birliği'ne kayması, dünya genelinde gözlenen talep şoku ve tedarik zincirindeki kırılmaların etkisini, güçlü bir şekilde küresel ticaret üzerinde gözlemlemeye başladık ve ihracatımız da bu tablodan doğal olarak etkilendi. Türkiye ihracatçısının proaktif gücüyle, dünya ekonomisini durma noktasına getiren koronavirüse karşı iyi bir sınav verdik. Çin, Almanya ve İtalya gibi birçok ihracatçı ülkenin aksine ihracatçı sayımız artarken, pazarlarımızı genişletmeyi başardık. Firmalarımıza küresel ticarete bugün yaşanan olağanüstü gelişme ve koşullara rağmen ihracattan vazgeçmemeleri hasebiyle teşekkür ediyor ve tebrik ediyorum" dedi.

Küresel virüs salgınının dünya ekonomisi ve küresel ticarete yönelik öngörülerini tümüyle değiştirdiğini

hatırlatan Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü: “Küresel ekonomik koşullardaki beklentilerde bu denli zorlu bir tabloya rağmen, önceki deneyimlerimizden hareketle Türk ekonomisinin şoklara dayanıklı olduğuna ve Türk ihracatçısının da bu süreçten güçlenerek çıkacağına dair inancımız tamdır. 2020 ve sonrası için hedeflerimizin arkasındayız. Yolumuza devam edeceğiz. İnaniyoruz ki, salgının sona ermesinin ardından ihracatılarımız yaşanan bu kaybı ciddi manada telafi edecek; ihracatta Türkiye'nin küresel ticaretin 'güvenilir limanı' olduğunun tescillenmesiyle yeni rekorlara imza atmayı kaldığı yerden sürdürecektir.”

“HÜKÜMETİMİZ ÖNEMLİ ADIMLAR ATMIŞTIR”

TİM Başkanı Gülle, 1929 Büyük Buhranı'ndan bu yana gerçekleşen en ciddi küresel krizle karşı karşıya olduğunu vurgulayarak, “Şu ana kadar virüsten en çok etkilenen ülkeler dönemsel olarak değişiklikler gösterdi. Başta Çin'de vuku bulan virüs, zamanla merkezini değiştirerek farklı coğrafyalara oldukça hızlı bir şekilde yayıldı. Pek çok komşusunda vaka sayıları azımsanmayacak seviyelerdeyken ülkemiz, aldığı ciddi ve etkili tedbirlerle bu süreçte örnek gösterilen ülkeler arasında yer almaktadır. Ülkemiz, ilk andan itibaren tehdidi ciddiyetle ele alarak sosyal ve ekonomik her alanda gerekli tüm tedbirleri almış, başta Hazine ve Maliye Bakanlığımız ve Ticaret Bakanlığımız olmak üzere hükümetimiz, ihracatçılar olarak bizlerin de bu süreci hasarsız atlatabilmesi adına talep ve önerilerimizi dikkate alarak ihracatçımızın ve iş dünyamızın bağımsızlık sistemini güçlü kılacak tez adımlar atmıştır. Bakanlığımızın hızlı ve proaktif önlemleri sayesinde, yaşanan bu sürecin ihracatımıza etkisinin sınırlı tutulması adına başlatılan 'Temassız İhracat' uygulamasıyla birlikte, en olağanüstü durumlarda dahi ihracatımızın önündeki engellerin kaldırılması sağlanmıştır. Bu bağlamda, küresel virüs salgınıyla mücadele adına yürütülen 'şeffaf' ve 'akılcı' politikalar dolayısıyla, Sağlık

Türkiye, küresel ticaretteki olumsuz tabloya rağmen mart ayında 83 ülkeye ihracatını 512 milyon dolar artırmayı başardı. Bu 83 ülkenin 62'sinde artış yüzde 10'un, 28'inde ise yüzde 50'nin üzerinde gerçekleşti.



Bakanlığımıza ve Türkiye'nin ihracatının sürdürülebilirliği adına tüm gümrük ve lojistik süreçlerinin aksamaması hususunda gecesini gündüzüne katarak çalışan Ticaret Bakanlığımıza, bu önemli süreci dünyaya örnek teşkil edecek bir özveriyle yürütmelerinden dolayı Türkiye İhracatçılar Meclisi adına şükranlarımı ifade ediyorum” dedi.

YERLİ ÜRETİM KİLİT ROL OYNAYACAK

Küresel virüs salgını Türkiye'nin en güçlü şekilde atlama adına Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başlattığı Milli Dayanışma Kampanyası'na 61 ihracatçı birliği ile 15 milyon TL'lik bir destekle katıldıklarını ifade eden Gülle, “Biz bize yeteriz diyor, başta sağlık çalışanlarımız olmak üzere vatandaşlarımızın bu virüs salgınıyla mücadelesine her türlü katkıyı sağlamak adına ihracatımızın vazgeçilmez gücü fabrikalarımızı seferber etmiş bulunuyoruz. Bazı sektörlerimizde yerli ve milli üretimimizin, ithal ürünlerin ucuz fiyatı sebebiyle ani küresel talep artışlarında zorlanması neticesiyle gördük ki; maliyet olarak dezavantajlı olsak da bazı kilit ürünleri kendi imkânlarımızla üretmemiz gerekiyor.

13,43 MİLYAR DOLAR

Mart ayı ihracat rakamı

2,62 MİLYAR DOLAR

Otomotiv en yüksek ihracatın yapıldığı sektör oldu.

1,3 MİLYAR DOLAR

Mart ayında en çok ihracat Almanya'ya yapıldı.

35 BİN 910

Mart ayında ihracat yapan şirket sayısı

Mart ayının lideri, 2,62 milyar dolarlık ihracat ile otomotiv sektörü oldu. Otomotiv sektörünü 1 milyar 554 milyon dolar ihracat ile kimyevi maddeler ve 1 milyar 215 milyon dolar ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri takip etti.

İnanıyoruz ki bu dezavantaj, gerçekleştireceğimiz inovatif çalışmalarla beraber ortadan kalkacak ve yerli üretim 'Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye'nin gerçekleşmesinde kilit rolü oynayacak. TİM ve bünyesindeki 61 ihracatçı birliğinin bu kapsamda, günde 1 milyondan 2 milyona, ilk etapta ayda 40 milyona ulaşması hedeflenen maske ve ayda 2 milyondan başlayarak milyonlarca litre dezenfektan üretimi ile ilgili başlattığı seferberliğinin özü de bu. 95 bini aşkın ihracatçının yek vücut olduğu TİM ailesi olarak ülkemizin bu zorlu süreci hasar almadan atlattığına adına elimizi taşın altına koymaktan çekinmiyoruz" şeklinde konuştu.

toplam 35 bin 910 firmamız ihracat gerçekleştirdi."

83 ÜLKEYE İHRACAT 512 MİLYON DOLAR ARTTI

Türkiye küresel ticaretteki olumsuz tabloya rağmen mart ayında 83 ülkeye ihracatını 512 milyon dolar artırmayı başardı. Bu 83 ülkenin 62'sinde artış yüzde 10'un, 28'inde ise yüzde 50'nin üzerinde gerçekleşti. Bu ülkeler arasında, geçtiğimiz yılın mart ayına göre 15,2 milyon dolar ihracat artışıyla Cibuti, 15,1 milyon dolar ihracat artışıyla Gana ve 14,1 milyon dolar ihracat artışıyla Umman dikkat çekti.

OTOMOTİV SEKTÖRÜ LİDERLİĞİ SÜRDÜRDÜ

Mart ayının lideri, 2,62 milyar dolarlık ihracat ile otomotiv sektörü oldu. Otomotiv sektörünü 1 milyar 554 milyon dolar ihracat ile kimyevi maddeler ve 1 milyar 215 milyon dolar ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri takip etti. Geçen yılın aynı ayına göre otomotiv sektöründe yüzde 28,5, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe yüzde 27,4, kimyevi maddeler sektöründe yüzde 15,4 oranında düşüş gerçekleşti. Mart ayının en güçlü performansına imza atanlar ise yüzde 53,3 artışla 209 milyon dolar ihracata ulaşan fındık ve mamulleri, yüzde 26,9 artışla 162 milyon dolara ulaşan meyve sebze mamulleri ve yüzde 24,6 artışla 179 milyon dolar ihracat gerçekleştiren yaş meyve ve sebze sektörleri oldu.

AB'NİN İHRACATTAKİ PAYI YÜZDE 46,2'YE YÜKSELDİ

Mart ayında 205 ülkeye ihracat yapıldı. En çok ihracat gerçekleştirilen ilk 3 ülke ise 1,3 milyar dolar ile Almanya, 880 milyon dolar ile ABD ve 802 milyon dolar ile Birleşik Krallık oldu. İlk 10 ülkenin ihracattaki payı yüzde 46,2 olurken, ilk 20 ülkede bu pay yüzde 64,8'e yükseldi. ABD, Almanya, Birleşik Krallık, İspanya ve Fransa'nın da yer aldığı tam 20 ülkeye her sektör ihracat gerçekleştirmeyi başardı. En büyük pazar olan Avrupa Birliği'nin ihracattaki payı 6,2 milyar dolarlık bir hacim ile yüzde 46,2 seviyesine yükseldi.



MART'TA 1335 FİRMA İHRACAT AİLESİNE KATILDI

Mart ayı ihracatına ilişkin detaylara değinen TİM Başkanı Gülle, şu bilgileri verdi: "Türkiye ekonomisinin bugünü ve geleceği açısından vazgeçilmez bir sacayağı olduğu perçinlenmiş olan ihracatımıza yönelik farkındalık ve TİM olarak ülkemizin her noktasında yürüttüğümüz KOBİ İhracat Seferberliği eğitimlerimizin en net sonucu olarak; mart ayında ihracat ailemize bin 335 firmamızın katıldığını bildirmekten memnuniyet duyuyorum. İhracata yeni başlayan bu firmalarımız mart ayında 61,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Firma özelinde bakıldığında, mart ayı içerisinde

GİRİŞİM EVİ

**TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GİRİŞİMCİLERİ,
COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR!**

#PandemiyeKarşıGirişimcilik



FİZYOSOFT EVDE ÜCRETSİZ FİZİK TEDAVİSİ HİZMETİ SUNUYOR

TİM-TEB Girişim Evi girişimcisi Fizyosoft, fizyoterapi ve yazılım uzmanları tarafından geliştirilen sanal rehabilitasyon paketlerini, COVID-19 salgını nedeniyle fizik tedavisini evinde sürdürmek isteyenlerin kullanımına ücretsiz olarak sunuyor.

<http://www.fizyosoft.com/> linki üzerinden Fizyosoft'a ulaşan herkes hizmetten faydalanabiliyor.



DETAYLI BİLGİ

www.timlegirisim.com / www.teblegirisim.com



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi

Türkiye Pekin Büyükelçisi Abdülkadir Emin Önen:

İhracatçılarımız için Çin'de güçlü fırsatlar ve imkânlar var

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), büyükelçilerle "TİM Export Talks" online panelleri düzenleyerek salgın süreci ve sonrasında ticaretin yönünü çiziyor. İlk paneli Türkiye Pekin Büyükelçisi Abdülkadir Emin Önen ile gerçekleştiren TİM, panellerin ardından hazırladığı raporu da ihracatçılarla paylaştı.

İsmail Gülle
"İlkini gerçekleştirdiğimiz 'TİM Export Talks' için özel bir 'Çin Raporu' hazırladık. Online toplantımızdan çıkacak önemli hususları ve önemli ipuçlarını da ekleyerek, Çin raporumuzu hemen 95 bin ihracatçımızın kullanımına sunduk."

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), koronavirüs süreci sonunda oluşacak yeni dünya düzeninde daha güçlü bir şekilde yer almak için eylem planlarını devreye alıyor. TİM, bu kapsamda büyükelçileri ağırladığı "TİM Export Talks" online paneller serisine başladı. "Salgın sonrası Çin'de ihracatçılar için hangi fırsatlar var?" konulu ilk panel, 20 Nisan'da Hakan Çelik'in sunumu, TİM Başkanı İsmail Gülle ve Türkiye Pekin Büyükelçisi Abdülkadir Emin Önen'in katılımıyla gerçekleşti. Panelde, salgın sürecinde iki ülkenin dış ticaretindeki gelişmeler ve önümüzdeki döneme dair fırsatlar değerlendirildi.

"TİM Export Talks" ile TİM'in dijitalleşmesi adına son 1,5 yılda gerçekleştirdikleri projelere bir yenisini daha eklediklerini söyleyen TİM Başkanı İsmail Gülle, şunları kaydetti: "Toplantıların ilkine, dünya ekonomisinde vazgeçilmez bir ağırlığı olan Çin pazarı ile başladık. Çin'in küresel ticarete yüzde 12,4 ile en büyük paya sahip olması ve dünya milli gelirinde ikinci sırada yer alması,

haliyle bu ülkeyle başlamamızı gerektiriyordu. Ayrıca, ilkinin gerçekleştirdiğimiz 'TİM Export Talks' için özel bir 'Çin Raporu' hazırladık. Online toplantımızdan çıkacak önemli hususları ve önemli ipuçlarını da ekleyerek, Çin raporumuzu hemen 95 bin ihracatçımızın kullanımına sunduk. TİM mobil uygulamasımızdan ve TİM web sayfamızdan bu raporların tümüne ulaşabilirsiniz."

"ÇİN'İ ANA PAZAR OLARAK GÖRMELİYİZ"

Çin'in koronavirüsle mücadelesinde başarıdan bahsetmek için henüz erken olduğunu söyleyen Türkiye Pekin Büyükelçisi Abdülkadir Emin Önen ise, "Çin'de hayat biraz olsun normale dönüyor. Tarım, perakende gibi bazı sektörlerde tekrar iş başı yapılıyor. Çarklar dönmeye başlıyor. Çin'de her kesimle güçlü temaslarımız var. İhracatçılarımız için güçlü fırsat ve imkanlar hazır. Çin'i ana pazar olarak görmeliyiz dedi.

Önen, Çin ekonomisindeki son durum ve Türkiye için Çin'deki fırsatlarla ilgili şu bilgileri verdi: "İlk iki ayda Çin'de hizmet sektöründeki kayıp 300 milyar doların üzerinde oldu. Ülkede otomotiv sektörü bu dönemde yüzde 80 kadar daraldı. Tekstil, bilgisayar, elektronik gibi sektörler, Çin'de üretim aksaklığına en duyarlı sektörler. Dünya Çin'le çok ciddi entegre olmuş durumda. Çin ekonomisindeki küçülme dünya ekonomisinde birçok şeyi tetikleyecek. Kriz bittiği zaman da hepimiz çok daha hazırlıklı hareket etmeliyiz. Sanal B2B'lerle ilgili gerekli altyapının kurulması için elimizden geleni yapmalıyız. Çin'de birçok markamızla olabiliriz. Hem buraya ihracatımızı artırmalı hem de Çin'deki yatırımcının Türkiye'de daha fazla yatırım yapmasını sağlamalıyız."



Hollanda Büyükelçisi Şaban Dişli:

Hollanda'da Türk ürünlerinin algısı sanılandan daha güçlü

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), "TİM Export Talks" online panelinde Hollanda Büyükelçisi Şaban Dişli'yi ağırladı. Dişli, "Hollanda'da Türk ürünlerinin algısı güçlü. Algıyı daha da güçlendirmek için inovatif, çevreci, yenilikçi ve döngüsel ekonomiye uygun ürünlere geçmemiz lazım" diye konuştu.

TİM Export Talks online paneller serisinin ikincisi, 22 Nisan tarihinde TİM Başkanı İsmail Gülle ve Türkiye Cumhuriyeti Hollanda Büyükelçisi Şaban Dişli'nin katılımıyla, "Salgın sonrası Hollanda'da ihracatçılar için hangi fırsatlar var?" başlığı ile yapıldı. Panelin moderatörlüğünü Oylum Talu üstlendi. Salgın sürecinde Hollanda'da alınan tedbirler ve iki ülkenin dış ticaretindeki gelişmeler değerlendirildi.

"HEDEF İLK 50 ÜRÜNDE PAY ARTIRMAK"

TİM Başkanı İsmail Gülle, Hollanda'nın Türkiye'nin önemli bir ticari partneri olduğunu söyledi. 2009'da 6,8 milyar dolar olan ikili ticaretin 2019 yılında 12,7 milyar dolara ulaştığını kaydeden İsmail Gülle, ikili ticaret ile ilgili şu bilgileri verdi: "Hollanda'ya aynı dönemde ihracatımız 2,1 milyar dolardan 5,4 milyar dolar seviyesine gelerek, oldukça kısa bir sürede yüzde 155'lik bir artış gösterdi. Her ne kadar son 10 yılda ikili ticarete yüzde 100'e yakın bir artış yakalanmış olsa da Türkiye'nin Hollanda'nın ithalatından aldığı pay hâlâ yüzde 1'in altında. Hollanda'nın 2019'da en çok ithal ettiği ilk 50 üründe ise Türkiye'nin ithalattaki payı yalnızca yüzde 0,4 olarak gerçekleşti. Hollanda'da pazar payımızı artırma noktasında, Türkiye olarak öncelikle Hollanda'nın ithalatında en önemli yeri tutan ilk 50 üründe alan kazanmamız gerekiyor. Hollanda'ya ihracatımızda özellikle, otomotiv, hazır giyim ve kimyevi maddeler sektörlerimiz öne çıkıyor."

"EN ÇOK HİZMET VE ULAŞIM SEKTÖRLERİ ETKİLENDİ"

Hollanda ekonomisinin en iyi durumdayken krize yakalandığını belirten Hollanda



Büyükelçisi Şaban Dişli, şunları söyledi: "Hollanda'da hizmet ve ulaşım sektörleri krizden çok etkilendi. Bu nedenle hem Hollanda hem Avrupa Merkez Bankası çok büyük destekler açıkladı. Pandeminin etkisiyle Hollanda ekonomisinde yüzde 1,5-7, ihracatında yüzde 1-8 arasında bir daralma bekleniyor. Ancak bizim gibi, Hollanda da değişikliklere çok çabuk ayak uyduruyor. Hollanda'ya ihracatımız tüm olumsuzluklara rağmen yüzde 2,5 arttı, ithalatımız yüzde 1,2 azaldı. Hollanda'da dış ticaret fazlası veriyoruz. Avrupa'da bu süreci en hızlı atlatacak ülke Hollanda olacak. Biz de ihracatımızı artıracacağız. Mayıs sonu, haziran başı ikili ticarete eski seviyelere ulaşacağız. Türkiye'nin avantajlı olduğu gıda, tekstil, otomotiv, kimya ve yazılım sektörlerinin etkisiyle ihracatımızı hızlıca eski seviyesine getiririz. Burada Türk ürünlerinin algısı güçlü. Hollanda'da dijital ekonomi, oyuncak sektörü ile havuz, mutfak araç gereçleri, ofis ve yapı malzemeleri gibi ürünlerde ihracatçılar için büyük fırsatlar var."

İsmail Gülle
"Hollanda'da pazar payımızı artırma noktasında, Türkiye olarak öncelikle Hollanda'nın ithalatında en önemli yeri tutan ilk 50 üründe alan kazanmamız gerekiyor."

Washington Büyükelçisi Serdar Kılıç:

ABD'de şirket almak için en uygun zaman

TİM, üçüncü paneli Washington Büyükelçisi Serdar Kılıç ile gerçekleştirdi. Kılıç, "Virüs sonrası yaşanacak toparlanmada en iyi fırsat ABD olacak. Türkiye'nin ABD'ye ihracatında bir strateji geliştirmesi gerekiyor. ABD'de firma almak için en uygun zaman" diye konuştu.

TİM Export Talks online paneller serisinin üçüncüsü, TİM Başkanı İsmail Gülle ve Türkiye Cumhuriyeti Washington Büyükelçisi Serdar Kılıç'ın katılımıyla "Covid-19 sonrası ABD'de ihracatçılar için hangi fırsatlar var?" başlığı ile 29 Nisan Çarşamba günü Şebnem Bursalı'nın moderatörlüğünde yapıldı.

TİCARET HEDEFİ 200 MİLYAR DOLAR
TİM Başkanı İsmail Gülle, "ABD'ye maske yardımıyla yarattığımız havayı korumalıyız. Böylelikle ABD ile ikili ticarete 100 milyar dolar hedefimizle ilgili olumlu adımlar atılacağına inanıyorum. ABD'nin ithalatından aldığımız payımızı yüzde 1'e çıkarmamız gerekiyor. Virüs sonra 100 milyar dolarlık ticaret hedefimizi ihracatçılarımızın gayretiyle 200 milyar dolara bile ulaştırabiliriz" diye konuştu.

İsmail Gülle, iki ülke arasındaki ticari ilişkilere ilişkin şu bilgileri verdi: "Yaptığımız analizler çerçevesinde; Otomotiv, Kimyevi Maddeler, Elektrik-Elektronik, Yaş Meyve

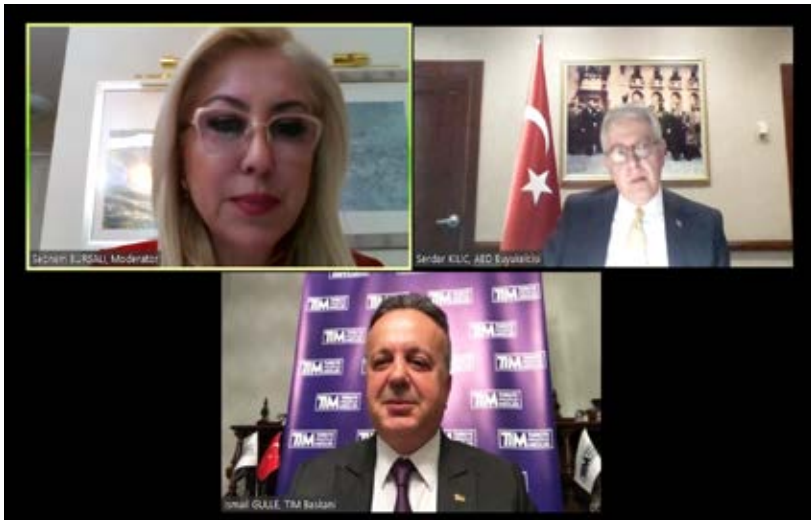
Sebze ve Hububat sektörlerindeki birçok üründe ülkemizin rekabet gücü yüksek olmasına rağmen ABD pazarında yeteri kadar pay alamadığımızı gördük. ABD'ye pazar payımızın artırmak noktasında, Türkiye olarak öncelikle ABD'nin ithalatında en önemli yer tutan ilk 50 üründe alan kazanmamız gerekiyor."

"HER EYALET AYRI DEĞERLENDİRİLMELİ"

Türkiye'nin maske yardımının ardından ABD medyasında gündem olduğunu söyleyen Türkiye Cumhuriyeti Washington Büyükelçisi Serdar Kılıç "Bu havanın devamını sağlayacağız. Bu dönemde Made in Turkey algısını destekleyecek tüm adımları atıyoruz. Türk dernekleri de halka maske dağıtıyor. Bundan sonra Türkiye 100 bin maske gönderirse ellerimle teslim edeceğim ve ABD basınına oraya götürüleceğim" ifadelerini kullandı.

Türk ihracatçılarının geçen yıl tüm sıkıntılara rağmen adeta bir engelli koşu yaparak ABD'ye ihracatta önemli bir başarıya imza attığını söyleyen Kılıç, ABD ile ticaretin geliştirilmesi için Türk ihracatçılara şunları önerdi: "ABD'ye bakış açımızda yapısal bir değişikliğe gitmemiz lazım. ABD'de her bir eyaleti ayrı değerlendirmek lazım. İhracatçıların belki Batı Yakası'nda bir ofisi olması lazım. ABD'nin iç tedariki bakımından da bizim ihracatçımız kendi yapısını oluşturmali, birkaç yerde deposu olmalı. ABD'den firma almak için en uygun zaman. Çin'in tedarik zincirindeki rolünü Türkiye'nin üstlenebilmesi için çok ciddi çalışmalar gerekiyor. ABD'nin koronavirüs nedeniyle Çin'e bir bedel ödeyeceğine inanılıyor. Bu ya bizim için ya da birileri için fırsat yaratabilir."

TİM Başkanı İsmail Gülle, "Virüs sonrası 100 milyar dolarlık ticaret hedefimizi ihracatçılarımızın gayretiyle 200 milyar dolara ulaştırabiliriz" diyor.



TİM APP ile İHRACAT CEBİNİZDE

- İster Yapay Zeka ile 7/24, İster Alo TİM ve WhatsApp Üzerinden Yetkili Uzmanlarımızla Anında İletişim
- Yurtdışı Fuar Destekleri Hesaplama Modülü
- İhracat Radarı İle Hedef Ülke ve Hedef Ürün Sorgulama
- GTİP Kodu Sorgulama ve Öğrenme
- Online Üyelik Sorgulama ve Belge Alma
- Yeşil Pasaport Sorgulama
- Heyet ve Etkinlikler Hakkında Anlık Bilgi Akışı
- İhracat ve Yatırımla İlgili Devlet Destekleri Hakkında Bilgi
- İhracatçı Birliklerine Ulaşım
- Güncel Haber ve Duyurulara Kolay Erişim
- Hedef Ülke ve Hedef Pazarlara İlişkin Detaylı Araştırma ve Raporlar





TİM Aplikasyonunu
App Store ve Google
Play üzerinden
"Türkiye İhracatçılar
Meclisi" yazarak
indirebilirsiniz.
<http://tim.org.tr/getapp>




www.tim.org.tr

 iOS & Android

 [turkihracat](https://twitter.com/turkihracat)

 [turkiyeihracatcilarmeclisi](https://www.instagram.com/turkiyeihracatcilarmeclisi)

 Türkiye İhracatçılar Meclisi

 [trihracatcilarmeclisi](https://www.facebook.com/trihracatcilarmeclisi)

Sanal Ticaret Heyeti için çalışmalar tamamlandı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığı'nın onayıyla "Sanal Ticaret Heyeti (STH)" uygulamasını başlattı. İlk ülke Güney Kore olacak. Sekiz ülke ile daha STH için görüşmeler sürüyor. TİM ekibinde yer alan Burak Önder, yapılan çalışmalar hakkında bilgi verdi.



Burak Önder

28 ülke Ticaret Müşavir ve Ataşeliklerine uygunluk durumu ve potansiyel sektör bilgileri soruldu, görüş alındı. Şimdiye kadar dokuz ülke olumlu dönüş yaptı. Olumsuz dönen veya beklemede olan ülkelerle ilgili çalışmalar ise sürüyor. TİM bünyesindeki ekipte yer alan Burak Önder konu hakkında online ikili görüşmelerin geleneksel yöntemlere göre; zaman, konaklama, yol ve mekan gibi masraflar anlamından ciddi avantajlar sağladığını söyledi.

"KONSANTRASYONU SAĞLAMALIYIZ"

Konsantrasyon ve iş takibi anlamında alıştıklarından farklı bir süreç olmasının bir dezavantaj olarak düşünülebileceğini anlatan Önder, "Konsantrasyon ve iş takibi tarafına daha çok kafa yoruyoruz. Daha iyi nasıl konsantrasyon ve iş takibi sağlayabileceğimiz konusuna titizlikle eğiliyoruz. İşin püf noktası; tıpkı geleneksel ikili görüşmelerde olduğu gibi konsantrasyonu sağlayabilmek adına altyapının hazırlanması olacaktır" dedi.

Sanal ikili görüşmelerde de tıpkı geleneksel yöntemde olduğu gibi yerel bir danışmanlık firması ile çalışmanın uygun olacağını dile getiren Önder, "İlk heyetimizin Güney Kore, daha sonra Kolombiya olmasını istiyoruz. Güney Kore, TİM'in koordinasyonunda olacak. Daha sonra da İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) ile olmasını temenni ediyoruz" diye konuştu.

İLK HEYET GÜNEY KORE'YE

"Neden Güney Kore?" sorusunu cevaplandıran Burak Önder, "Kore bu süreçten en hızlı çıkan ülkelerden biri oldu. Çok ciddi problemleri yok ve online hayata daha alışkın bir toplum. O yüzden

Koronavirüs salgınına durdurmak için uygulanan sosyal mesafe kuralı, ticarete de alışlagelmiş yöntemleri geçersiz kıldı. Bu dönem, bir yandan fuarların ertelenmesine sebep olurken diğer yandan alıcı ve satıcının fiziki ortam yerine sanal ortamda bir araya gelmesini zorunlu hale getirdi. Türk üreticilerin dış pazarlarda nüfuzunu artırması anlamında önemli bir faaliyet olan Ticaret Heyetleri de yapılamaz oldu. Ancak Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığı'nın da onayıyla "Sanal Ticaret Heyeti" uygulamasını başlatıyor. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, sanal fuarlar ve sanal ticaret heyetlerini aktifleştirme yönünde çalışmalar yaptıklarını 17 Nisan'da açıkladı.

DOKUZ ÜLKE İÇİN HAREKETE GEÇİLDİ

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle'nin yönlendirmesiyle, TİM Pazara Giriş ve Yurt Dışı Etkinlikler Şubesi harekete geçti. Ticaret Bakanlığı tarafından 2020-2021 yılları için belirlenen 45 hedef ve öncelikli ülke arasından maksimum üç saat fark olan

Burak Önder, "İlk sanal heyetimizin Güney Kore, daha sonra Kolombiya olmasını istiyoruz. Güney Kore, TİM'in koordinasyonunda olacak. Daha sonra da İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) ile olmasını temenni ediyoruz" dedi.

bu ülkeden başlayabiliriz diye düşündük” bilgisini verdi.

Sanal Ticaret Heyetleri için sektör belirlenmesi konusunda da bir çalışma yürüttüklerini aktaran Önder, “Şu anda ortamın da getirdiği ihtiyaç nedeniyle temizlik, hijyen, gıda öne çıkıyor. Sahra Altı Afrika için o tarafla görüşüyoruz. Bir diğer heyet yapmak istediğimiz bölge Orta Doğu. Şu dönem oralarda daha az vaka mevcut ve gıda satan zincir marketlere yönelik ürünleri pazarlamak en doğru strateji olur diye düşündük. Buna öncelik vereceğiz” ifadelerini kullandı.



KENYA SANAL TİCARET HEYETİ (27-29 MAYIS) ÖZBEKİSTAN SANAL TİCARET HEYETİ (13-15 MAYIS)



ALTI ÜLKE İÇİN AYRI AYRI SEKTÖRLER BELİRLENDİ

Sanal Ticaret Heyeti (STH) için olumlu dönüş yapan ülkeler; Güney Kore, Çekya, Nijerya, Özbekistan, Hindistan, Kenya, Tanzanya, Fil Dişi Sahili, Pakistan oldu. Bu ülkelerdeki ataşelerle irtibata geçildi. Bu ülkeler dışında Kolombiya için de çalışma yapılacağı bildirildi. TİM Başkanı Gülle'nin yönlendirmesiyle mayıs ayında ev ve mutfak eşyası sektörü ve tamamlayıcı sektörlerde, Güney Kore'ye STH yapılması planlanıyor. Kenya ve Nijerya için görüşmeler sürüyor. Ticaret müşavirlerinden alınan görüşlere göre, öncelikli olarak gıda ve gıda dışı tüketim mallarının yanında her ülke için potansiyel olabilecek sektörler belirlendi.

ÜLKE VE SEKTÖRLER ŞÖYLE OLDU:



GÜNEY KORE

Ev ve mutfak eşyası sektörü ve tamamlayıcı sektörler.



ÇEKYA

Kozmetik, deterjan, ıslak mendil, kuru gıda, limon ve ev tekstili.



NİJERYA

Tarım, inşaat malzemeleri ve yapı materyalleri.



ÖZBEKİSTAN

Seracılık, prefabrik yapı, tekstil kimyasalları, tarım makineleri, inşaat malzeme, aksam ve parçaları, gıda müstahzarları.



HİNDİSTAN

Gıda ve gıda dışı hızlı tüketim malları.



KENYA

Gıda ve temizlik ürünleri, alkol, güvenlik ekipmanları, spor malzeme ve ekipmanları.

WEBİNAR İLE PERAKENDE TURU

Toplantıları Skype üzerinden veya Microsoft Teams'den yapacaklarına, Zoom'un şu anda güvenlik nedeniyle pek tercih edilmediğine dikkat çeken Önder, sözlerini şöyle sürdürdü: “Mesela, normalde ziyaret ettiğimiz ülkede 'retailer/perakende turu yaparız. Danışmanlık firmasına bunu sanal olarak yaptırmayı planlıyoruz. Örneğin, ABD'ye gittiğimizde büyük perakendecileri ziyaret ederiz. Orada raflardaki ürünleri inceleriz. Burada da Webinar üzerinden marketleri gezeceğiz. Buradan ekran başına geçtiğimizde, ikili görüşme öncesi, o market zincirlerinde hangi ülkeden neyin, hangi fiyattan satışa sunulduğunu bileceğiz.”

STH projesine ihracatçılardan destek geldi

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın 'Sanal Ticaret Heyetleri' (STH) çalışmasına ihracatçılardan ve sanayicilerden destek geldi. İş dünyasına göre salgının ekonomik etkilerini en aza indirmenin yolu dijital pazarlamadan ve sanal fuarlardan geçiyor.



"DİJİTAL B2B YAPACAĞIZ"

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Başkanı Tahsin Öztiryaki, "Konu, salgının başından beri gündemimizde. Devletin de bu konudaki tutumu gayet olumlu. Dünya artık dijital ortamda satın alma yapıyor. Birlik olarak dijital fuarlarla ilgili firmalardan teklif alıyoruz. Bir anlamda dijital B2B yapıyor hale geleceğiz. E-ihracat ve dijital pazarlamayla ilgili tüm imkanlarımızı seferber ettik" dedi.



"E-HEYET TIBBİ MALZEMECİLERİN DE GÜNDEMİNDE"

Dış Malzemeleri Sanayici ve İş Adamları Derneği (DIŞSİAD) Başkanı Erkan Uçar ise, dijital ticaret ve e-heyet çalışmalarının birinci gündem maddeleri olduğunu ifade etti. Uçar, "Tıbbi malzeme sektörünün önceliği halkımızdır. Ülkemizin özellikle maske ve eldiven gibi ürünlerde yeterli stoka kavuşmasının ardından ihracat izinlerinin önümüzdeki dönemde açılacağını tahmin ediyoruz. Bu dönemde dijital pazarlama, sanal fuarlar ve e-heyet gibi konular bizim de önceliğimiz. Üyelerimizi bu konularla ilgili düzenli olarak bilgilendiriyoruz. Aksiyon alma aşamasındayız" dedi.



"TEKNOLOJİYE AYAK UYDURMAYAN GERİDE KALACAK"

Armatür Derneği Başkanı Gökhan Turan da "Teknoloji her geçen gün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde çok hızlı ilerliyor. Bu gelişime ayak uyduramayanlar sektör ayrımı yaşamaksızın geride kalacak. Dijital pazarlar operasyonu kolay, maliyeti daha düşük ve daha ulaşılabilir olacak. 7/24 açık kalabileceği için de sürekli her kesime hitap edecek. Fakat tüm bunlarla birlikte sanal pazarlar ve e-fuar sistemi, bizler için yeni bir platform olacak. Sistem kurulmalı ve eğitim iş birlikleri ile tüm sanayicilerimizin entegre edilmesi sağlanmalıdır" şeklinde konuştu.



"SANAL ORGANİZASYONLARI YAKINDAN TAKİP EDİYORUZ"

Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Başkanı Adnan Aslan, "Çelik sektörü için önem arz eden tüm organizasyonlar salgın nedeniyle iptal edildi. Sanal fuarların ürün gamımız özelinde uygun olmayacağını düşünüyoruz ancak ihracat pazarlarımızdaki ticari ilişkilerimizin sürdürülebilir olması adına sanal organizasyonları yakından takip ediyoruz. Virüs sonrası için Latin Amerika, Batı Afrika ve Güneydoğu Asya yeni hedef pazarlarımız olacak" ifadelerini kullandı.



"MAYIS'TA STABİLE DÖNMekten BAHSEDEBİLİRİZ"

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Sektörler Konseyi Üyesi ve Temmer Marble Yönetim Kurulu Başkanı Rüstem Çetinkaya ise, salgının küresel ölçekte bir daralmaya neden olduğunu vurguladı. Çetinkaya, "Normalleşmeyi konuşmak için henüz çok erken. Mayıs itibarıyla stabile dönmekten bahsedebiliriz. Doğal taş sektörünün en önemli fuarlarından biri olan ABD merkezli Coverings, 20-23 Nisan tarihleri arasındaki dev etkinliği online konferans serilerine çevirdi. E-heyet ve dijital pazarlama faaliyetlerini yakından takip ediyoruz ve önemsiyoruz" dedi.



TEB

GİRİŞİM EVİ

**TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GİRİŞİMCİLERİ,
COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR!**

#PandemiyeKarşıGirişimcilik



GASTROCLUB MÜDAVİM HAREKETİ İLE ÜYE RESTORANLARINA COVID-19 SÜRECİNİ YÖNETEBİLMELERİ İÇİN NAKİT AKIŞI SAĞLIYOR

COVID19 Sürecince Müdavim Hareketi başlatan TİM
TEB Girişim Evi girişimcisi GastroClub, sevdiğiniz
restoranlara kapalı olduğu bu dönemde destek
olmanızı sağlıyor. Siz de bu harekete katılarak hem
sevdiğiniz restoranlara destek olabilir hem de %25
indirimli müdavim çeki satın alabilirsiniz.



<https://gastroclub.com.tr/>

DETAYLI BİLGİ

www.timlegirisim.com / www.teblegirisim.com



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi



“Salgından sonra biz kazanacağız”

TİM Başkanı Güllü, “Hedeflerimizden sapmadık, aksamalar olabilir ama önümüzde bunları telafi edecek zaman var. Nisan ve mayıs ayında salgın kontrol altına alınır, dünyadaki etkileri ile birlikte bu sürecin kazanımı olacağız” dedi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Güllü, 1 Nisan tarihinde yaptığı açıklamada, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başlattığı “Biz Bize Yeteriz Türkiye” kampanyasına desteklerin çiğ gibi büyüdüğünü, bu davetin kendilerine ilham verdiğini ve kampanyaya 61 ihracatçı birlik başkanı ile birlikte TİM olarak 15 milyon TL ile katıldıklarını bildirdi.

Türkiye'nin ve dünyanın çok önemli sınavdan geçtiği bir ortamda herkesin ülkeye, devlete, millete, insana, üretime sahip çıkması gerektiğini vurgulayan Güllü, TİM'de ışıkların hiç sönmediğini, üretimin hiç durmadığını, 7 gün 24 saat ihracat yapıldığını belirtti.

Güllü, her ay ihracatçıların ülkeye güzel haberler verdiğini ifade ederek,

“Her şeye rağmen üretimimizi yaptık. Bu ülke için getirdiğimiz dövizin yanında ihracatçı birliklerimiz ile birlikte Cumhurbaşkanımızın ‘Biz Bize Yeteriz Türkiye’ kampanyasına katılmaktan gurur duyuyoruz. İhracatçılar olarak bu ülkenin her zaman, her daim hizmetinde olduğumuzu bir kez daha ifade ediyoruz” şeklinde konuştu.

“Biz Bize Yeteriz Türkiye” kampanyasına katılım ve desteğe yönelik Türk insanının ferasetinin yüce olduğunu belirten Güllü, şunları kaydetti: “Kampanya amacına ulaşacaktır. Ramazan ayına da girdik. Yapılacak hayırlar ile inanıyorum ki çok iyi rakamlara varacağız. ‘Biz bize yeteriz’ çok önemli bir mesaj. Hepimizin birlikte olup bu süreci yönetmesi gerekiyor. Şu

güne kadar gayet iyi yönetildi. Başta Cumhurbaşkanımıza, hükümetimize, bakanlarımıza, özellikle Sağlık Bakanımıza ve sağlık çalışanlarımıza teşekkür ediyoruz. Onlar ne derse yapıyoruz. Bilim Kurulu'nun almış olduğu kararlara, Cumhurbaşkanımızın bütün dediklerine uyuyoruz ki, bu süreci yönetelim ve en kısa zamanda, en az kayıp ile bu hastalıktan kurtulalım arzusundayız.”

“SALGIN SONRASI YENİ DÜNYA DÜZENİ KURULACAK”

İsmail Gülle, koronavirüs salgını sonrası başka bir dünya düzeni kurulacağını ifade ederek, “İnsanlar tüketimlerini gözden geçirecek, firmalar kendilerini baştan aşağı yenileyecek. Her şeyin değişeceği ortamda Türkiye; güvenilir, sözünde duran ve her daim üreten bir ülke imajı ile kaldığı yerden daha fazlasını yapma amacıyla yoluna devam edecektir” dedi.

Ocak ve şubat aylarında ihracat rakamlarında Türkiye'ye güzel haberler verdiklerini ifade eden Gülle, şunları kaydetti: “Mart ayında geçen aylardaki gibi olmasa da yakın bir ihracat rakamı yakaladık. Bu kadar zorlu şartlarda, pek çok sektörün etkilenmesine rağmen diğer sektörlerin başarıyla mart ayında da iyi bir rakam açıkladık. Şu ana kadar gümrük kapılarında kısmi olarak birtakım aksamalar yaşansa da ihracatımız oralarından da akmaya devam etti. Deniz yolunda sorunumuz yok. Hava kargoyu dolu gönderiyoruz. Oralardaki açılış ve buradaki rahatlamayla birlikte siparişlerimizin, yeni işlerimizin peşinde olup koşturmaya devam edeceğiz.”

“NEYE İHTİYACIMIZ VARSA KENDİMİZ YAPMALIYIZ”

TİM Başkanı Gülle, koronavirüs salgınından ders çıkartılması gerektiğini belirterek, “Yerli ve milli olmanın altını yaşanan bu kriz doldurdu. İthalatın ucuz da olsa bir gün gelemeyeceğini gösterdiği gün oldu. O açıdan bizim neye ihtiyacımız varsa hep kendimiz yapmalıyız. İthalatın birincil öncelik olmaması lazım. Mutlaka kendimizin üretmesi, eksikliklerimizi tamamlamamız



gerekiyor. Özellikle medikal ve kimya alanında pek çok yatırımla birlikte bu konudaki eksikliklerin giderileceğini söyleyebiliriz” ifadelerini kullandı.

Pek çok ülkede sorunlar olmasına karşın küresel tedarik zinciri çerçevesinde üretimleri zamanında yerlerine ulaştırarak Türkiye'nin güvenilir bir ülke olduğunu gösterdiklerini kaydeden Gülle, şu değerlendirmelerde bulundu: “En önde refleks alan ülkelerden birisiyiz. Bu süreç sonrası bunların mutlaka bir karşılığı olacağını düşünüyoruz. Tek kaynaktan değil, alternatifli kaynaklardan tedarikin mutlaka olacağına, dünyanın da bundan çok ders çıkardığına inanıyoruz. Fiyat tek kriterdi. Fiyatın, sağlıklı ve kaliteli üretimin zamanında yapılmasıyla birlikte bir anlamı olduğu görülecektir. Dünya pek çok şeyi değiştirecek.

Bu konuda 2020 ve sonrasında pek çok şeyi düşünmemiz, konuşmamız, tasarlamamız, yönetmemiz gerekecek. Bu değişimi ne kadar hızlı bir şekilde yapabilirsek o derece büyük pay alarak götüreceğiz. Hedeflerimizden sapmadık. Hedeflerimizin arkasında ve peşindeyiz. Aksamalar olabilir ama önümüzde bunları telafi edecek zamanlar var. Mayıs ayında salgın kontrol altına alınırsa dünyadaki etkileri ile birlikte bu sürecin kazananı olacağız.”

“Mart ayında geçen aylardaki gibi olmasa da ona yakın bir ihracat rakamı gerçekleştirdik. Bu kadar zorlu şartlarda, pek çok sektörün etkilenmesine rağmen diğer sektörlerin başarıyla mart ayında da iyi bir rakam açıkladık.”



TİM'in taleplerine hükümetten jet çözüm

Türkiye'nin koronavirüsle mücadelesine destek olmak amacıyla bünyesindeki 61 ihracatçı birliğiyle beraber "Bugüne kadar ihracatımız için ürettik. Şimdi sağlığımız için üretiyoruz" sloganıyla maske ve dezenfektan üretim seferberliği başlatan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi'nde karşılık bulan 40 çözüm önerisiyle de ihracatçılara destek oldu.

Türkiye'de ihracatın tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM), "Bugüne kadar ihracatımız için ürettik. Şimdi sağlığımız için üretiyoruz" sloganıyla başlattığı maske ve dezenfektan üretim seferberliği tüm hızıyla devam ediyor. Türkiye İhracatçılar Meclis Başkanı İsmail Güllü, "Dünyayı etkisi altına alan salgın uluslararası ticaret ve ülke ekonomilerini derinden sarstı. İlk günden itibaren TİM olarak gerek toplum sağlığı gerekse ihracatın bu süreçten en az etkilenmesi için var gücümüzle çalışıyoruz, çalışmaya da devam edeceğiz" dedi.

"KİMSENİN TELAŞI OLMASIN"

Bünyesindeki ihracatçı birlikleriyle sürdürdükleri maske ve dezenfektan üretim seferberliği ile ilgili son gelişmeleri aktaran TİM Başkanı İsmail Güllü, şunları

kaydetti: "İhracata desteğimizin yanı sıra başta sağlık çalışanlarımızın ihtiyacının giderilmesi ve mevcutta yaşanan tedarik sıkıntısının aşılması amacıyla derhal temaslara başladık. Ticaret Bakanlığı, Sanayi Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığı ile acil eylem planı oluşturduk. Bu konuda tek yetkili olan Sağlık Bakanlığı'na bağlı Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş. (USHAS) ile üretici firmalara köprü olduk. Üretime destek vermek isteyen firmaları da seferberliğimiz kapsamında sürece dahil ettik. Birçok büyük hazır giyim, kimya, tekstil firmamızla başlattığımız seferberlik kapsamında üretilen maske ve dezenfektanı Sağlık Bakanlığı'na teslim ediyoruz. Günlük 1 milyon üretim hedefi ile başlattığımız seferberlikte kısa sürede günlük 15 milyon maske üretim kapasitesini aştık. Kısa sürede bu sayının

daha da üstüne çıkacağız. Kimsenin bir telaşı olmasın. Türkiye'nin maske ihtiyacının tamamını karşıladıktan sonra, maske ihracatını gerçekleştirecek miktara çok rahat ulaşacağız. Bu kapsamda çağrımızı yineleyerek üreticilerimizi seferberliğimize destek olmaya davet ediyoruz.”

“DÜNYAYA ÜRETİM GÜCÜMÜZÜ GÖSTERDİK”

Yurt içi ihtiyaçlarının karşılanması kadar salgından çok yoğun etkilenen ve maske ile dezenfektan tedariki konusunda sorun yaşayan ülkelere Türkiye'den yardımların gittiğini hatırlatan TİM Başkanı Gülle, “Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın talimatıyla İngiltere, Amerika, İtalya, İspanya, Çin, Sırbistan, İran ve bazı Afrika ülkelerine maske, tulum ve sağlık malzemeleri yardımı gitti. Bunun yanında TİM olarak Ticaret Bakanlığımızı ile Çin, İtalya ve İspanya'ya maske ve dezenfektan yardımında bulunduk. Cumhurbaşkanımızın önderliğinde yapılan yardımlarla Türkiye'nin güvenilir ve sağlıklı üretim yapan ve her koşulda tedarik zincirini devam ettirebilen bir ülke olduğunu bir kez daha dünyaya gösterdik. Önümüzdeki süreçte bu kabiliyetimiz ihracatımızın gelişmesi için bir iyi bir referans oluşturacağı gibi Türkiye markasına da çok önemli bir değer katacak” dedi.

“ÖNERİLERİMİZ KARŞILIK BULDU”

Koronavirüs salgınının dünya genelinde üretim ve lojistik kanallarını önemli derecede sekteye uğratarak, dünya ticareti ve ekonomilerinin yavaşlamasına yol açtığına dikkat çeken TİM Başkanı Gülle, “Virüsün yayılması ile birlikte insan ve mal dolaşımında ciddi sorunlar oluştu. Ticaret Bakanlığı ile birlikte kısa zamanda mal dolaşımının kısıtlayıcı tedbirlerine karşı harekete geçtik ve mart ayı başında temassız ihracat uygulamasını devreye aldık. İran, Irak, Gürcistan sınır kapıları ile Kapıkule'de dorse değişim modeline geçerek ihraç ürünlerinin tedarikini aksatmadık” dedi. Gülle, sözlerine şöyle devam etti: “Ülke olarak zor günlerden geçtiğimiz bu süreçte önceliğimiz Türkiye'mizin

“Günlük 1 milyon üretim hedefi ile başlattığımız seferberlikte kısa sürede günlük 15 milyon maske üretim kapasitesini aştık. Kısa sürede bu sayının daha da üstüne çıkacağız. Kimsenin bir telaşı olmasın.”

geleceğidir. İlk günden itibaren TİM olarak 61 ihracatçı birliği ve 27 sektör konseyimiz ile süreci çok yakından izleyerek hep temasta olduk. Bu süreçte ihracatçı birliklerimiz, sektörel dernekler ve firmalardan bildirilen tüm sorun ve talepleri ilgili makamlara anlık olarak aktardı. Salgının ülkemiz ekonomisi üzerindeki etkilerinin asgari seviyede tutulması amacıyla Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan tarafından ilan edilen Ekonomik İstikrar Kalkanı, üretim ve ihracatımızın kesintisiz olarak devam etmesi noktasında çok önemli bir destek mekanizması oldu. Bu süreçte, genel ve sektörel mahiyette 67 öneri ilgili makamlarımız ile paylaşıldı; yapılan düzenlemelerle bunlardan 40'ı karşılık



bulmuş oldu. Bu bağlamda, yürütülen 'şeffaf' ve 'akılcı' politikalar dolayısıyla başta Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, Sanayi Bakanı Mustafa Varank, Aile Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanı Zehra Zümrüt Selçuk ile diğer ilgili Bakanlıklarımıza ve kurumlarımıza gösterdikleri yoğun gayretleri için teşekkür ediyoruz.”

TİM'İN 40 TALEBİ VE DEVLETİN 40 ÇÖZÜMÜ

- Eximbank kredilerinin limitlerinin artırılması, geri ödeme sürelerinin uzatılması;
- Eximbank taahhüt kapatma ve reeskont kredilerinde iyileştirme yapılması;
- Eximbank ihracat sigortası limitlerinin güncellenmesi ve artırılması;
- İhracatçıların oluşan ilave stoklarının desteklenmesi;
- Gümrük kapılarında sonuçlandırılan bazı işlemlerde ek süre verilmesi;
- Bankalar aracılığı ile kullanılan Eximbank kaynaklı ihracat hazırlık (SOİK) kredilerinin ertelenmesi;
- Sınır kapılarında giriş çıkışlardaki tedbirlerin, dış ticaret taşımalarını en az etkileyecek şekilde düzenlenmesi;
- Devlet yardımları işlemlerinin yürütülmesi için 01.04.2020 tarihi itibarıyla faaliyete geçmesi planlanan Destek Yönetim Sistemi'nin (DYS) devreye alınma tarihinin 6 ay ertelenmesi;
- DİR kapsamında ihracat taahhütleri süre uzatımı;
- Bazı gümrük rejimlerinde gümrük idarelerince verilen sürelerin uzatılması;
- Arabuluculuk ve Uzlaştırma Kurumlarında yaşanabilecek aksaklıklar konusunda düzenleme yapılması;
- Devlet Yardımlarından faydalanan firmalarımızın ilgili ülke ticaret müşavirliklerinden onaylı evrakları ibraz etmelerinde yaşanan sorunların giderilmesi;
- İtiraz süresi kaçırılan ek tahakkuk ve ceza kararlarının kaldırılması;
- Sonradan ibraz edilecek menşe şahadetnamelerinde ibraz süresinin durdurulması;
- Bazı gümrük rejimlerinde gümrük idarelerine gidilmeden elektronik ortamda yapılması;
- SGK, KDV, muhtasar ödemelerinin ertelenmesi; ihracatçıların oluşan ilave stoklarının maliyetinin desteklenmesi;
- Ödemelerde temerrüt durumunda sicillerde mücbir sebep notu düşülmesi;
- Kredi Garanti Fonu'nun (KGF) sağlayacağı limitlerin, Eximbank ve diğer bankalar tarafından ihracatçının limit ve kredi ihtiyaçları için kullanılabilmesi;
- Faizlerin indirilmesi;
- Üretime etki eden kredi, kredi kartı, çek, kira vb. ödeme araçları gibi kalemlere de ilave destek sağlanması;
- KDV beyanname ve BA-BS formunu verme zorunluluğunun kaldırılması;
- Kredi taksitlerinin ötelenmesi;
- Turizm sektörüne destek verilmesi;
- KOBİ'lerin ticari alacaklarını tahsil edememe riskinin azaltılması;
- Bankacılık sektörü tarafından kolaylaştırmaların sağlanması;
- Geri Kazanım Katılım Payı beyannamelerinde düzenleme yapılması;
- İhraç kayıtlı malların yurt dışı edilme sürelerinin uzatılması;
- Asgari ücret desteğinin sürdürülmesi;
- Esnek çalışma koşullarının düzenlenmesi;
- Telafi çalışma süresinin uzatılması;
- Yurt dışı ve yurt içi siparişleri iptal edilen üreticilerin çalışanlarının sağlıklı ortam oluşana kadar salgının yayılma hızını önlemek açısından ücretsiz izne çıkarılması ve bu izin sırasında da ödemelerin işsizlik sigortasından karşılanması;
- Kısa çalışma ödeneğinin tüm bölgelerde hiçbir kriter ve şarta bakılmaksızın ve ilave prosedür uygulanmaksızın sektördeki tüm firmalara uygulanması;
- Su faturalarının ertelenmesi;
- Hazinesen tahsisli mülklerdeki işletmelerden süreç boyunca kira alınmaması;
- Tarım destek ödemelerinin yapılması;
- Tarım ve hayvancılık sektöründeki işletmelere uzun vadeli finansmansan imkânının sağlanması;
- Tıbbi ürünlerin üretimine ilave destek verilmesi;
- KOSGEB alacaklarının ertelenmesi;
- Orta Asya ülkelerine ihracatın devamı için demiryolu ile taşıma olanaklarının geliştirilmesi;
- İcra ve iflas takiplerinde düzenleme yapılması.

Pandemiye çözüm için yarışacaklar

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından üniversite öğrencilerine yönelik düzenlenen İnovaTİM İnovasyon Yarışması, Türkiye'nin Makinecileri ana sponsorluğunda başlıyor. Toplam 180 bin TL para ödülünün dağıtılacağı yarışmaya 5 Mayıs'a kadar Karga Karga uygulaması üzerinden başvuru yapılabiliyor.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenecek İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nın ana sponsorluğunu Türkiye'nin Makinecileri üstleniyor. Koronavirüs salgını ile mücadeleye destek olması hedeflenen yarışmanın teması İnovasyon > Pandemi (İnovasyon Büyüktür Pandemi) olarak belirlendi. Üniversite öğrencilerine yönelik yarışmada pandemi öncesi, sırası ve sonrasında oluşan ihtiyaçlara çözüm sunacak inovatif projeler aranıyor. Dokuz takımın dereceye gireceği yarışmada toplam 180 bin TL para ödülü dağıtılacak. Yarışmanın son başvuru tarihi 5 Mayıs olarak belirlendi. Başvuran üniversite öğrencilerinden oluşturulacak takımlar, 5 Haziran'a kadar projelerini geliştirmek için çalışacak. Takım üyeleri, Karga Karga uygulaması üzerinden proje fikirlerini ileticekler.

“HAYALLERİNİZDEN VAZGEÇMEYİN”

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, yarışma için şunları söyledi: “Gelecek, hayal kuranlar tarafından inşa edilir! Sizler hayal kuracaksınız, bizler de hayallerinize sahip çıkacağız ve bu hayalleri hayata geçireceğiniz ekosistemi güçlendirmek için çalışıp yolunuzu açacağız. Sizler ise cesur olacak; yapamaz, yapılamaz diyenler olduğunda yılmak yerine hırslanacaksınız. Çünkü gerçek başarısızlık, vazgeçmektir. Hayallerinizden vazgeçmeyeceksiniz. Sizlerin kendi hikayelerinizi yazarak, hayata geçireceğiniz projeler ile ülkemizin bayrağını dünyanın her köşesinde başarı ile dalgalandıracağımıza olan inancımız tam. Çağımızın en büyük küresel sorunu koronavirüs pandemisi ile mücadele ettiğimiz bu günlerde, yarışmanın ana konusu pandemi çerçevesinde 18 farklı senaryo arasından seçerek gerçekleştireceğiniz projeler, çok değerli olacak.”

“BİZİ ÖZGÜRLEŞTİRECEK YEGANE ARAÇ TEKNOLOJİ”

Teknoloji savaşları ve siber tehditler üzerine kafa yorarken organik bir tehdidin insan sağlığına çok ciddi şekilde zarar verdiğini, dünya ekonomisini durma noktasına getirdiğini vurgulayan Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) Başkanı Kutlu Karavelioğlu ise yarışmanın ana sponsoru Türkiye'nin Makinecileri adına gençlere verdiği mesajda şunları ifade etti: “Salgının yarattığı tahribat, bizi alışageldiğimiz dünya düzenini yeniden düşünmeye itiyor. Pandemi nedeniyle sınırların büyük ölçüde kapatıldığı bir dünyada yerli teknoloji üretiminin önemini de daha iyi idrak ediyoruz. Bizi sınırlarımızdan özgürleştirecek yegane araç teknoloji. Türkiye'nin Makinecileri olarak ana sponsorluğunu üstlendiğimiz İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nda gençlerden pandemi öncesi, sırası ve sonrasındaki ihtiyaçlar için geliştirecekleri inovatif projeleri bekliyoruz. Evde kalmayı üretime dönüştürecek, mevcuttan hareketle yeni arayacak, toplumsal faydaya odaklanacak yaratıcı genç zihinlerin projelerini duymak için sabırsızlanıyoruz.”



Yarışmayla ilgili bilgiler
#İnovasyonBüyüktürPandemi
hashtag'i ile sosyal medyadaki
@inovatimtr,
@turkiyeihracatcilarameclisi,
@turkihracat,
@turkiyeninmakinecileri
hesaplarından da paylaşılacak.

Dünya ticareti yüzde 13-32 arasında daralabilir

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

Koronavirüs salgını nedeniyle ortaya çıkan koşullar içinde Dünya Ticaret Örgütü dünya mal ticaretine ilişkin olarak 2020 ve 2021 yılı öngörülerini açıkladı. Dünya Ticaret Örgütü, 2020 yılında iyimser senaryo içinde dünya mal ticaretinin miktar olarak yüzde 12,9, kötümser senaryo içinde ise yine miktar olarak yüzde 31,9 daralabileceğini öngördü. Daralmalar miktar olarak ele alınmaktadır. Ticarete konu olan nihai ürünler ile emtia ve petrol fiyatlarındaki düşüşler de dikkate alındığında değer olarak dünya mal ticaretindeki daralma daha yüksek olabilecektir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün iyimser senaryosu salgının etkilerinin ikinci çeyrekte sona ermesi ve izolasyonların büyük ölçüde kalkması ile dünya mal ticaretinde ikinci çeyrekte sert daralma, üçüncü çeyrekte sınırlı büyüme ve dördüncü çeyrekte ise sınırlı bir toparlanmayı öngörmektedir. Kötümser senaryoda ise salgının ve izolasyonların yıl genelinde süreceği varsayılıyor.

Dünya mal ticareti 2019 yılında artan küresel ticarete korumacılık eğilimi ile miktar olarak yüzde 0,1, değer olarak ise yüzde 3,0 daralmıştı. Bir başka deyişle, dünya mal ticareti salgının etkilerine zaten daralma eğilimi içinde yakalanmış oldu. 2019 yılında dünya mal ticareti büyüklüğü 18,25 trilyon dolara gerilemişti.

2,1 MİLYAR ÇALIŞAN İŞİNİN BAŞINDA DEĞİL

Salgının yarattığı ekonomik etkilere ilişkin öngörüler ilk önce yılın sadece ikinci çeyreğinde bir küçülmeden bahsederken, salgının tüm dünyaya yayılmış olması nedeniyle giderek 2020 yılında resesyon ve sert daralma öngörülerine dönüşü. Dünya gelirinin



yaklaşık yüzde 10'unun salgın etkisi ile 2020 yılında kaybolabileceği varsayımları yapılmaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Nisan ayı içinde uygulanan izolasyon önlemleri nedeniyle 2,1 milyar çalışanın iş başında olmadığını açıkladı. Bu sayı dünyadaki istihdamın yüzde 81,3'üne denk gelmektedir. Dünya, böylesine büyük bir salgın ile karşı karşıya bulunmaktadır.

Mal ticareti, gelirin bir fonksiyonudur ve dünyadaki gelirden görülecek düşüşler doğal olarak ticarete de daralmaya yol açacaktır. Ancak ticaret sadece gelirlerdeki düşüşlerden etkilenmeyecektir. Salgın nedeniyle neredeyse ülkelerin tüm sınırları büyük ölçüde kapalı, mal ticaretine olanak tanınmakla birlikte taşımacılık kapasitesi önemli ölçüde düştü. Tüketiciler üçüncü ülkelerden gelen ürünlere karşı giderek daha hassas hale gelmeye başlamaktadır.

Diğer yandan tedarik zincirlerinde de bozulmalar yaşanmaya başladı. Alıcıların sipariş iptalleri ve yeni siparişlerin ötelenmesi, tedarik zincirinde yer alan

mevcut birçok oyuncuyu sıkıntıya sokmaya başlayacaktır. Başta gıda arz güvenliği olmak üzere ülkeler çeşitli ürünlerinin ihracatlarına sınırlamalar koymaktadır. Tüm bu nedenlerle de dünya mal ticareti zayıflama eğilimi içinde olacaktır.

YENİ DÖNEME HAZIRLIKLIL OLUNMALI

Dünya Ticaret Örgütü, dünya mal ticaretindeki öngörülerini bölgeler itibarıyla de ortaya koydu. Buna göre iyimser senaryo içinde dünya mal ticareti miktar olarak yüzde 12,9 daralırken, ithalatı en çok daralacak bölgenin yüzde 22,2 ile Orta ve Güney Amerika ve yüzde 14,5 ile Kuzey Amerika olacağı varsayılmaktadır. ABD'de beklentilerin üzerinde sert ekonomik daralma nedeniyle ticarete daha yüksek daralmalar beklenmektedir. ABD, tüm Amerika kıtasını aşağı çekecektir. Avrupa'da ithalatın yüzde 10,3, Asya'da ise yüzde 11,8 daralması beklenmektedir. Orta Doğu ve Afrika'yı kapsayan diğer bölgelerde ise ithalat yüzde 10 düşecektir. Kötümser senaryoda ise bölgelerdeki daralmalar çok daha yüksek ve sert olacaktır.

Dünya mal ticaretinde 2005 yılındaki serbestleşme sonrası oluşan yapı ve eğilimler 2018 ve 2019 yıllarındaki sert korumacılık eğilimi ile ilk kez sarsılmıştı. Şimdi de salgın mevcut yapıyı önemli ölçüde zorlamaktadır. Salgın sonrası tüm bu etkilerden çıkacak olan dünya mal ticareti muhtemelen, kendine serbesti içinde yepyeni bir yapı kuracaktır. Ticaret ilişkileri, kanalları ve tedarik zincirleri yeniden tarif ve inşa edilecektir. Bu nedenle 2020 yılında ticarettaki daralmanın olumsuz etkilerini yönetmek kadar yeni döneme hazırlık için de çaba gösterilmelidir.



TEB

GİRİŞİM EVİ

**TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GİRİŞİMCİLERİ,
COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR!**

#PandemiyeKarşıGirişimcilik

İNTERGEN

İNTERGEN COVID-19 HIZLI TARAMA TESTİ GELİŞTİRDİ!

Mevcut COVID-19 testlerinin kapasitesini 20 kat arttıracak, doğruluk oranlarını %99 üzerine çekecek ve maliyetlerini %50 düşürecek tanı kitleri geliştiren 20 yıllık tanı ve tedavi merkezine sahip TİM-TEB Girişim Evi girişimcisi **İNTERGEN**, %100 kendi tasarımı ve yüksek mühendislik ürünü olan COVID-19 testlerini geliştirdi.



DETAYLI BİLGİ

www.timlegirisim.com / www.teblegirisim.com



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi

Hangi sektör çabuk, hangisi yavaş toparlanır?

PROF. DR. EMRE ALKİN

Hem televizyon ekranlarından hem de YouTube hesabımdan sürekli anlatıyorum. Hatta düz yazıyla web sitemde, sesimle de Spotify'da paylaştım. Şimdi bir de burada anlatayım. Son zamanlarda bana sorulan en önemli soru şu: "Koronavirüs salgını sonrasında Türkiye Ekonomisi nasıl toparlanacak?"

Bunu cevaplamak için önce Türkiye ekonomisinin büyüme oranına hangi sektörlerin katkı verdiği bakmak gerektiğini düşünüyorum. Her şeyden önce Türkiye ekonomisinin inşaat, kamu harcamaları ve hizmetlerin merkezde olduğu, sanayinin milli gelire katkısının yüzde 23 ile sınırlı kaldığı bir modele dayandığını söylemek lazım.

Buradan hareketle diğerlerine göre yavaş yavaş toparlanacak sektörlerle bakalım. Acı ama gerçek; ulaşım, havayolu, yapı malzemeleri, otomotiv ve oto kiralama, elektronik, eğitim, mobilya, emlak, mücevher-takı, otel-konaklama sektörleri yavaş toparlanacak. Bu sektörler ancak bu senenin dördüncü çeyreğinde toparlanmaya başlayabilir.

Turizm, döviz geliri ve istihdam açısından



önemli bir sektör ama milli gelire katkısı sınırlı. Dolayısıyla turizmin gerilemesi bizi çok şiddetli şekilde etkilemeyecektir. Sanayide kritik önem taşıyan sektör ise otomotiv olarak göze çarpıyor. Mesela mobilya sektörünün daralması elbette kötüdür ama bu sektör daralmasının Türkiye'de büyüme düşürmeyeceği ortada. Buna karşılık otomotiv üretimi ile sanayi üretimi ve ekonomik büyüme

eş anlı gidiyor Türkiye'de. Otomotivde hızlı toparlanma beklentisinin olmaması, Türkiye'nin V tipi şeklinde büyümeye geçemeyeceğinin işareti gibi gözüküyor. Çok hoşlanmasam da, inşaat ve konut sektörünün de otomotiv gibi GSMH üzerinde etkili olduğunu biliyoruz. Eğer emlak ve otomotiv hızlı toparlanacak olsaydı, Türkiye ekonomisi V tipi toparlanacak derdim. Ancak durum böyle değil.

"HIZLI BALIKLARA GEÇELİM ŞİMDİ"

Şimdi "hızlı toparlanma" öngördüğümüz sektörleri sayalım: Sağlık, bankacılık, kamu, internet-TV, uzaktan eğitim, giyim, kişisel bakım, kozmetik, yiyecek-içecek.

Hizmet sektörünün büyümeye ciddi katkı yaptığı göz önünde bulunursa sonuçta şu şekilde ulaşabiliyorum: Türkiye ekonomisi kesinlikle 2021'in birinci çeyreğinde kendine gelecektir. Daha önce de belirttiğim gibi, 2020 için yüzde -0.5 ile +0.5 arasında bir büyüme bekliyorum. 2021 yılı ekonomik büyüme öngörüm ise yüzde 5'in üzerinde gerçekleşeceği yönünde. 2022'de ise ekonomik büyümenin yüzde 3,5-4,5 arasında gerçekleşeceğini düşünüyorum. Diğer ülkelere göz atarsak: İtalya L tipi çizgide toparlanacak. Yani önünde zorlu bir süreç var. ABD'nin ise kendine özgü bir yapısı bulunuyor. Dünya tüketiminin yüzde 33'ünü, ithalatın yüzde 17'sini yapan, dünya ekonomisinin yüzde 24'ünü oluşturan bir ülkeden söz ediyoruz. Amerika'nın daha önceki resesyonlardan kurtulma süreçlerine baktığımızda, 1998'den sonra dipten dönüş süresinin uzadığını görüyoruz. Fakat, dünyanın Merkez Bankası gibi davranan FED'e sahip olan bu ülkenin çok geç olmadan ayağa kalkabileceğini söyleyebilirim. Son olarak, daha önce de söylediğim gibi ben, IMF kadar karamsar değilim.



"Acı ama gerçek; ulaşım, havayolu, yapı malzemeleri, otomotiv ve oto kiralama, elektronik, eğitim, mobilya, emlak, mücevher-takı, otel-konaklama sektörleri yavaş toparlanacak. Bu sektörler ancak bu senenin dördüncü çeyreğinde toparlanmaya başlayabilir."

Kriz yönetimi ve krizlerde çalışanlara sahip çıkmanın önemi

CEM YILMAZ, MSC BAŞ DENETÇİ, SMMM

İnsanlık, tarih boyunca doğal felaketlerden insan ürünü facialara kadar birçok krizle karşılaşmıştır. Nitekim COVID-19 salgını sağlık alanında olduğu kadar toplumsal ve ekonomik alanda da ciddi tahribat yaratıyor. Sadece Nisan ayında ABD’de 21,5 milyon insan işini kaybetti. Euro Bölgesi’nde de salgın sürecinin işsizliğe çok ciddi negatif etkisi olması bekleniyor. Fransa Ekonomi Bakanı Bruno Le Maire, yaptığı açıklamada, salgın nedeniyle işsiz kalanların sayısının 9 milyona yaklaştığını, bunun devlete yaklaşık 20 milyar Euro maliyeti olduğunu söyledi. Salgın öncesi AB’de ortalama yüzde 7,4 olan işsizlik oranının, nisan sonunda yüzde 13'lere ulaşmasından endişe ediliyor. Bu oran Yunanistan’da yüzde 20’yi, İspanya’da yüzde 18’i, İtalya’da yüzde 15’i görebilir. Yıl sonunda AB işsizlik oranının ortalama yüzde 11 olması bekleniyor. Türkiye’de ise yaklaşık 268 bin 717 firmanın 3 milyon 44 bin 420 çalışanı için Kısa Çalışma Ödeneği’ne başvurduğunu resmi açıklamalardan görüyoruz.

Tüm krizlerde maliyeti düşürmek için ilk akla gelen yöntem malesef personeli çıkarmak olarak gözüküyor. Oysa ki şirketler koronavirüs salgınına kriz yönetimi konusunda kendilerine bir sınav olarak görmeli. Bu durum, işini kaybedenleri zor durumda bıraktığı gibi, şirketleri de en önemli varlıkları olan insan kaynağı yönetimi açısından zorluyor. Böylesi güç ekonomik şartlarda verilen ilk tepki şirketin küçültülmesi ve çalışan sayısının azaltılması olunca, şirket sadece yetmiş insan kaynağından mahrum kalmış olmuyor, aynı zamanda çalışmaya devam edenlerin morali açısından da zaafiyete uğrayabiliyor.



ŞİRKETLER KRİZİ FIRSAT OLARAK GÖRMELİ

Şirketlerin değerlerini belirleyen unsur, fiziksel varlıklarından çok bilgi birikimleri ve marka değerleri oluyor. Dolayısıyla, bu değeri taşıyan insanlar kurum için en değerli varlık haline geliyor. Krizi insan kaynaklarını geliştirmek için bir fırsat olarak gören şirketler kazanıyor. Firmaların bu krize ne kadar karşı koyabileceği ve hasarı sınırlandırabileceği, hızlı ve uygun tepki verebilme yeteneğine belirlenir. Etkili kriz yönetimi, dikkatli bir planlama gerektirir. Böylelikle, karşılaşılan krize soğukkanlı, profesyonel bir şekilde yanıt verilebilir. Anında ve etkili karar alma kritik olduğundan kriz sırasında liderlik bilhassa önemlidir.

Yine kriz zamanlarında, yeni dönem için yapılacak altyapı hazırlıkları, personel eğitimleri şirketlerin gelecekteki büyüme dönemlerini daha başarılı olarak geçirmelerini sağlar. Örneğin, bu dönemde gerçekleştirilen bilgi teknolojisi altyapısı çalışmaları, personelin niteliklerini artırıcı eğitimler hem şirket içinden en iyi kaynakların bu konuya yeterince zaman ayırabilmesi hem de firmaların da krizden etkilenmeleri açısından daha ekonomik çözümler bulunması açısından fayda sağlar.

Kriz dönemlerinde çalışanların güvensizliği artabilir ve bu da diğerlerinin (özellikle liderlerin) niyetlerinin yanlış yorumlanmasıyla sonuçlanabilir. Çalışanlar, etrafta neler olup bittiğinden emin olmadığında kuşkucu hale gelmeleri kolaydır. Bunun önüne geçmek için çalışanlara düzenli olarak (mümkünse her gün) güncellemeler göndermek, isteklerine kulak vermek, esnek olabilmek, toplantılar ya da diğer aktiviteler sırasında çalışanlara karşı daha açık olmak gerekir. Sonuç olarak krizleri iyi yöneten bunu değişim, gelişmeye hazırlık ve odaklanma olarak uygulayan şirketlerdir. Diğer yandan kriz dönemlerinde personellerinin yanında olduğunu gösteren kurumlar, çalışan bağlılığını artırıp kendi geleceklerine yatırım yapmış olur.

“Şirketlerin değerlerini belirleyen unsur, fiziksel varlıklarından çok bilgi birikimleri ve marka değerleri oluyor. Dolayısıyla, bu değeri taşıyan insanlar kurum için en değerli varlık haline geliyor.”



İnovatif girişimcilerle salgın sonrası dünyaya dönmeye hazır mıyız?

DR. KÜBRA ULUTAŞ, TİM STRATEJİ, İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİK ŞUBE MÜDÜRÜ

Dünya genelinde vaka sayısı 3 milyona yaklaşan COVID-19 salgını, ülkeleri “korku, belirsizlik ve panik” paydasında birleştirirken, filozof Peter Sloterdijk’in “planetary co-immunism/gezegende ortak bağışıklık” kavramını da akıllara getirdi. Salgının dünya çapında neden olduğu ekonomik dalgalanmalar ve şirketlerin önündeki belirsizlikler, alınması gereken tedbirleri daha da kritik hale getirdi.

TİM İnovasyon ve Girişimcilik Akademisi çatısı altındaki çalışmalarımızla, bizler de firmalarımız, girişimcilerimiz ve gençlerimizle olan iletişimimizde, en taze bilgiyi dijital platformlara hızla aktarmaya, arka



planda yaşanan gelişmeleri gerekçeleri ile açıklamaya ve etkin iletişim kaslarımızı ön plana çıkarmaya önem verdik. Hatta krizi, uzun vadede fırsat olarak değerlendirebilmek amacıyla yeni çalışmalara “merhaba” dedik.

- 1 Nisan Çarşamba, İnoSuit iletişim kanalımızla, bu mücadelede “Biz de varız” ve “Yenilikçi çözümler üretmeye hazırız” mottosu ile İnoSuit firma temsilcilerimiz ve mentorlarımızın katılımlarıyla “COVID-19 ile Mücadelede İnoSuit Değerlendirme ve Fikir Arama Video Konferansı” gerçekleştirdik. Sahadaki profesyoneller ile akademisyenlerin tecrübe ve görüş paylaşımını sağladığımız video

konferansın bir çıktısı olarak kişisel koruma ekipmanları, dezenfektan, hastane kabul sistemleri – giriş kabinleri, paketleme malzemeleri, hastane personeli için yiyecek tedariki, antikor/antijen üretimi, saha testleri ve tedariki, PCR testi, sterilizasyon tüneli, solunum cihazı parçaları üretimi, tanı kitleri için enzim üretimi, ortam dezenfeksiyonu, el dezenfeksiyon cihazı, para dezenfeksiyonu, simülasyon modeli, hasta takip sistemi gibi konu başlıklarını kapsayacak şekilde alt çalışma grupları oluşturmaya karar verdik.

● 3 Nisan Cuma, TİM-TEB Girişim Evi'nin yenilikçi çözümler sunan teknoloji girişimlerini, ilk kez online S2C etkinliğinde bir araya getirdik. Otomotiv ihracatında önde gelen bir firmamızın tedarik ekibi ile girişimcilerimiz online buluştu, çözümlerini sundu ve iş fırsatları değerlendirildi.

● 9 Nisan Perşembe, “COVID-19 Ortamında ve Sonrasında İş Devamlılığı, İnovasyon ve Şirketlerde İnovasyon Yönetimi” başlığında İnoSuit firma temsilcilerimiz ve mentorlarımızın katılımlarıyla ikinci video konferansımızı düzenledik.

● 10 Nisan Cuma, COVID-19 ile mücadelede “İnoSuit Problem Fikir Havuzu” oluşturmaya yönelik bir girişime imza atarak, yeni fikirleri online platform üzerinden toplamaya başladık.

● 13 Nisan Pazartesi, “COVID-19 Gelişmeleri Işığında İnoSuit Nisan 2020 Dönemi Bilgilendirme Toplantısı”nı ilk kez video konferans yoluyla düzenledik.

● 17 Nisan Cuma gününe iki önemli toplantı sığdırdık. İlk olarak TİM-TEB Girişim Evi girişimcilerimizi “Koronavirüs Sırası ve Sonrasında Türkiye ve Dünya Ekonomisi” başlığında Genel Sekreterimiz Prof. Dr. Kerem Alkin ile buluşturduk, girişimcileri nasıl bir ekonominin beklediğini konuştuk. Ardından “İnoSuit Ekim 2019 Dönemi II. 3 Aylık Bilgi ve Tecrübe Paylaşımı Toplantısı”nı video konferans yoluyla düzenledik.

● 22 Nisan Çarşamba, “COVID-19 Ortamında Üretim ve İyi Uygulama

Örnekleri” başlığında İnoSuit firma ve mentorlarımızın katılımlarıyla COVID-19 sürecinin üretime etkilerini değerlendirirken, bu süreçte üretim yönetimleri, tedbirleri ve iyi uygulama örneklerini ele aldık.

● 27 Nisan Pazartesi, “COVID-19 Gelişmeleri Işığında İnoSuit Programı Nisan 2020 Dönemi II. Mentor Değerlendirme Toplantısı”nı video konferans yoluyla düzenledik.

İnovasyon ve girişimcilik ekosistemimiz adına yaşanan bu olumlu gelişmelerle birlikte, üretim ve ticarete kuralların yeniden ortaya koyulacağı ve sektörel dinamiklerin yeniden kurgulandığı yakın geleceğe hazırlanan çevik inovatif girişimcilerle COVID-19 sonrası dünyaya dönmeğe hazır mıyız?



COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER

Mart ayının 3. haftası itibariyle başladığımız ve Nisan ayı boyunca sürdürdüğümüz “TİM-TEB Girişim Evi 2020 1. Dönem Start-up ve Level Up” online danışmanlık görüşmelerimizi, “Teknoloji Odaklı Şirketlerde Girişimcilik ve Stratejik Pazarlama Yönetimi” eğitimleri başta olmak üzere verimli eğitimlerle çeşitlendirdik. TİM-TEB Girişim Evi video konferans serimize “Kriz Döneminde Finansal Yönetim”, “Girişimciler için 3D Planı” ve “Dayanıklılık, Değişim, Dönüşüm” başlıklarında devam ettik. Albert Sesli Sağlık Asistanı, COVID-19 hızlı tarama testi geliştiren Intergen, görüntülü görüşme altyapısını geliştiren ücretsiz kullanıma açan Jetlink, evde ücretsiz fizik tedavi hizmeti sunan FiziyoSoft, restoranlarına COVID-19 sürecini yönetebilmeleri için nakit akışı sağlayan GastroClub, toplu taşıma ağına sosyal mesafe raporlama sistemini ücretsiz sunan Teknar, COVID-19 ile mücadelede sundukları yenilikçi çözümlerle kamuoyuna tanıttığımız TİM-TEB Girişim Evi girişimcileri arasında yerlerini aldı.

İNOVATİM YARIŞMASI BAŞLADI

11 Mart'ta hazırlıklarına başladığımız ve gençlerimizi COVID-19'a karşı proje üretmeye davet ettiğimiz, İnovasyon>Pandemi sloganı ile farkındalık yarattığımız “İnovaTİM İnovasyon Yarışması”nın startını 13 Nisan'da verdik. Türkiye'nin Makinecileri sponsorluğunda bu yıl ilk kez düzenlediğimiz yarışmamızda, Türkiye'de ilk kez kullanılan “özgelecek algoritmasıyla”, başvuran kişileri en üretken olabileceği takım arkadaşlarıyla bir araya getiriyoruz. Tamamen dijital olarak gerçekleşen yarışma, PDR (Ön Tasarım) raporu, CDR (Kritik Tasarım) raporu ve final sunumları ile tamamlanacak. Pandemi öncesi, pandemi sırası ve sonrası olmak üzere üç ana başlık altında 18 farklı senaryoya göre belirlediğimiz yarışma sonucunda, üç kategorinin ilk üçlerini ödüllendireceğiz.



¹ <https://www.berggruen.org/the-worldpost/articles/weekend-roundup-planetary-co-immunism-is-on-the-way/>

² Kullanıcıların 130 soruya verdikleri cevaplar doğrultusunda kişiye özel çıkarılan bir rapordur. Rapor dışı dönüklük, yenilikçilik, uyumluluk, sorumluluk ve nevrozizm ana faktörleri altında 25 alt faktör incelemekte ve çıkan sonuçlara göre kişiye özel yorumlar barındırmaktadır

“En iyi sağlık hizmetini sunmak için kendi ekosistemimizi oluşturduk”

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) “Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” araştırmasında, “Sağlık Hizmetleri İhracatı” ödüllerinde dört yıldır üst üste ilk sırayı Acıbadem Sağlık Grubu alıyor. Acıbadem Sağlık Grubu, yurt dışında yaptığı yatırımlarla Turquality marka programından destek alan ilk sağlık kuruluşu olma özelliğini de taşıyor. Biz de Acıbadem Sağlık Grubu'nun 1991 yılında başlayan ve bugüne kadar süren yolculuğunda birçok başarıya imza atan Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar'a sağlık turizminden koronavirüs salgınına kadar pek çok konuda soru yönelttik.



Acıbadem Sağlık Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar

Acıbadem Sağlık Grubu, dört farklı ülkede 21 hastane ve 13 tıp merkezi ile hizmet veriyor. Grubun yurt dışındaki hastanelerden ve yabancı hastalardan elde ettiği gelir toplam cirosunun yüzde 35'ine denk geliyor. Önümüzdeki yıllarda bu oranı en az yüzde 50'ye yükseltmek istediklerini söyleyen Acıbadem Sağlık Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Ali Aydınlar, bir Türk markası olarak yurt dışında dünya standartlarında hizmet vermekten mutluluk duyduklarını söyledi.

TİM'in “Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı” araştırmasında, “Sağlık Hizmetleri İhracatı” kategorisinde dört yıldır üst üste ilk sırayı Acıbadem Sağlık Grubu alıyor. Sağlık hizmeti ihracatında lider olmanızı neye bağlıyorsunuz?

Bizi başarıya götüren birçok neden var ama bu başarının ardındaki temel itici güç; büyük resmi görme arzusu ve mükemmellik tutkumuz. Acıbadem olarak kurulduğumuz ilk günden bu yana fark yaratacak bir anlayış ve iş modeliyle hareket ettik. Sağlık gibi hassas ve özel bir alanda her bir ayrıntıya dikkat ederek ama büyük resmi de görerek ilerledik. Odağımızı hiç kaybetmeden en mükemmel sağlık hizmetini verebilmek için bütünlüşmüş bir model geliştirdik. Bu model, dünyanın örnek aldığı bir model oldu. Bu haliyle kendi ekosistemimizi oluşturduk; böylece, inovatif ve nitelikli hizmetler ürettik. şunu söylemek



mümkün; başarı için çalışmadık. Vizyonumuz, hizmet anlayışımız ve özgünlüğümüz sonucu, başarılar kendiliğinden geldi. Bu başarılarımız ülke sınırlarını aştı ve hem yabancı yatırımcıların ilgilendiği bir şirket hem de yabancı hastaların başvuracağı bir sağlık grubu olduk. Bunun yanında yurt dışında da yatırım yapmaya başladık. Sonuçta yurt dışındaki hastanelerimiz ve yabancı hastalardan elde ettiğimiz gelir, toplam ciromuzun yüzde 35'ine denk geliyor. Önümüzdeki yıllarda bu oranı en az yüzde 50'ye yükseltmek istiyoruz. Bir Türk markası olarak dünyaya açılıp, yurt dışında dünya standartlarında sağlık hizmeti vererek ve binlerce yabancı hastanın tercih ettiği bir sağlık grubu olarak Türkiye'yi layıkıyla temsil etmekten büyük mutluluk duyduğumuzu vurgulamak isterim. Dört yıldır Sağlık Hizmetleri İhracatı şampiyonu olmamız da bu başarılarımızdan bir tanesi.

Sağlık turizmine de büyük katkılar sağlıyorsunuz. Acıbadem olarak sağlık turizmine yönelik olarak nasıl bir yapı geliştirdiniz?

Sağlık turizmine yönelik özgün bir yapılanmamız var. Bir Türk markası olarak, farklı ülkelerdeki hastane ve tıp merkezlerimizde de dünya standartlarında sağlık hizmeti sunuyoruz. Sunduğumuz kaliteli sağlık hizmetlerinden dolayı çok sayıda yabancı hasta ülkemizi tercih ediyor. Yabancı hastaların tanı ve tedavi

116 MİLYON DOLARLIK YATIRIM YAPTI

Acıbadem Sağlık Grubu, 2018'de Maslak'taki hastanesini 116 milyon dolarlık yatırımla genişletti. Yurt içinde artan hasta talebine cevap vermek ve daha fazla yurt dışı hastayı da çekerek Türkiye'nin sağlık turizmine katkısını artırmak amacıyla genişletildiği belirtilen hastane, 65 bin metrekare kapalı alana sahip yeni hastane binasıyla birlikte toplamda 106 bin metrekare kapalı alanda hizmet veriyor. "İçinden cadde geçen" hastane olarak tanımlanan hastane, aynı zamanda grubun en büyük tesisi oldu.

süreçleri ilk olarak ülkelerinde başlıyor. Yurt dışından ülkemize gelen hastaların ihtiyaçları doğrultusunda geliştirilen 18 ülkede, 28 şehirde 28 noktada kurulmuş Acıbadem Health Point irtibat ofislerimizde geniş ve özelliikli çözümler sunuluyor. Farklı ülkelerde ofis sayılarımızı da artırmayı planlıyoruz.

Hastalarımız kendi ülkelerinde sağlık turizmi, hastalığına yönelik tedavi planı ve seyahat süreci ile ilgili gerekli bilgilere bu ofisler vasıtasıyla ulaşıyor. Türkiye'ye geldiklerinde ise hem İstanbul Havalimanı'nda hem de Sabiha Gökçen Havalimanı'nda hizmet veren Acıbadem Health Point erişim noktalarındaki arkadaşlarımız onları karşılıyor ve hastanelere transferlerini sağlıyor. Ayrıca Uluslararası Hasta Merkezimizde çok deneyimli ve uzman ekiplerden oluşan bir kadromuz bulunuyor. 17 dilde konuşulan 120 tercümanın da bulunduğu bu birimde, hastanın kendi dilinde sağlık ihtiyaçlarının karşılanması sağlanıyor, hem



%30

Yabancı hasta oranı



23 BİN

Acıbadem Sağlık Grubu'nun yarattığı toplam istihdam



Hollanda'nın Amsterdam şehrindeki Acibadem International Medical Center

“Yurt dışındaki hastanelerimiz ve yabancı hastalardan elde ettiğimiz gelir, toplam ciromuzun yüzde 35'ine denk geliyor. Önümüzdeki yıllarda bu oranı en az yüzde 50'ye yükseltmek istiyoruz.”

tanı hem de tedavi süreçlerinde yanında bulunuluyor. Hastaların kendilerini evlerinde ve güvende hissetmeleri bizim için çok önemli. Bu nedenle tüm sağlık ihtiyaçlarının karşılanması ve hastaların ülkelerine sağlıklı dönmeleri için tüm süreçleri 360 derece her türlü sağlık hizmetini alacak şekilde ve profesyonelce yönetmeye önem veriyoruz.

Yabancı hastalar, Acibadem'e daha sık hangi ülkelerden, hangi tıbbi alanlardan hizmet almak için geliyor?

Acibadem'e dünyanın pek çok ülkesinden hasta geliyor. Özellikle Avrupa ve Balkanlar, Rusya ve BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu), Orta Doğu, Kuzey ve Orta Afrika, Güney Asya ülkelerinden çokça ihtiyaç sahibini alıyor ve kendilerine sağlık hizmeti sunuyoruz. Yurt dışından gelen hastalarımız ise başta onkoloji, beyin cerrahi, hematoloji, organ nakli, ortopedi, genel cerrahi, ağız ve diş sağlığı ve plastik cerrahi olmak üzere çok geniş bir yelpazede sağlık hizmeti almak için geliyor.

Önümüzdeki dönemde sağlık turizmindeki hedefleriniz nelerdir?

Salgın nedeniyle şimdiden bir şey söylemek gerçekten çok güç ama hızla

Türkiye'nin sağlıkta nitelikli hizmetleriyle ön plana çıktığını vurgulayan Mehmet Ali Aydınlar, Türkiye'nin bugün dünyada sağlık turizmi destinasyonları arasında yer aldığını belirterek, “Aynı zamanda havayoluyla ulaşımın sık ve kolay olması, devletin bu alanda hizmet veren firmaları çeşitli yönlerden desteklemesi gibi nedenler, ülkemizde sağlık turizminin kolaylaşmasını sağlıyor” diyor.



hem ülkemizin hem de dünyanın toparlanacağına inanıyoruz. Bunun için çok büyük bir çaba var. Pandeminin aşama aşama azalması, bizim de 2023 hedefleri için yoğun bir çaba içine girmemizi sağlayacak. Türkiye'nin 2023 yılında hedeflediği 2 milyon yabancı hasta sayısına paralel olarak, biz de, her yıl yabancı hasta sayımızı en az yüzde 30 ila yüzde 50 artırıyoruz. Bu nedenle, fırsat olan yeni coğrafyalara gidiyor, oralarda kendimizi tanıtıyoruz. Ayrıca faaliyet gösterdiğimiz coğrafyalardaki varlığımızı derinleştirmeye çalışıyoruz. Aynı zamanda halihazırda çalıştığımız ülkelerde branş çeşitliliğimizi artırarak, hedef pazarlarda markamızı sunduğu kaliteli hizmetlerle lider konumuna getirmeyi hedefliyoruz.

Şunu belirtmek isterim ki; sağlık turizmi sadece hastanın transferinden ibaret değil, sağlık hizmetlerinde başka alanlarda vereceğiniz hizmetlerle de ciddi bir kaynak transferi sağlamak mümkün. Grubumuzun hastane işletmeciliği, laboratuvar hizmetleri, anahtar teslim hastane inşası, acil ambulans hizmetleri ve hastane otelcilik hizmetleri gibi alanlarda da çok ciddi know-how'ı var ve bu alanlarda da çalışmalarımız mevcut. Yine Acıbadem Üniversitesi'nde dünyanın ileri gelen laboratuvarlarında eğitim görmüş binlerce yabancı uzman hekimin de grubumuzun kapasitesini tanımalarının ve hekimlerimizle iletişim içinde olmalarının da ciddi katkısı bulunuyor. Başka ülkelerde yüksek kalite ile verdiğimiz sağlık hizmetleri de daha fazla hastanın ülkemize gelmesini sağlıyoruz.

**Acıbadem Sağlık Grubu,
'Turquality' alan ilk sağlık kuruluşu.
Destek programının marka
bilinirliğinize ve yurt dışında
tanıtımınıza getirileri ne oldu?**

Evet, sağlık hizmetleri alanında Turquality alan ilk marka Acıbadem oldu. Bu aynı zamanda uluslararası alanda yaptığımız çalışmaların kamu tarafından takdir edilmesi, desteklenmesi ve bizim daha da geniş çaplı, güçlü işler yapmamız anlamına geliyor. Bu duygu, yurt dışında bir Türk markası olarak daha güçlü hale gelme konusunda bizleri motive de ediyor. Turquality'den aldığımız güçle, yurt dışı

TEKNOLOJİ DE İHRAÇ ETMEYE BAŞLADI

Sağlık sektörü, teknolojik gelişmelerin yoğun olarak hissedildiği bir sektör. Yapay zeka, Blockchain, big data son yıllarda teknolojik olarak önemli gelişmeler olduğu alanlardan sadece birkaçı. "Acıbadem olarak, sağlık sektöründeki dijital ve teknolojik dönüşüm hareketlerinin öncüsü olmaya devam edeceğiz" diyen Mehmet Ali Aydınlar, teknolojik öncülüğün sadece tıbbi ekipman kullanımı olarak değil, bilgi teknolojileriyle sağlık hizmetlerini buluşturmak anlamında da devam edeceğinin altını çiziyor. Acıbadem'in hem Türkiye hem de Avrupa'da bulunan hastanelerinde 'inhouse' üretimi olan sağlık yazılımı Cerebral Plus sisteminin kullanıldığını söyleyen Aydınlar, şu bilgileri paylaşıyor: "Bu sistemi ihraç ederek, yurt dışında da Cerebral Plus sistemini kurup bazı hastanelerin tamamen dijital ortama geçirilmesini sağladık. Önümüzdeki dönemde, Cerebral Plus'ı daha da geliştirerek, Acıbadem'in de parçası olduğu dünyanın en büyük ikinci özel hastane zinciri olan IHH Healthcare'in diğer platformlarında da kullanımını sağlamak üzere çalışmalarımız devam ediyor. Bunun yanı sıra, dijital ilaç yönetim sistemimiz olan Astore, içerisinde bilgisayar sistemi bulunan bir cihaz ve hastane yazılımımızla entegre çalışıyor. Astore adı verilen bu sistem, hastanelerde yatan hastalara ilaç uygulaması sırasında olası bir karışıklığa engel olan, doğru ilacın depodan alınarak hastaya verilmesini sağlayan, sonuçta hasta güvenliğini artıran bir teknoloji. Astore markasıyla, yüzde 100 yerli kaynaklı dijital teknoloji cihazı üreten ilk sağlık grubuyuz."



Bulgaristan'daki City Clinic Sofya Kardiyoloji Hastanesi

tanıtımlarımızı ve yatırımlarımızı artırdık. Şu an dört ülkede, 21 hastane ve 13 tıp merkezi ile hizmet veriyoruz. Amacımız Acıbadem markasını global çapta en iyi bilinen marka haline getirmek. Bu yolda emin adımlarla yürüdük ve yürümeye devam ediyoruz.



“Turquality’den aldığımız güçle, yurt dışı tanıtımlarımız, yatırımlarımız arttı. Amacımız Acıbadem markasını global çapta en iyi bilinen bir marka haline getirmek.”

Acıbadem olarak uluslararası bir markasınız ve farklı ülkelerde hastaneleriniz mevcut. COVID-19 pandemisinde nasıl bir süreç yürütüyorsunuz?

Koronavirüs salgını, dünyanın ilk kez deneyimlediği, çok özel bir süreç. Bu salgınla savaşın yürütüldüğü yerlerin başında hastaneler geliyor. Acıbadem, Türkiye ile birlikte Bulgaristan, Makedonya ve Hollanda’da faaliyet gösteriyor. Dolayısıyla her bir ülkede, o ülkenin şartları, salgının durumu gibi özgün faktörlerle karşılaşılıyor. Grup olarak biz de hızla bu sürece dahil olduk; ülkelerin devlet, kurum ve kuruluşlarıyla iş birliğine gittik. Zira bu, toptan bir mücadele. Her bir kurumun seferber olması hatta bireylerin bile sorumlu davranması gereken bir süreç. Türkiye’de de Sağlık Bakanlığı, salgına özel olarak sağlık kurumlarıyla güçlü bir ilişki ağı kurdu. Bu ağ sayesinde, gerek tıbbi gerekse yasal süreçler konusunda çok hızlı ve net bilgilere sahip oldu. Dolayısıyla bu bizim pandemiye karşı güçlü olmamızı sağlıyor. Grup olarak çok çabuk re-organize olduk. Türkiye’de tüm hastanelerimiz pandemi hastanesi ilan edildi. Bu, bizim için özel ve ayrıca kıvanç duyduğumuz bir durum.

Zira, hastanelerimiz Sağlık Bakanlığı’nın açıkladığı koronavirüs kriterlerine uygundu. Hem salgından kaynaklı hastalara hem de diğer hastalara tanı ve tedavi hizmeti vermeyi sürdürüyoruz.

Koronavirüse karşı ne tür tedbirler aldınız?

Alınması gereken tüm tedbirleri en üst seviyede aldık diyebilirim. Şu her zaman akılda tutulmalıdır; uluslararası nitelikte sağlık hizmeti veren bir hastanede, en büyük önlemlerin başında, enfeksiyon gelir. Bunun için üst düzey güvenlik uygulamaları yapılır. Bu uygulamalar, mutlak kurallardır hastaneler için. Acıbadem, enfeksiyon riskine karşı alınan önlemler konusunda dünya standartlarının üstünde medikal göstergelere sahip bir kurumdur. Dolayısıyla, zaten enfeksiyon deneyimi olan bir kurum olarak koronavirüs başlar başlamaz, Enfeksiyon Üst Kurulu oluşturduk. Farklı branştan hocalarımız kurulda yer alıyor. Tıbbi direktörlüğümüz, başhekimlerimiz, ilgili hekimlerin yönlendirmesiyle faaliyetlerini aktif olarak yürütüyor. Sürekli video-konferanslar yapıyor, sorunları ve önlemleri konuşup, karar veriyorlar. Hastanelerimizde, tanı tedavi konusundaki tüm süreçler yeniden gözden geçirildi ve maksimum hijyen ve güvenlik tedbirleri alındı. Hastanelerimizde kahramanca çalışan personelimizin sağlığını da korumak için çok dikkatle süreçleri sık sık gözden geçirip, tedbir almaya devam ediyoruz.

Salgın, hizmetlerinizde farklılaşmaya neden oldu mu?

Evet, bu özel süreçlerin özel sonuçları da oluyor elbette. Gerek hastalık gerekse bulaşma riski nedeniyle evden çıkamayan hasta gruplarının evine sağlık hizmeti götürme hizmetimizi hızla geliştirdik, büyüttük. ‘Acıbadem Evinizde’ ismini verdiğimiz uygulamada; hastalarımızın sağlık ihtiyaçları için doktorlarımız hastaların evlerine gidiyor, muayene, tanı, tetkik ve tedavi gibi ihtiyaç duydukları hizmetleri evlerinde sunuyor. Herkes yararlanabiliyor. Ayrıca, uzaktan bağlanarak uzmanlarımızla online doktor görüşmesi yapabiliyorlar.



ALO TIM

444 0 846


- Tek tuş ile 7/24 TIM,
- Sorunların çözümü için en hızlı şekilde destek,
- Hedef ülkedeki alıcılara, pazar çeşitliliğine ve mevzuata kolayca erişim,
- İhracat ile ilgili tüm merak edilenler Alo TIM'de.


www.tim.org.tr

 iOS & Android

 turkihracat

 turkiyeihracatcilarmeclisi

 Türkiye İhracatçılar Meclisi

 trihracatcilarmeclisi

TÜRKİYE'NİN KATMA
DEĞERLİ İHRACATININ
ÖNCÜ SEKTÖRÜ

ELEKTRİK ELEKTRONİK

Beyaz eşya, elektronik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanları ile kablo ana başlıklarında faaliyet gösteren elektrik- elektronik sektörü, zorlu şartlara rağmen 2019'da 11,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi ve Türkiye ihracatından aldığı yüzde 6,5 pay ile ilk beş sektör içerisinde yer almayı başardı.

Günümüzde teknolojik yenilikler ve birçok sektördeki ilerleme, büyük oranda elektrik ve elektronik sektöründeki gelişmelere dayanıyor. Nitelikli iş gücünü barındıran sektör, özellikle makine, motorlu araç, sağlık ve kimya ile çok yakından ilgili ve bu sektörler için de girdi sağlıyor. Elektrik ve elektronik, ihracat büyüklüğü açısından otomotiv, giyim, kimya ve çelik sektörlerini takip ederek, Türkiye’de ihracattan aldığı yüzde 6,5’lik pay ile sektörler arasında ilk 5’te yerini korudu.

Türkiye’de 1960’lı yılların sonundan itibaren gelişmeye başlayan sektör, özellikle son 20 yılda hızlı bir gelişim gösterdi. Türk ekonomisinde çok önemli bir yeri olan küçük ve orta büyüklükteki işletmelere (KOBİ) daha fazla destek olunması ve Ar-Ge çalışmalarına hız verilmesi bu gelişimi destekledi.

EN BÜYÜK İHRACATI BEYAZ EŞYA YAPIYOR

Türkiye’de elektrik-elektronik sektöründe en büyük ihracatı beyaz eşya grubu gerçekleştiriyor. Son yıllarda yapılan atılımlarla Türkiye, beyaz eşya alanında Avrupa’nın en büyüğü, dünyada ise Çin’den sonra ikinci büyük üretici konumunda. Yerli firmaların uluslararası yatırımları sayesinde dünyadaki rekabet gücü her geçen gün daha da artıyor.

AVRUPA’NIN EN BÜYÜK TEDARİKÇİLERİNDEN

Türkiye, elektronik alanında da Avrupa’nın en önemli tedarikçilerinden biri. Bu sektörde TV alıcıları ihracatları ile ön plana çıkıyor. Uluslararası firmaların ülkemizdeki yatırımlarının yanı sıra birçok yerli firmanın Ar-Ge, üretim ve ihracat anlamında ortaya koyduğu performans büyük önem taşıyor.

Elektrik üretim ve dağıtım başlığında ise alçak ve orta gerilim seviyesinde her türlü ürün en modern teknolojilerle üretiliyor. Birçok global oyuncunun da yatırımlarının bulunduğu bu alanda üretilen ürünler, Orta Doğu, Afrika ve Orta Asya başta olmak üzere birçok pazara ihraç ediliyor.

**KÜRESEL PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ
2 TRİLYON DOLAR CİVARINDA**

Dünyada elektronik sanayisi hızla büyüyen ve gelişen bir yapıya sahip. Elektronik sanayisine öncelik veren bir politika izleyen ülkelerin, gelişmişlik düzeyinde kısa sürede önemli ilerlemeler kaydettiği görülüyor. Elektronik, dünya üretim hacminde çalıştırdığı işçi sayısı ve sanayinin tüm alanları üzerindeki etkisi nedeniyle dünyanın lider sanayi sektörlerinden birisi. Dünyanın önde gelen elektronik ihracatçı ülkeleri arasında; Çin, ABD, Güney Kore, Hong Kong, Japonya, Almanya ve Singapur yer alırken; en önemli ithalat yapan ülkeler Çin, ABD, Hong Kong, Almanya, Singapur, Japonya, İngiltere, Meksika ve Güney Kore olarak sıralanıyor. Dünyadaki elektrik-elektronik sektörünün pazar büyüklüğü ise 2 trilyon dolar civarında.

**11,5 MİLYAR DOLAR**Sektörün 2019 yılında
gerçekleştirdiği ihracat değeri**%6,5**2019 Türkiye ihracatından
aldığı pay**2 TRİLYON DOLAR**Elektrik-elektronik sektörünün
küresel pazar büyüklüğü

“2020 yılı ilk çeyreğinde sektörümüz 2,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirdi. Geçen yılın aynı dönemine göre, koronavirüs salgınının da etkisiyle miktarda yaklaşık yüzde 1 artış, değerinde ise yüzde 6’lık bir düşüş meydana geldi.”

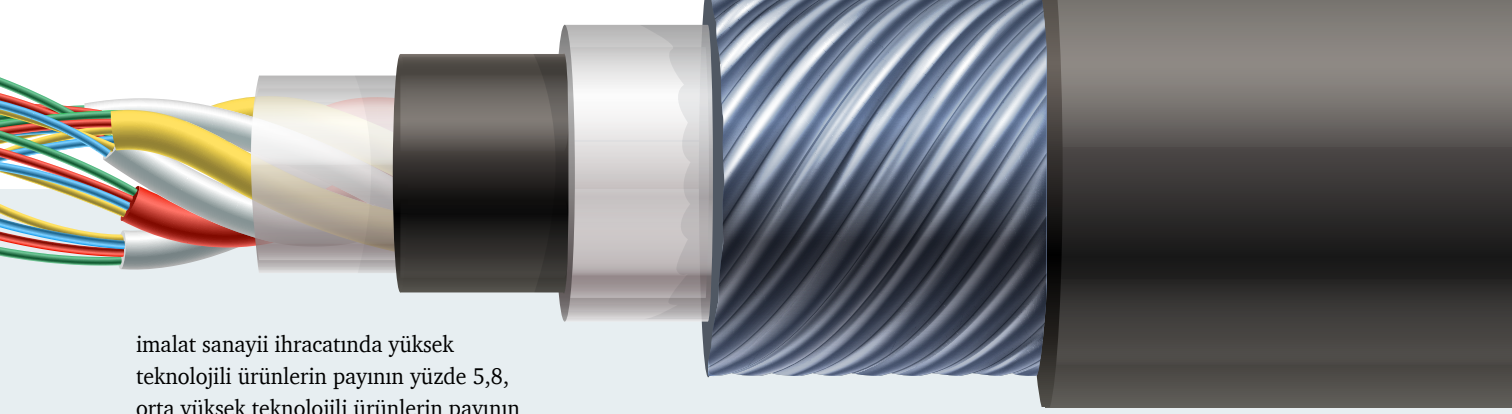
Kablo sektöründe de uzun yıllara dayanan bir tecrübeye sahip olan Türkiye’de hemen her kablo tipi üretiliyor. Sektör, her türlü talebe çok hızlı cevap verebilen esnek üretim yapısı, kalitesi ve rekabetçi fiyatlarıyla ön plana çıkıyor. Sektöre teknoloji üreten kurumlar arasında üniversiteler, TÜBİTAK, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, KOSGEB bulunuyor. Bunun yanında en önemli meslek birliği olarak TESİD (Türkiye Elektronikçiler Derneği) sektörü geliştirmeye çalışırken, Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) de ihracatı artırmaya yönelik önemli çalışmalar yapıyor.

Türkiye’nin en yüksek istihdam yaratan, en büyük Ar-Ge merkezlerine sahip, patent şampiyonu şirketleri elektronik sektöründe yer alıyor. Teknolojik gelişmeleri yakından izleyen, Ar-Ge’ye ve tasarıma yatırım yapan Türk firmaları, pek çok ürün grubunda Avrupa’nın üretim merkezi haline gelmiş durumda.

**“YÜKSEK TEKNOLOJİLİ
ÜRÜNLER ÜRETMEİYİZ”**

İhracat faaliyetlerine destek veren profesyonel bir kurum olan Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği’nin (TET) bu sektörün ihracatının artmasına yönelik katkıları çok büyük. 2019 yılında 11,5 milyar dolar olarak gerçekleşen elektrik-elektronik sektörü ihracatının, Türkiye’nin 2023 hedefi için önemli katkı sağladığı bilgisini veren TET Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Güven Uçkan, ihracat hedeflerine ulaşmak için yüksek teknoloji katma değeri yüksek ürünler üretmek gerektiğini belirtiyor. Türkiye’nin ihracatının teknoloji yoğunluğuna bakıldığında; 2019 yılında yüksek teknoloji ürünlerin imalat sanayii ürünleri ihracatı içindeki payının yüzde 3,6’ya, orta yüksek teknoloji ürünleri payının yüzde 36 olduğunu söyleyen Uçkan, “Öncelikle bu kompozisyonu değiştirmenin, yüksek teknoloji ürünlerin payını artıracak girişimlerde bulunmakla mümkün olacağını düşünüyoruz. 11. Kalkınma Planı’nda ve 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi ile Milli Teknoloji Hamlesi’nin 12 ana hedefinden biri,





imalat sanayii ihracatında yüksek teknolojili ürünlerin payının yüzde 5,8, orta yüksek teknolojili ürünlerin payının ise yüzde 44,2 olarak belirlenmesi. 2019 yılında Türkiye geneli sanayi sektörü kilogram başına birim fiyatı 1,41 dolar (FOB \$/Kg) iken; elektrik-elektronik sektörümüzde birim kg fiyatı ortalaması 5,24 dolar olarak gerçekleşti. Alt ürün gruplarımızda ise elektronikte 14,3 dolar, elektrik, elektrik üretim ve dağıtım ekipmanlarında 7,4 dolar, kablolarda 4,5 dolar, beyaz eşyada ise 3,2 dolar birim fiyat ortalamalarına ulaştık. Bununla birlikte elektronik kategorisinde yer alan ileri teknoloji ürünü TV alıcılarında (LCD) birim fiyat 20,53 dolar olarak gerçekleşti. Ayrıca, hedefler doğrultusunda atılacak adımları ve sağlanacak teşviklerin verimli kullanılmasını sektörümüz adına çok önemsiyoruz” diyor.

DEVLET DESTEKLERİ ÖNEMLİ

Artan küresel rekabet ortamında ihracatta büyümenin sürekliliğinin sağlanması için devlet desteklerinin önemini vurgulamak gerektiğini ifade eden Uçkan, sözlerini şöyle sürdürdü: “Gelişmiş ülkelerin destek programları incelendiğinde, ihracatı stratejik ve etkili olacak şekilde desteklemek için bir önceki yıl gerçekleşen toplam ihracat değerinin yüzde 0,5 ile yüzde 1’i oranlarında kaynak ayrıldığını, bu oranlarda kaynak ayrılmadığı durumlarda, başarılı sonuçlar elde edilemediğini görüyoruz. Bu çerçevede, ülkemizin 2023 hedeflerine ulaşabilmesi için yüksek teknoloji üretimine verilen desteklerin sayısının çoğaltılması, Avrupa Birliği pazarından aldığımız payın artırılması, İngiltere’nin AB’den çıkmasının ülkemiz üzerinde yaratabileceği pazar kaybının önüne geçilmesi, Turquality desteğine ayrılan fonun artırılarak özellikle AB ülkelerine yönelik kısıtlamaların kaldırılması, yurt dışı şirket ve marka satın almalarının teşvik edilmesi, dışa bağımlılığı azaltacak olan ham madde ve komponent



Türkiye’nin toplam ihracat oranının yaklaşık yüzde 6,5’ini oluşturan elektrik-elektronik sektörü, salgından dolayı ihracatta 2020 yılı geneli için yüzde 10 daralma bekliyor.

yatırımlarının teşvik edilmesine yönelik çalışmaların ivedilikle hayata geçirilmesi önem arz ediyor. Bununla birlikte, ihracatçılarımızın hem can suyu olan hem de ihracatta sürdürülebilirliği sağlayan devlet desteklerinin çok fazla başlık altında ve farklı kurumlar tarafından koordine edilmesi, kamu kaynaklarının verimli kullanımını engellemekte ve ihracatçılarımız açısından etkin kullanılmasını önlemekte. Tüm bu destekleri verimli ve sonuca etki edecek oranlarda kullanabilmeliyiz.”

“İç pazar satışları ve ihracatımızda pandeminin yarattığı olumsuz etkilerin bir nebze bertaraf edilebilmesi için net ihracatçı olan elektrik ve elektronik sektörümüzün mücbir sebep hallerinden yararlanacak sektörler arasına alınması büyük önem taşıyor.”



DR. GÜVEN UÇKAN

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) Başkanı

“İlk çeyrekte 2,5 milyar dolar ihracat yaptık”

Elektrik-elektronik sektörünün 2020 yılının ilk çeyreğini değerlendiren Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) Başkanı Dr. Güven Uçkan; “Dünyada elektrik-elektronik sektörü hızla büyüyen bir yapıya sahip. Yatırımlarını bu sektöre yönlendiren ülkelerin gelişmişlik düzeyinde artışlar da görülüyor. Elektrik-elektronik sektörü, özellikle son yıllarda hızla gelişmiş, rekabet gücü kazanmış ve ihracatını en hızlı artıran sektörler arasında yer almayı başarmış durumda. Yapılan Ar-Ge yatırımları ile Türk elektrik-elektronik sektörünün bugün kendi tasarım ve teknolojilerini geliştirecek güce ulaştığını söyleyebiliriz. Sektörün gelişen teknolojilere uyum sağlayarak kendini sürekli güncelliyor olması sektördeki parlak geleceğe dikkat çekiyor. Salgın nedeniyle 2020 yılının ilk çeyreğinde ekonomik ve ticari açıdan küresel boyutta görünen düşüş eğilimi sektörümüzde de hissediliyor. 2020 yılı ilk çeyreği itibarıyla sektörümüz 2,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiş olmakla birlikte, geçen yılın aynı dönemine göre, koronavirüs salgınının da etkisiyle ihracatımızda miktarda yaklaşık yüzde 1 oranında artış, değerinde ise yüzde 6’lık bir düşüş meydana geldi. Yılın ilk çeyreğindeki ihracatımızda meydana gelen bu düşüşte, sektörümüzün ana pazarları olan İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya’nın salgından en çok etkilenen ülkeler arasında olmasının büyük etkisi bulunuyor” dedi.

“SEKTÖR MÜCBİR SEBEP KAPSAMINA ALINMALI”

Salgından dolayı ihracatın düşmemesi adına aldıkları tedbirlerden de bahseden Uçkan şunları söyledi: “Pandemiye rağmen sektörümüzde yılın ilk iki ayında tedarik süreci aksamadi ve sevkiyatlar devam etti. Ancak Mart ayı başında İtalya, daha sonra Fransa ve diğer Avrupa ülkeleri sevkiyatları durdurdu ve sevkiyata hazır yüzlerce konteyner limanlardan geri çekilerek stoklara alındı. Temel pazarımız olan AB’deki diğer ülkelerin de bu yönde tedbirler aldığını görüyoruz. Yeni üretim yapılmasa bile, gelecek üç aylık üretimlerin tedarik kontratları yapıldı ve bir kısmı stoklara girdi. Ayrıca, duran sevkiyatlar nedeniyle üretilmiş ürünler de stoklara giriyor. Sektörümüzde ürünlerin ve komponentlerin değerli olması nedeniyle firmalarımız sipariş esaslı bir üretim modeli uyguluyor. Sipariş sonrası iki ay içinde tedarik ve üretim gerçekleşiyor. Sevk sonrası üç veya altı ay içerisinde de ihracat bedelleri tahsil ediliyor. Bu nedenle, iç pazar satışları ve ihracatımızda pandeminin yarattığı olumsuz etkilerin bir nebze bertaraf edilebilmesi için net ihracatçı olan elektrik ve elektronik sektörümüzün 518 sayılı VUK Genel Tebliği kapsamında mücbir sebep hallerinden yararlanacak sektörler arasına alınmasını ve stok finansman desteği başta olmak üzere istikrar paketinde açıklanan muhtasar, KDV tevkifatı ve SGK prim ödemelerinde altı ay

erteleme desteklerinden yararlandırılması büyük önem taşıyor. Bu durumu aşmak için, tüm dünyayı saran bu sorunla ulusal boyutta mücadelemizi sürdürüyoruz. Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde ilgili kurumlar, gelişmelere göre yeni kararlar almaya devam ediyor. İhracatçı birlikleri olarak bizlerin de dâhil olduğu bu koordineli süreçte, ihracatçılarımızdan gelen talepleri ilgili kurumlara ileterek takip ediyoruz.”

YÜZDE 10 DARALMA BEKLİYORUZ

2020 öngörülerini ve hedeflerini de bizimle paylaşan Uçkan, gereken önlemlerin sağlanması koşuluyla ortalama yüzde 10 oranında bir daralma ile bu yılı kapatmayı beklediklerini söyledi. “Salgının olumsuz etkileri temel pazarımız olan Avrupa Birliği’nde ikinci çeyrekte itibaren çok daha keskin bir şekilde hissedilecek” diyen Uçkan, şöyle devam etti: “AB piyasalarında daralmanın yüzde 15-20 arasında olması bekleniyor. Ayrıca, Uzak Doğu’lu firmalara karşı pazar kaybı yaşamamak için elektrik ve elektronik sektörümüzde üretimin devamlılığı esas olmalı. Aksi takdirde, uzun yıllarda kazanılan edimlerin Uzak Doğu’lu firmalara kaybedilmesi, ihracatçı firmalarımızın istihdam ve pazar paylarında düşüşlere neden olacak. Ayrıca Birlik olarak, geçen yıllarda olduğu gibi 2020 yılında da Ticaret Bakanlığımızın belirlemiş olduğu hedef pazarlara yönelik çalışmalar gerçekleştirerek, sektör ihracatımızın artışına destek olmayı hedefliyoruz. Bu kapsamda; yıl içerisinde pandemiden kaynaklı sınırlamalar izin verdiği takdirde Estonya, Letonya, Kamboçya, Vietnam, Hindistan, İngiltere, İrlanda, Kenya, Tanzanya, Beyaz Rusya, Litvanya, Çin, Kolombiya ve Ekvator ülkelerine yönelik sektörel ticaret heyetleri düzenlemeyi planlıyoruz. Yine üyelerimizin uluslararası pazarlara girişlerine yardımcı olmak adına 2019 yılında başlattığımız ‘Alçak Gerilim Elektrik Ekipmanları’ ve ‘Elektromekanik’ UR-GE projeleri kapsamında 2020 yılı içerisinde ihtiyaç analizi, eğitim, seminer, ticaret heyetleri gibi faaliyetleri sürdürmeyi planlıyoruz.”





TEB

GİRİŞİM EVİ

**TİM-TEB GİRİŞİM EVİ GİRİŞİMCİLERİ,
COVID-19 İLE MÜCADELEDE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER ÜRETİYOR!**

#PandemiyeKarşıGirişimcilik



JETLINK GÖRÜNTÜLÜ GÖRÜŞME ALTYAPISINI GELİŞTİREREK ÜCRETSİZ KULLANIMA AÇTI

TİM-TEB Girişim Evi girişimcisi Jetlink, COVID-19 gelişmeleri sebebiyle iletişim kanallarına bir yenisini daha ekledi. Yeni geliştirilen görüntülü görüşme altyapısı ile, uygulama indirmeye gerek duyulmadan çift taraflı görüşme başlatılabiliyor ve birden çok oda hızlıca oluşturularak ücretsiz bir şekilde görüntülü arama gerçekleştirebiliyor.



<https://www.corona.jetlink.io/goruntulu-arama>

DETAYLI BİLGİ

www.timlegirisim.com / www.teblegirisim.com



turkihracat



turkiyeihracatcilarmeclisi



AKO Grup Yönetim Kurulu Üyesi Abdulkadir Özcan

“Toplum sağlığının korunması için üretim çarkları devam etmeli”

1976’da kurulan ve 2005’te Abdulkadir Özcan Şirketler Grubu (AKO Grup) bünyesine katılan Petlas, yerli savunma sanayisinin tüm ihtiyacını gideriyor. 110 ülkeye ihracat yaptıklarını söyleyen AKO Grup Yönetim Kurulu Üyesi Abdulkadir Özcan, “Sağlık, savunma, üretim ve lojistik gibi hareketliliğin zorunlu olduğu kilit sektörler için kilit öneme sahip ürünler üretiyoruz. Bu sektörler pandemi nedeniyle tüm dünyada hayatın yavaşladığı şu günlerde önemini sürdürüyor” dedi.

Abdulkadir Özcan Şirketler Grubu (AKO Grubu), Petlas ile Türkiye’nin yüzde 100 yerli sermayeye sahip lastik üreticisi konumunda. Petlas, akü ve jant sektöründe de yatırımları olan AKO Grup’un amiral gemisi konumunda. F-4, F-16, İHA, Kirpi, Kıraç gibi savunmanın önemli oyuncularına, mermi alsa da yola devam edebilen lastik üreten Petlas, bu

lastikleri tamamen yerli bilgi birikimi ile dışa bağımlı olmadan yapıyor.

Yaklaşık 4 bin kişiye istihdam sağlayan Petlas’ın toplam cirosu 2019 itibarıyla yaklaşık 2 milyar düzeyinde. Sağlık, savunma, üretim ve lojistik gibi kritik sektörlerde ürünler üreten şirketin Yönetim Kurulu Üyesi Abdulkadir Özcan ile küresel sağlık krizini, yeni yatırımlarını ve gelecek hedeflerini konuştuk.

Petlas, 45 yılı deviren ve tüm bu süre zarfında yüzde 100 yerli sermaye olarak yoluna devam eden bir marka. Geçen bu yaklaşık yarım asır içinde Petlas nasıl bir evrilme yaşadı? Büyümenin arkasındaki kilometre taşları neler?

Şirketimiz Kıbrıs Barış Harekatı sonrası dönemin zorlukları ve Türkiye'nin karşı karşıya olduğu sorunlar doğrultusunda, ülkemizin lastik konusunda dışa bağımlılığını kırmak hedefiyle, 1976 yılında kamu yatırımı olarak kuruldu. 1997 yılında özelleştirilmeye konu olan ancak ilk özelleştirme sonrasında yatırıma gerek duyulan düzeyin gerisinde kaldığı görülen Petlas'ta asıl büyüme hamlesi, 2005 yılında Türk sanayinin yüzde 100 yerli sermayeli şirketi Abdulkadir Özcan A.Ş. (AKO Grup) tarafından satın alınmasıyla başladı. Lastik sektöründe bu sanayi yatırımını, Türkiye'den dünyaya



“Petlas fabrikasında 2020 yılı yatırımları bitirildiğinde yıllık 200 bin tonluk kapasiteye ulaşmış olacağız. Takip eden yıllarda ise 1 milyar dolar yatırımla üretim kapasitesini 440 bin tona, doğrudan istihdamı da 10 bin kişiye ulaştırmayı hedefliyoruz.”

uzanacak yerli ve milli bir marka oluşturma arzusuyla gerçekleştirdik. 2005 sonrası dönemde, kaliteli ürün, istihdam ve ekonomik katkı ile ülkemiz için değer üretme azmi çerçevesinde, dünya lastik sanayii, teknolojisi ve rekabetinin gerektirdiği yatırım kararları, her türlü finansal risk ve yük göz önünde bulundurularak alındı ve uygulandı.

Grubumuz, 2005 yılından bu yana Petlas bünyesinde toplam 3,7 milyar TL'nin üzerinde yatırım gerçekleştirdi. Petlas'ın 2005 yılı öncesi 630 kişiye düşen ve giderek eksilme eğilimi gösteren istihdamı da bugün sektörün en yükseği olan, yaklaşık 4 bin kişiye çıkmış durumda. Şunu da ifade etmek isterim ki, 4 bine yakın kişiye doğrudan istihdam sağlayan Petlas'ın, Kırşehir'de 390 bin metrekare kapalı alan olmak üzere, 2 milyon metrekare alan üzerine kurulu üretim tesisi, çalışan sayısı

ve geniş ürün yelpazesi ile dünyanın tek çatı altındaki en büyük lastik fabrikalarından biri. Petlas'ın toplam cirosu da 2019 yılı itibarı ile yaklaşık 2 milyar TL düzeyinde gerçekleşti.

Satın alma ve sonrasındaki yatırımlar sonucunda Petlas'ın ihracatı, 24 milyon dolar düzeyinden, yaklaşık 8 katın üzerinde bir artışla bugün 210 milyon dolar mertebesine ulaştı. Fabrikamızın yer aldığı Kırşehir, bu dönemde Türkiye'de ihracatı en fazla artan il oldu.

Yerli sermaye, yerli teknoloji ve mühendislik, yerli iş gücü ile üretilen lastiklerimizle 110 ülkeye ihracat yapıyoruz. Öte yandan, Petlas fabrikasında 2020 yılı yatırımları da bitirildiğinde yıllık 200 bin tonluk kapasiteye ulaşmış olacağız. Takip eden yıllarda ise, 1 milyar dolar yatırımla üretim kapasitesini 440 bin tona, doğrudan istihdamı da 10 bin kişiye ulaştırmayı hedefliyoruz.



3,7 MİLYAR DOLAR

2005'ten bu yana şirketin gerçekleştirdiği yatırım miktarı



210 MİLYON DOLAR

2019 ihracat rakamı



4000

Petlas'ın yarattığı istihdam rakamı



2 MİLYAR TL

2019 yılı cirosu

“FABRİKA, CARİ AÇIĞIN GİDERİLMESİNE 16 MİLYON DOLARLIK KATKI SAĞLAYACAK”

AKO Grup, lastik atıklarının tümüyle geri dönüştürülerek sanayiye ham madde olarak kazandırılması amacıyla 30 milyon dolarlık yatırım gerçekleştiriyor. AKO Grup, bu yatırımıyla, Ankara Başkent Organize Sanayi Sitesi'nde, 80 bin metrekare açık, 21 bin metrekare kapalı alana sahip, Türkiye'nin en büyük entegre lastik geri dönüşüm tesisini kuruyor. Böylece bir yılda ortaya çıkan yaklaşık 350 bin ton lastik atığın dörtte biri, nitelikli ham maddeye dönüştürülecek. Bu tesis, sanayinin kauçuk ihtiyacının karşılanması ihtiyacını ve çevre korumasına katkı amacıyla lastik atıklarının tamamen geri dönüştürülmesini de sağlayacak. Türkiye'de stratejik sektörlerde üretim gerçekleştiren sanayi kuruluşlarının, her yıl 11 bin ton civarında geri dönüştürülmüş kauçuk türevi ithal ettiği göz önünde bulundurulduğunda bu tesisin dışa bağımlılığı azaltacağını söyleyebiliriz. Tesisin cari açığın giderilmesine yılda 16 milyon dolar katkı getirmesini hedefliyoruz.



“Petlas ve diğer AKO Grup işletmelerinde erken dönemde sağlanan dijital dönüşümle, Ar-Ge, üretim, stok takip ve satış aşamalarının tümünde kendilerine özel CRM ve ERP yazılımlarıyla hız ve güvenilirliği artırmış durumdayız.”

Pek çok sektör ve firma için yorucu olan 2019, Petlas için nasıl bir yıldı? İstihdam, ciro, ihracat rakamlarınız sene sonu hedeflerinizi karşıladı mı?

2019 yılı lastik sektöründe, 2018'de yaşanan dünya çapında gerginlik ve dalgalanmaların etkisinin kısmen sürdüğü bir yıl oldu. Küresel ekonomik iklimdeki bu sertleşmenin Türkiye'ye en önemli etkisi, finansman maliyetlerinin artması yönündeydi. Bu dönemde alınan önlemler, 2020 yılına toparlanmayla yaklaşımlarını sağladı. Bu dönemde gerek Petlas, gerek tüm AKO Grup markaları, 2019 yılını önceki yılın üzerinde bitirme gayretine odaklandı. Kur baskısının ön planda tutulduğu 2019 yılında, her zaman olduğu gibi, ülkemiz insanı ve ekonomisine en yüksek düzeyde katkı sunmaya odaklandık. Petlas ve üreticisi olduğumuz diğer markalarımızda ihracat payımızı artırmak için çalıştık. 2019 yılında dünya genelinde 110'dan

fazla ülkeye gerçekleşen ihracatımızı, 2018 yılına oranla yüzde 4 seviyesinde artırarak 210 milyon dolar düzeyine çıkardık. İhracatın toplam satıştaki payını artırarak yaklaşık yüzde 50'lik bir oran yakaladık.

Petlas bünyesinde yatırımlarımız, 2019 yılında da hız kesmeden sürdü. Yıl içerisinde bizleri en çok gururlandıran adımlar, AKO Grup'un gerçekleştirdiği yatırımlar oldu.

Petlas fabrikasında, 2018 yılında inşaat ve kapasite artırımı için alınan makine ve ekipmanlar için 50 milyon dolarlık bir yatırım hayata geçirildi. 2019 yılında, özellikle yeni pazarlara yönelik makine ve ekipman alımı gerçekleştirildi. 2018'in son günlerinde duyurduğumuz, Türkiye'nin yerli sermayeli sanayi gücü AKO Grup tarafından 30 milyon dolar yatırımla Ankara'da kurulacak geri dönüşüm tesisimizin yatırımlarına da ara vermeksizin devam ettik.

Büyük umutlarla başlayan 2020, salgından dolayı beklentileri rafa kaldırdı. İlk çeyrek şirketiniz için nasıl geçti?

İlk çeyrek rakamlarımız henüz netleşmemiş olmakla birlikte şunu dile getirmek isterim ki, yılın ilk çeyreği tüm dünyanın pandemi şokunu yaşadığı dönem oldu. Bu pandeminin mikro ve makro düzeyde çok büyük ekonomik etkileri olacağı kuşkusuz; ancak 2020 yılı ilk üç aylık ekonomik verileri şu aşamada gerçekçi bir projeksiyon için yetersiz. Yetkili makamların geçerli açıklama ve talimatları çerçevesinde, üretim faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Bu süreçte çalışanlarımızın sağlık ve güvenliği için tüm işletmelerimizde ilave tedbirleri yürürlüğe koyduk. Üretim alanlarındaki sosyal temasın azaltılması için direktifler yayınladık. Birimler arası geçişleri sınırladık. Dışarıdan ziyaretçi alımlarını durdurduk. Girişlerde termal kameralarla ateş ölçümünü başlattık. Yemek ve oturma düzenlerini değiştirdik. Servis araç sayılarımızı artırarak çalışanlarımızı güvenle evlerine taşıdık. Dijital altyapımızı, üretim dışı faaliyetlerin uzaktan çalışma sistemi ile sürmesine olanak sağlıyor. Ofis çalışanlarımızı uzaktan çalışma düzenine geçirdik. Tüm bu faaliyetlerle sağlık ve güvenliğimizi riske atmadan üretim ve satış organizasyonumuzu işler halde tutuyoruz.

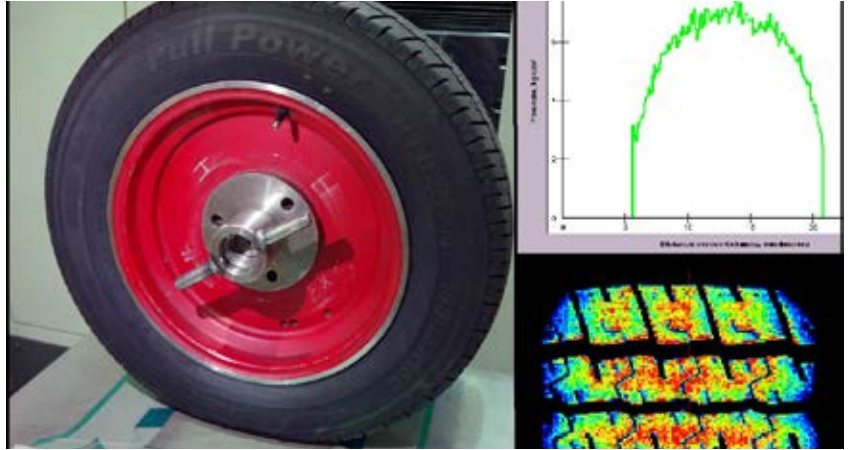
“Gelmekte olan küresel kriz” söylemleri üzerine ne düşünüyorsunuz? Belirsiz zamanlar için Petlas’ın bir B planı ya da stratejisi var mı?

Pandemiyle mücadele edilen şu günlerde, toplum sağlığının korunması, ekonomi için üretim ve sanayi çarklarının dönmeye devam etmesi büyük önem taşıyor. AKO Grup, Petlas, AKO Akü ve AKOJANT markalarıyla tarım, sağlık, savunma, üretim ve lojistik gibi hareketliliğin zorunlu olduğu kilit sektörler için kilit öneme sahip ürünler üretiyoruz. Bu sektörler pandemi nedeniyle tüm dünyada hayatın yavaşladığı bu günlerde önemini sürdürüyor. İnsanlığın bu küresel krizin sağlık tehdidi yönünü aşmayı başaracağına inancımız sonsuz. Bunun sonrasında, tüm dünyanın birinci gündemi, insanlığın

varlığını sürdürülebilir kılması için önemi tartışılmaz olan ekonomi üzerindeki etkileri aşmak olacak ve kilit sektörlerin önemi daha da artacak.

Küresel sağlık krizi, bilim ve teknoloji kadar sanayi ve tarımın önemini bir kez daha sergiledi. Tarıma yönelik lastikler, Petlas’ın sadece ülkemizde değil, küresel pazarlarında da en güçlü olduğu alanlardan biri. Pandemi sonrası ekonomik toparlanma süreci kuşkusuz zorluklarla dolu olacak; yapısal güçlerini iyi değerlendirebilen kurumlar, bu zorlukları aşmada öncü olacaklar. Büyük sanayi yatırımcılarının iş gücünün değerini

“İhracatta ilk hedefimiz, ülkemize çeyrek milyar dolar ihracat geliri sağlayarak Türkiye’nin en büyük 50 ihracatçısı arasına girmek. 2020 yılına bu hedefle girmiştik. Küresel sağlık krizi bu hedefe ulaşma zamanımızı erteleyecek ama hedeften şaşmayacağız.”



bilerek teknolojinin olanaklarını en ideal şekilde kullanması, kriz dönemlerinde ayakta kalmak için kilit önem taşıyor. Dijitalleşme süreçlerini ve teknolojik altyapılarını tamamlamış işletmelerin önümüzdeki süreçte iş süreçlerini yeniden şekillendirmeleri ve uzun vadeli değer ortaya koymaları daha kolay olacak.

Petlas ve diğer AKO Grup işletmelerinde erken dönemde sağlanan dijital dönüşümle, Ar-Ge, üretim, stok takip ve satış aşamalarının tümünde özel CRM ve ERP yazılımlarıyla hız ve güvenirliliği artırmış durumdayız.



“Petlas’ın savunma sanayisine yönelik üretimi, zorlu arazide hareket edebilen zırhlı araçlar için geliştirilip üretilen, çatışma koşullarında mermi isabeti olsa da yola devam edebilen özel lastikleri kapsıyor.”

Sadece üretim alanındaki verimlilikten söz etmiyoruz, müşterilerin beklentilerini ölçüp değerlendirmeden bunu ürüne adapte etmeye, satış operasyonlarının verimliliğinden satış sonrası hizmetlerle müşteri memnuniyeti yaratmaya kadar tüm aşamalar dijital dönüşüm stratejimiz içinde yer buluyor. Bu aşamaların her biri bir zincirin halkalarını oluşturuyor ve bu zincire şimdilerde yaşadığımız sıra dışı toplumsal önlemler altında üretimi sürdürmek de eklendi. Bugüne dek tavizsiz yürüttüğümüz dijital dönüşüm stratejilerimiz, özel CRM ve ERP uygulamalarımız, üretimin yanı sıra, Ar-Ge, ihracat, stok takip ve satış çalışmalarımızın hız kesmeden sürmesini mümkün kılıyor.

Savunma sanayii için lastik üretiminde ülkemizde yeterli know-how, bilgi birikimi ve yazılım bilgisi olduğunu söyleyebilir miyiz? Türkiye, yüksek teknoloji üretiminde Amerika, Çin ya da AB ülkeleriyle rahatlıkla boy ölçüşebilecek durumda mı?

Savunma sanayisinde standartlar ve ürünlerin TSK envanterine alınması

öncesindeki süreçler, tahmin edilebileceği üzere çok zorlu. Bu süreçlerde ürünlerimiz, yurt dışı menşeli ürünlere karşı üstünlüklerini tekrar tekrar kanıtladı. Yerli sermaye, yerli mühendislik ve yerli iş gücü ile ürettiğimiz ürünlerimiz, bu alanda dışa bağımlılığı ortadan kaldırıyor. Bu şekilde, Kıbrıs Barış Harekatı sonrası ambargo günlerinde dışa bağımlılığı azaltma amacı ile hayata geçen Petlas’ın kuruluş misyonunu yerine getirmeye devam ediyoruz. Petlas’ın savunma sanayisine yönelik üretimi, zorlu arazide hareket edebilen zırhlı araçlar için geliştirilip üretilen, çatışma koşullarında mermi isabeti olsa da yola devam edebilen özel lastikleri de kapsıyor.

2 bin 500 farklı ebat ve desende lastik üreten Petlas’ta F-4, F-16 savaş jetlerinin ve İHA’ların lastiklerini de üretiyoruz. Petlas aynı zamanda, Özgün Helikopter projesi ve ilk Milli Eğitim uçağımız HÜRKUŞ-B için milli lastik geliştirilmesi ve üretilmesi yolunda da sorumluluk alıyor. Petlas, milli üretimi gerçekleştirecek yeni muharip uçağımız MMU projesine de lastik geliştirme çalışmalarını gerçekleştiriyor. Silah Taşıyıcı Araç (STA) projesi kapsamında Savunma Sanayii Başkanlığı’nın Kara Kuvvetleri Komutanlığı envanterine alınmak üzere yürüttüğü proje ile, FNSS Savunma Sistemleri A.Ş. ve NUROL Makina A.Ş. tarafından ortak geliştirilen Taktik Tekerlekli Zırhlı Araç (TTZA) PARS 4x4 STA’da da Petlas lastikleri kullanıyor.

Petlas ayrıca Kirpi, Kirpi 2, Ural, STA, Amazon, Seyit, BMC TTAR Tank Taşıyıcı, PARS 6X6, Pusat, Hızır, Kırac, Cobra model zırhlı araçlar için özel lastikleri de geliştirip üretiyor; mermi isabet olsa da yola devam edebilen (run-flat) sistemleriyle uyumlu çalışabilen lastikleriyle vatan savunması ve güvenliğinin gerektirdiği en zorlu koşullarda askerlerimizin yanında yer alıyor. Dışa bağımlılığı azaltma azmi, Ar-Ge çalışmalarımıza da yansıyor. Lastik endüstrisinin doğası gereği, ülkemizde var olmayan doğal kaynaklardan oluşan bazı ham maddeler için yurt dışından alım yapıyoruz. Ancak, endüstrimizde asıl önemli unsur teknolojidir. Ürettiğimiz lastiklerin hiçbirinde dışarıdan alınmış

lisans kullanılmıyor. Tüm ürünlerimizi, kendi Ar-Ge ekibimizden aldığımız güç ve kendi teknolojimizle geliştiriyoruz.

Petlas yurt dışı rekabetinde nasıl ayrışıyor?

İhracat coğrafyamız içerisinde yer alan Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarında, iş ve tarım makineleri segmentinde tartışmasız pazar lideriyiz; yüzde 50'yi aşan bir paya sahibiz. Orta Doğu pazarında binek otomobiller segmentindeki payımız ise yüzde 3-10 seviyesinde seyrediyor. Bu bölgedeki pazar payını yüzde 15 düzeyine çıkarma amacındayız. ABD'ye olan ihracatımızda ise agresif büyüme hedeflerimiz bulunuyor. ABD'ye ihracatımızı, orta-uzun vadede 100 milyon dolar ve üzerine çıkarmayı; bu pazarda, kendi geliştirdiğimiz yüksek teknolojili ürünlerle büyümeyi hedefliyoruz. Ticaret savaşlarının bir yansıması olan, ABD'deki yeni vergi düzenlemelerinin, lastik pazarına yansımalarını da markalarımız ve ülkemiz ihracatı açısından avantaja dönüştürme arzusundayız. Bu kapsamda, ürün çeşitliliğinin artırılması ve pazara özel yüksek teknolojili ürünlerin üretimi odaklı planlar, yatırıma dönüşmeye başlamış durumda. Makine ve kalıp odaklı 60 milyon dolar tutarında yatırım süreçlerimiz devam ediyor. Orta-uzun vadeli planlarımız arasında, sadece ABD pazarı için dahi çalışabilecek ayrı bir üretim hattı ya da tesisi kurulumu da yer alıyor.

2020'nin beraberinde getirdiği talihsiz durum ve küresel ticari durgunluk, gelecek hedeflerinizde ne gibi değişikliklere sebep oldu?

İhracatta ilk hedefimiz, ülkemize çeyrek milyar dolar ihracat geliri sağlayarak Türkiye'nin en büyük 50 ihracatçısı arasına girmek. 2020 yılına bu hedefle girmiştik. Küresel sağlık krizi bu hedefe ulaşma zamanımızı erteleyecek ama hedeften şaşmayacağız. Ülkemiz ekonomisi için sürdürülebilir değer ortaya koymak, önümüzdeki dönemde de önceliğimiz olmaya devam edecek. Üretim, ticaret, istihdam ve ihracat faaliyetlerimizle ülke ekonomisine



katkılarımızı artırarak sürdürmeyi, sektörümüzde açık ara lider konumda olduğumuz Ar-Ge çalışmalarımızla yerli sermayeli, katma değerli ürün geliştirme gücümüzü daha da ileriye taşımayı hedefliyoruz, yerli olmasından gurur duyulan marka kimliğimizi, daha da fazla fayda üreterek geleceğe taşıyacağımıza tüm kalbimizle inanarak çalışıyoruz.

FABRİKADA, BİLİŞİM VE ENDÜSTRİYİ BİR ARAYA GETİRİYOR

Petlas'da Ar-Ge faaliyetleri, 2010 yılında Ar-Ge laboratuvarının kurulması ve devamında nitelikli insan gücünün oluşması ile başladı. Geçen sürede hem teknolojik imkânlar hem de nitelikli insan gücü artarak şirket vizyonu ve öngörülen hedefler doğrultusunda büyümeye, gelişmeye ve artı değer üretmeye devam ediyor. "Ürünlerimiz, tam donanımlı Ar-Ge laboratuvarlarımızda geliştiriliyor" diyen AKO Grup Yönetim Kurulu Üyesi Abdülkadir Özcan, "Bu ürünlerin testlerini de, yine kendi bünyemizdeki akredite test pistimizde gerçekleştiriyoruz. Bunun yanı sıra, Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu TOSFED iş birliğimizle, üst düzey performans ve kompetisyon lastikleri geliştiriyoruz. Otomobil sporları angajmanımız, bize çok değerli Ar-Ge katkısı sağlamanın yanı sıra, yeni bir pazar da sunuyor. Hayallerimiz arasında, bir Türk otomobil sporcusunun, Petlas lastiklerle dünya şampiyonu olması da yer alıyor. Öte yandan, sürekli gelişim azmimiz ve yatırımlarımız, ürün odaklı Ar-Ge ile sınırlı kalmıyor. Petlas fabrikamızda, Endüstri 4.0 doğrultusunda bilişim ve endüstriyi bir araya getiriyoruz. Yeni nesil yazılım ve daha düşük maliyetli, daha az yer kaplayan, daha az enerji tüketen, daha az ısı üreten, ancak yüksek güvenilirlikten asla ödün vermeyen yeni nesil ekipmanlarla fabrikamızı sürekli güçlendiriyor; çalışma şartlarımızı sürekli iyileştiriyoruz" şeklinde konuştu.

AMBALAJ SEKTÖRÜ

cari açığın kapanmasına katkı sağlıyor

Ambalaj sektörü, Türkiye'nin toplam ihracatına yaptığı katkıyı hız kesmeden sürdürüyor. 180 ülkeye ürün ihraç eden Türk ambalaj sanayii, geçtiğimiz yıl 4,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Sektörün dışa bağımlılığı ise her geçen gün azalıyor.

Muhafaza ettiği ürünü en iyi şekilde koruyup hijyenik kalmasını sağlayan ambalajlar, günümüzde tüketicilerin satın alma kararlarında büyük bir etkiye sahip. Ürünün sağlıklı şekillerde saklanmasını sağlayan ve üzerindeki kod uygulamaları ile paketlenme sürecini takip edilebilir kılan ambalajlar, aynı zamanda ürün kaybını en aza indirdiğinden maliyet tasarrufu noktasında da büyük bir işlevsellik sağlıyor.

Son yıllarda tüketici alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikler, e-ticaret, teknolojik gelişmeler, sürdürülebilirlik, kentleşme ve beraberinde yaşam standartlarının yükselmesi, ihracatın artması ve sağlık sektöründeki gelişmelere paralel olarak hızlı bir değişim ve gelişim sürecine giren ambalaj sektörü, Türkiye'de de büyük bir ilerleme içinde.

Dünya ambalaj tedarikinde Avrasya ve Avrupa'nın merkezi konumunda bulunan Türkiye ambalaj sektörü, 2018 yılında 23 milyar dolarlık bir pazar hacmine ulaştı. 180 ülkeye ürün ihraç eden Türk ambalaj sanayii, geçtiğimiz yıl ise 4,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yaklaşık 9 milyon ton üretim kapasitesine sahip olan sektör, dış ticaret fazlası vererek, Türkiye ekonomisinde cari açığa pozitif katkı sunan sektörlerin başında geliyor.

1970'li yıllarda, ambalaj sanayisinin ihracattaki önemi kavranmaya başlandıktan sonra, Türkiye'de ambalaj

sektörünün ilk gelişimi, teneke kutu dalında oldu. Bu dönemde, kendi ürünlerini ambalajlamak adına üretim yapan şirketlerin haricinde sadece ambalaj üreten işletmeler de kuruldu. Teneke kutunun gelişiminin ardından şirketler, karton ve plastik ambalaj alanlarına da girdi ve işin yaygınlaşmasını sağladı. 1980'lerden itibaren ise Türkiye'de ilk kez pet şişe üretimi gerçekleşti. Su ambalajlamada kullanılmaya başlanan pet şişeler, kısa süre içinde sıvı gıda maddelerinin ambalajlanmasında yaygın şekilde kullanılır hale geldi.

SEKTÖRÜN BÜYÜK KISMINI KOBİ'LER OLUŞTURUYOR

Türkiye'de ambalaj sanayisinde faaliyet gösteren şirketlerin büyük çoğunluğuna baktığımızda KOBİ'lerden oluştuğunu görüyoruz. Bu şirketler; İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara, Konya, Kocaeli, Gaziantep, Adana, Kayseri ve Manisa'da yoğunlaşmış durumda. Sektörde faaliyet gösteren şirketler; plastik, kağıt-karton, metal, cam ve ahşap ambalaj olmak üzere beş ana grupta üretim gerçekleştiriyor.

AMBALAJ İHRACATINI PLASTİKLER SIRTLIYOR

Türkiye'nin ambalaj ihracatının yüzde 66'sını ise plastik ambalajlar oluşturuyor. Plastikleri yüzde 23 ile kâğıt ve karton, yüzde 8 ile metal ambalaj izliyor. Cam, ahşap, torba ve çuval ise ihracattan

Türkiye'nin ambalaj ihracatının yüzde 66'sını plastik ambalajlar oluşturuyor. Plastikleri yüzde 23 ile kâğıt ve karton, yüzde 8 ile metal ambalaj izliyor. Cam, ahşap, torba ve çuval ise ambalaj ihracatından yüzde 1'er pay alıyor.

yüzde 1'er pay alıyor. Plastik ambalaj malzemeleri ihracatı, 2019 yılında 2018 yılına göre miktar bazında yüzde 6,9 ve değer bazında yüzde 1,3 arttı. Geride bıraktığımız yılda ihracat 1,1 milyon ton ve 2,7 milyar dolara yükseldi. Geçen yılki plastik ambalaj malzemeleri ihracatından miktar ve değer bazında en büyük payı esnek ambalajlar aldı. Esnek ambalajların plastik ambalaj ihracatındaki payı miktarda yüzde 42, değerde yüzde 41 olarak gerçekleşti. Plastik ambalaj malzemeleri ihracatının 2019 yılındaki toplam plastik ihracatından aldığı pay ise yüzde 55 oldu. Bugün 150 ülkeye plastik malzemeleri ihraç eden Türkiye'nin 2019 yılında en fazla ihracat gerçekleştirdiği beş pazarı sırasıyla İngiltere, Almanya, Irak, İsrail ve ABD oluşturdu. Beş ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracat içinde yüzde 32'lik paya sahip oldu.

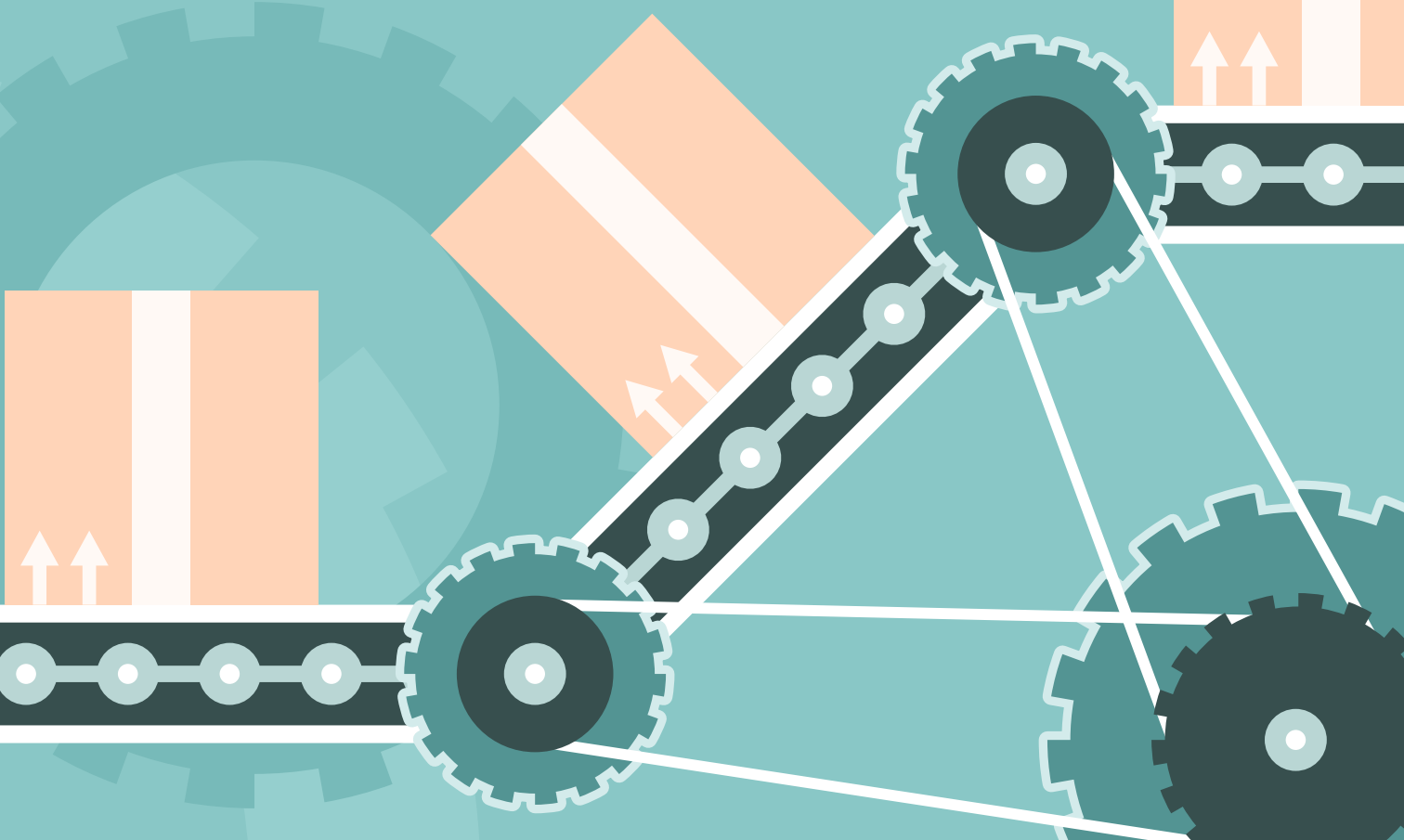
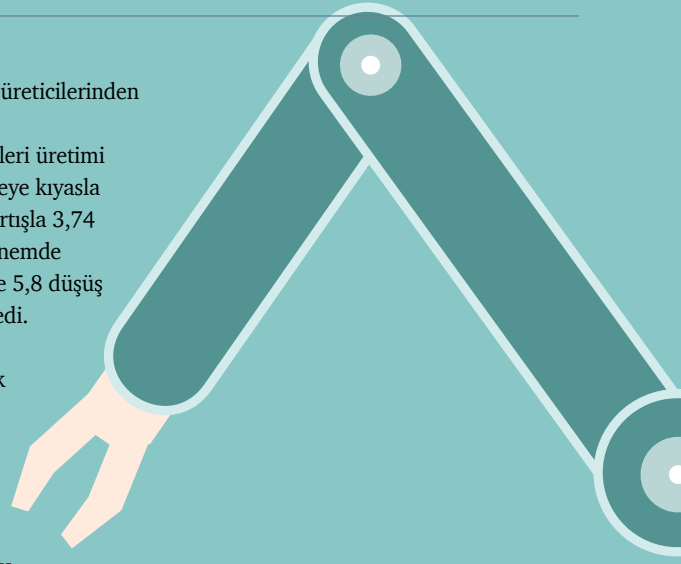
Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı'nın (PAGEV) oluşturduğu verilere göre, plastik ambalaj alanında faaliyet gösteren bin 450 firmanın yüzde 61'i İstanbul'da faaliyet yürütüyor. Sektörün yüzde 67'si esnek plastik, yüzde 18'i tekstil plastik ve yüzde

15'i de sert plastik ambalaj üreticilerinden oluşuyor.

Plastik ambalaj malzemeleri üretimi 2019 yılında bir önceki seneye kıyasla miktar bazında yüzde 2,1 artışla 3,74 milyon tona ulaştı. Aynı dönemde üretim değer bazında yüzde 5,8 düşüş ile 11,4 milyar dolara geriledi. Türkiye'de toplam ambalaj sektörü üretimi içinde plastik ambalaj sektörü üretimi yüzde 40 paya sahip.

YERLİ ÜRETİMİN ARTMASI AMBALAJ PAZARINI DA BÜYÜTECEK

Türkiye ambalaj sektörü, teknolojik açıdan yerli imalat sanayisinin gereksinimlerini karşılayabilecek yeterlilikte olmasına karşın ithal edilen ihtiyaç maddelerinin kendi ambalajları ile gelmesi, ithalatı artırıyor. İthal edilen ürünlerde yerli üretimin artması ambalaj sektörü üretimine de olumlu yansıtacak bir gelişme olarak yorumlanıyor. Plastik ambalaj ithalatı, toplam ambalaj sanayisi ithalatından yüzde 55 seviyesinde pay alıyor.





dolardan ithal edilen plastik ambalaj, 2019 yılında 2,5 dolardan ihraç edildi. Birim ihraç fiyatları birim ithal fiyatlarının yüzde 30 gerisinde kaldı. 2019 yılında plastik ambalaj malzemeleri ihracatında kilogram başına 1,21 dolar katma değer yaratıldı.

2019'DA İÇ PAZAR DURGUN SEYRETTİ

Plastik ambalaj malzemeleri iç pazar tüketimi 2019'da 2018 yılına kıyasla miktar bazında yüzde 0,5 artışla 3,1 milyon ton olurken değer bazında yüzde 7,8 azalışla 10,23 milyar dolara düştü. Plastik sanayisinin en yüksek büyüme oranlarının gerçekleştiği ambalajdaki gerilemede, iç pazar talebindeki düşüş etkili oldu. PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu, plastik ambalaj sektörüne yönelik yaptığı değerlendirmede, geçen yıl iç pazar tüketimindeki düşüşün ihracat ile dengelendiğine dikkat çekti. Esnek ambalaj ihracatının üretimi ve ihracatı sırtladığını belirten Eroğlu, 150'den fazla ülkeye ihracat yapan ve dünyanın en büyük altıncı üreticisi olan Türkiye plastik sektörünün önündeki en büyük engelin bilimsellikten uzak yanlış bilgiler olduğunu vurguladı.

PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu, "Sektörümüz kimya sanayi ihracatının da çok büyük bir bölümünü gerçekleştiriyor. Direkt ve dolaylı ihracatımız 12 milyar dolar seviyesinde. 250 binden fazla insana istihdam yaratıyoruz" dedi.



Geçen yılki plastik ambalaj ithalatı, önceki yıl ile karşılaştırıldığında miktar bazında yüzde 2,2 artışla 430 bin tona yükselirken; değer bazında ise yüzde 7,4 azalışla 1,55 milyar dolara geriledi. Plastik ambalaj ithalatında ilk beş ülke; Almanya, Çin, İtalya, Güney Kore ve Fransa olarak sıralandı.

PLASTİK AMBALAJDA TÜRKİYE NET İHRACATÇI

Türkiye, plastik ambalaj malzemeleri dış ticaretinde miktar ve değer bazında dış ticaret fazlası veren net ihracatçı bir ülke konumunda bulunuyor. 2019 yılında plastik ambalaj malzemeleri dış ticaret fazlası 655 bin ton ve 1,12 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2018 yılında kilogramı 3,6

SAĞLIKLI GIDA İÇİN AMBALAJ ŞART

Döngüsel ekonomide en sürdürülebilir ve çevre dostu çözümleri sunan plastiklere karşı yürütülen haksız karalama kampanyalarının sektöre zarar verdiğini söyleyen Eroğlu, "Türkiye plastik üretiminde dünyada altıncı, Avrupa'da ise ikinci üretici konumunda. Dünyadaki rakiplerimize kıyasla genç bir sanayi olmamıza rağmen hızla büyüdük ve dünyada önemli bir yere ulaştık. Sektörümüz kimya sanayi ihracatının da çok büyük bir bölümünü gerçekleştiriyor. Direkt ve dolaylı ihracatımız 12 milyar dolar seviyesinde. 250 binden fazla insana istihdam yaratıyoruz. Plastiklere karşı yürütülen haksız karalama kampanyaları ve bilimsellikten uzak yanlış bilgiler plastik sanayine zarar veriyor. 2019 yılı rakamlarında bunu net olarak gördük. Bilinçsiz tüketim, geri dönüşüm ve atık yönetim sistemlerinin yetersizliğinin faturasının plastik sektörüne kesilmeye çalışıldığını üzülerken izliyoruz. Şu an tüm dünya korkuyla koronavirüs salgını izliyor. Bu salgın gıda hijyeni ve sağlık için

tek kullanımlık plastikler dahil ambalajlara neden ihtiyacımız olduğunu hepimize hatırlattı. Virüsün yerel pazardan yayılması üzerinde önemle durmamız lazım. Açıkta, pazarda ambalajsız satılan gıdalar tüketici sağlığı için büyük risk barındırıyor. Ambalajlı ürünler güvenle tüketilebilir. Tek kullanımlık ürünler ise bulaşıcı hastalıkların önlenmesi ve hijyen açısından çok önemli bir gereklilik. Bu gibi salgın dönemlerinde ve kalabalık ortamlarda tek kullanımlık bardak, tabak, çatal gibi ürünler ve ambalajlı gıdalar tercih edilmeli” şeklinde konuştu.



PAGEV Başkanı Yavuz Eroğlu, Türkiye'nin toplam ambalaj ihracatının yüzde 66'sını oluşturan plastik ambalajda ihracat artışının 2020 yılında da sürmesini beklediklerini kaydederek, 2020 yılına ilişkin beklentilerini ise şu şekilde sıraladı: “Makro ekonomide ve plastik sektöründe beklenen gelişmelere paralel olarak plastik ambalaj sektöründe 2020 yılında 2019 yılına kıyasla miktar bazında üretim ve iç pazar tüketiminin yüzde 5, ihracatın ise yüzde 6 artacağını tahmin ediyoruz. İthalattaki artışın yüzde 2 ile sınırlı kalması ve dış ticaret fazlasının da yüzde 8 artmasını bekliyoruz.”

DÜNYADA AMBALAJ TALEBİ YÜKSELİYOR

Dünya ambalaj sanayisinde büyümeyi sağlayan etkenler; kentleşme, inşaat ve konut yatırımları, gelişmeye başlayan sağlık hizmetleri sektörü ve Brezilya, Çin, Hindistan, bazı Doğu Avrupa ülkeleri gibi gelişmekte olan ekonomilerdeki hızlı büyüme olarak sıralanabilir. Gelişmekte olan bölgelerde harcanabilir kişisel gelirden yaşanan artışlar tüketimi artırmakta ve artan tüketim sonucunda ambalaj talebi de yükseliyor. Dünyada ambalaj pazarı yaklaşık 900 milyar dolar büyüklüğünde ve sektörde her yıl ortalama yüzde 3,5 oranında bir büyüme gerçekleşiyor.



ZEKİ SARİBEKİR

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Başkanı

“Sektörün dışa bağımlılığında ciddi azalma var”

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Başkanı Zeki Sarıbekir, 2019 ihracat-ithalat raporunu açıkladı. Yıllık ihracatın 4.603 milyar dolardan 4.716 milyar dolara çıktığını belirten Sarıbekir, “Ambalaj sektörü olarak geçen yıl en çok ihracatı 375 milyon dolarla İngiltere’ye gerçekleştirdik. İthalat tarafına bakıldığında ise sektörün dışa bağımlılığında ciddi azalma olduğunu görüyoruz. Ambalaj sektörü ithalatı geçtiğimiz yıl miktar olarak yüzde 12 azalışla 1,5 milyon tona, değer olarak da yüzde 13 düşüşle 2,86 milyar dolara geriledi. Almanya, Çin, İtalya, ABD ve Fransa en çok ambalaj ithalatı yapılan ülkeler olarak öne çıktı” dedi.

AMBALAJLI ÜRÜN HAYAT KURTARIR

Sarıbekir, koronavirüs salgınıyla ilgili de değerlendirmede bulundu. Türkiye'nin ambalaj sektöründe bölgenin en güçlü ülkelerinden biri olduğuna vurgu yaptı. Sağlık, sosyal ve ekonomik alanda tüm dengeleri alt üst eden virüsten korunma yöntemlerinin şu anda gündemin birinci sırasında olduğunu ifade eden Zeki Sarıbekir, “Ambalajın önemi hiçbir dönemde bu kadar kendisini göstermedi. Ülkemizde ilaç, sağlık, temizlik, gıda ve içecek ürünleri ambalaj sayesinde

son tüketiciye sağlıklı bir şekilde ulaşıyor. İhracatımız da bu pozitif fiziksel koşullar altında oluyor. Gıda, ilaç ve tıbbi malzemelerinde ambalaj tedariki sağlanmazsa büyük sorunlarla karşı karşıya kalırız. Mevcut konjonktürde ambalaj hayatı kurtarır” şeklinde konuştu.

“SOSYAL İZOLASYONU SAĞLAMALIYIZ”

ASD Başkanı Zeki Sarıbekir’e göre yaşanan bu özel dönemde hayatta kalmanın anahtarı hijyenden geçiyor. Sarıbekir, “Ambalaj üreticileri olarak sadece gıda ve içecek değil, sağlık ve temizlik ürünleri başta olmak üzere tüm sektörlerde hizmet veriyoruz. Fabrikalarımızın üretime devam etmesi, ülkemizin ve yaşadığımız dünyanın bu zor zamanları atlmasına yardımcı olacak. Sağduyulu bir şekilde, hep beraber; gerekli önlemleri alarak işlerimize devam etmeliyiz. Hepimiz bu dönemde daha duyarlı olmalıyız. Sağlık Bakanlığımız tarafından açıklanan önlemler doğrultusunda, fabrikalarımızda ve ofislerimizde uydığımız hijyen kurallarını artırmalıyız. Çalışanlarımızı kişisel hijyen konusunda bilgilendirmeli ve gerekli sosyal izolasyonu sağlayarak yaşamın normal seyrini devam ettirmeliyiz” ifadelerini kullandı.



4,7 MİLYAR DOLAR

2019 ihracatı



375 MİLYON DOLAR

2019’da en fazla ihracat İngiltere’ye yapıldı.



9 MİLYON TON

Üretim kapasitesi



180

Ambalaj sektörünün ihracat yapılan ülke sayısı

Petrol fiyatlarındaki düşüş armatörlere mi yarıyor?

2008'de Amerika'daki finansal kriz sırasında 160 dolar olan petrolün varili, salgın nedeniyle küresel enerji talebine yönelik kısıtlamalardan dolayı Nisan 2020'de 25 dolar seviyelerine inmiş durumda. Aşırı düşük fiyatların, depolama tanklarının dolu olması nedeniyle devam edeceğine inanılıyor.

Koronavirüs salgını nedeniyle ülkeler, vatandaşlarına evde kalmalarını söyleyince araba kullanan sayısı azaldı, uçak seferleri durduruldu. Bunun üzerine, salgına bağlı olarak petrolde tarihte zor görülecek bir düşüş yaşanmaya başladı. Talep çöküşünün neden olduğu bolluk, küresel petrol sektörü için felaket niteliğini taşıyor. ABD ham petrolünden sonra Brent petrol fiyatları talebin azalması üzerine çakıldı. Ocak ayında 60 dolar seviyelerinde olan Brent petrolün varili Nisan ayını 25 dolar civarında tamamladı. Petrol, 2008'deki finansal kriz sırasında da 160 dolardı. Uzmanlar şu anki tarihi düşüşün nedeni olarak, talebin azalmasının yanı sıra, petrol depolarının dolma noktasına yaklaşacağı beklentisinin de etkili olduğunu belirtiyorlar.

DEPOLARIN TÜM KAPASİTESİ DOLDU
Salgının yayılmasıyla beraber petrol sanayii, hem talep düşüklüğü hem de üretimin azaltılması konusunda üretici ülkeler arasındaki anlaşmazlıklar nedeniyle zorda kalmış durumda. Nisan başında Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (OPEC) ve Rusya gibi OPEC dışı bazı üretici ülkeler, günlük küresel petrol üretimlerini yaklaşık yüzde 10 azaltma anlaşması yaparak, bugüne kadar varılan en büyük petrol üretim kesintisine imza attılar. Bu plan Mayıs ayında devreye girecek ama analistler, üretimde kesintiye gitmenin önemli bir fark yaratacak kadar yeterli olmadığı görüşünde. Axicorp küresel piyasa stratejisti Stephen Innes, OPEC ülkelerinin üzerinde anlaştığı kesintinin petrol piyasalarını dengelemekte yeterli olmayacağını söyledi. Ayrıca, ABD'nin petrol sevkiyatındaki en önemli noktalarından Cushing'de petrol tesislerinin kapasitelerinin dolmaya başlaması da kaygıyla izleniyor. Dünyanın en büyük bağımsız depolama şirketi Royal Vopak NV, neredeyse tüm kapasitesinin dolu olduğunu açıklarken, Clarkson Platou, denizde petrol tankerlerinde saklamanın daha önce görülmemiş hızda arttığını kaydetti.

BORSACILARDAN DAHA KAZANÇLILAR

Bu süreçten kârlı çıkanlar da var. Petrole olan talebin düşmesi ve fiyatların azalmasıyla tüccarlık yapan traderlar da deniz üzerindeki süpertanker filolarını geçici yüzen depolama tesisleri olarak kullanmaya başladılar. Gemideki depolarda milyonlarca satılmamış varil depolayan tüccarlar gelecekte talep fazlaştığında petrolü yüksek fiyatlara satıp kazançlı çıkmayı umuyorlar.



Tüccarların petrol depolamak için yeterli gemi bulmakta zorlandığını da ekleyelim. Diğer taraftan, sadece tüccarlar değil tanker armatörleri de bu süreçten kazançlı çıkanlardan...

Mesela iki yıl önce, çok büyük ham taşıyıcı standart bir süper tankerin günlük fiyatı günde yaklaşık 18 bin dolarken, şu an sahibine günlük 400 bin dolar kazandırıyor. Dünyanın en büyük tank armatörlerinden biri olan Frontline Management'ın başkanı Robert Hvide MacLeod'da verdiği demeçle salgından dolayı armatörlerin ne kadar kazançlı duruma geldiğini şu sözleriyle onaylıyor: "Petrol arzı hala talebin çok üzerinde olduğu için daha fazla tanker gerekli olacak. Karadaki depolama alanları sınırlı. Bu yüzden gemilerde depolama tek çözüm olacak."

ABD merkezli ekonomi haber sitesi Bloomberg yaptığı değerlendirmede tüccarların ve armatörlerin şu an borsacıardan daha kazançlı olduğunu belirtiyor.

PETROL ÜRETEK ÜLKELERİN EKONOMİLERİ KÜÇÜLECEK

Petrolün yıl sonu tahmini 40 dolar civarı. Bu da brent petrolün varilinin yeniden 50-60 doları görmesi zaman alacak anlamına geliyor. Uzmanlar da ABD ekonomisinin beklenenden çok daha sert bir küçülme yaşayacağı ve bu düşüşün Körfez'e de 'ciddi bir kriz' olarak döneceği konusunda hem fikirler. Ayrıca, dev bir enerji ithalatçısı olan Çin'in toparlanmaya başladığını ve enerjiye ihtiyacı olduğunu belirten ekonomi uzmanları, Çin'in daha rekabetçi fiyatlarla petrol üreten ülkelerin karşısına çıkabileceğini ve onları zor duruma düşürebileceğini ifade etmekte.

ABD Başkanı Trump'ın müdahalesi sonrası Suudi Arabistan ve Rusya'nın fiyat savaşlarını sona erdirmesi olumlu görülse de ham petrol kısmen çökmeye devam ediyor. Çünkü bu üretim kesintileri Mayıs ayına kadar başlamıyor. Koronavirüs nedeniyle bazı petrol şirketlerinin batabileceği bile konuşuluyor. Rabobank Enerji Stratejisti Ryan Fitzmaurice, "Bu gerilemeden sağ



çıkamayan birçok şirket olacak" diyor. Noble Energy, Halliburton, Marathon Oil gibi bazı şirketler de borsada değerlerinin üçte ikisinden fazlasını kaybetmiş durumda.

TÜRKİYE EKONOMİSİNE YARAYACAK

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, Türkiye'nin toplam ithalatı içinde en büyük paya sahip olan enerji ithalatı geçen yıl bir önceki yıla göre yüzde 4,2 azalarak 41,2 milyar dolara gerilemiş durumda. Bu tutar, 2018'de 43,5 milyardı. Geçen yıl ham petrol ithalatı ise 31 milyon ton düzeyinde gerçekleşti. Petrol fiyatlarının geçen yılki ortalaması 64,4 dolardı. Bu yılki petrol fiyat ortalamasının 40 dolar seviyesinde olacağını düşünürsek, uzmanlar bunun Türkiye'nin hem cari açığına hem de vatandaşın yakıt faturasına olumlu şekilde yansıtacağını belirtiyorlar. Merkez Bankası'nın yaptığı çalışmaya göre de fiyatlardaki bu düşüşün Türkiye'nin enerji ithalatını yaklaşık 15 milyar dolar, enflasyonu ise 0,5-1 puan aşağı çekebileceği öngörülüyor.

Türkiye Enerji Stratejileri ve Politikaları Araştırma Merkezi (TESPAM) Başkanı Oğuzhan Akyener ise enerji alanında cari açığın azalmasında petrol fiyatlarına ek olarak, yerli kaynaklara yönelmek ve yenilenebilir potansiyelin geliştirilmesi gibi hamlelerin de etkili olduğunu belirtti ve şöyle devam etti: "Cari açık ve ülke ekonomisi üzerinde önemli olan enerji kaleminin oluşturduğu negatif etkiyi en az indirmek ve hatta tersine çevirmek için genel enerji denkleminde yerli kaynak kullanımını artırmak, hidrokarbon arama faaliyetlerine ağırlık vermek gerekiyor."

ABD merkezli ekonomi haber sitesi Bloomberg, yaptığı değerlendirmede tüccarların ve armatörlerin şu an borsacıardan daha kazançlı olduğunu belirtiyor.



15 MİLYAR DOLAR

Petrol fiyatlarındaki düşüş ile Türkiye'nin enerji maliyetinde beklenen azalma





İhracatçılar için dikkat çeken bir pazar



NIJERYA

Afrika ülkeleri arasında Türkiye'nin en önemli ticaret ortaklarından biri olan Nijerya ile ekonomik ilişkiler, pek çok farklı ürün üzerinden yapılan ithalat-ihracat faaliyetleri etrafında her geçen yıl gelişiyor. TİM'in Nijerya özelinde hazırladığı rapor, ihracatçılar için kılavuz niteliği taşıyor.



Nijerya, Afrika Kıtası'nın en geniş topraklarına sahip ülkelerinden biri olmakla birlikte 200 milyonu bulan nüfusu ile de kıtanın en kalabalık ülkesi konumunda bulunuyor. Ülke nüfusu Abuja, Lagos, Benin, Ibadan, Kano, Kaduna gibi kentlerde yoğunlaşmış durumda. Bunlardan başkent Abuja yaklaşık 2,5 milyonluk nüfusu ile ülkenin orta bölgesinde yer alırken, diğer önemli kent Lagos ise 10 milyonun üzerinde nüfusu ile Nijerya'nın Atlas Okyanusu'na açılan kapısı konumunda. Ülke, artan işgücü sayısı, genç nüfusu ve yükselen kişi başına düşen milli geliri ile Türk ihracatçıları için orta gelirli ülkeler arasında dikkat çeken bir pazar olma özelliği taşıyor.

Uluslararası Ticaret Merkezi'nin verilerine göre Nijerya'da ihracatın yüzde 75-90'ını petrol ve doğalgaz oluşturuyor. Dünya'nın 12'nci büyük

petrol üreticisi, sekizinci büyük petrol ihracatçısı ve 10'uncu büyük petrol rezervine sahip ülkelerinden Nijerya, aynı zamanda ABD'nin Sahra Altı Afrika'daki en büyük ticaret ortağı. ABD toplam ham petrol ithalatının yüzde 11'ini Nijerya'dan gerçekleştirirken, bu oran Nijerya'nın toplam ham petrol ihracatının yüzde 46'sına denk geliyor.

Nijerya ekonomisinde petrol sektörü federal devlet gelirlerinin yüzde 80'ini, ihracat gelirlerinin yaklaşık yüzde 90'ını ve GSYİH'nin yüzde 40'ını oluşturuyor. Bununla birlikte tarım, ekonomideki ağırlığını muhafaza ediyor. İstihdamın yüzde 50'sini karşılayan tarım sektörü GSYİH'nin yüzde 33'ünden pay alıyor.

Türkiye ile Nijerya'nın ortak ticaretlerine konu olabilecek toplamda 3 bin 901 ürün tespit edildi. Bu durum, 3 bin 901 üründen sadece bin 9 tanesini Nijerya'ya satan Türk ihracatçıların, iki ülke arasındaki mevcut ticareti daha da artırmalarının mümkün olabileceğini gösteriyor.

310,7 MİLYON DOLAR

2018 yılında Nijerya'ya yapılan ihracat değeri



Nijerya'nın dünyadan 199 milyon dolarlık ithalat yaptığı "Halı" sektöründe, Türkiye'den yapılan ithalat oranı yüzde 50.

DIŞ TİCARET FAZLASI VERİYOR

Diğer birçok Afrika ülkesinin aksine Nijerya önemli oranda dış ticaret fazlası veren bir ülke konumunda olup gerek ihracatı gerekse ithalatının büyüklüğü itibarıyla Afrika kıtasının en önemli ticaret merkezlerinden biri. Ülke, 2009 yılında 49,9 milyar dolarlık ihracat ve 33,9 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirdi. 2018 yılında ise 52,9 milyar dolar değerinde ihracata karşılık, 36,5 milyar dolar ithalat yapıldı. 2009-2018 arasındaki süreçte 2016 yılı dışında hep dış ticaret fazlası verdi. Dış ticaret fazlası 2012 yılında 107,3 milyar dolar ile zirveye ulaştı.

TÜRKİYE'NİN PAYI YÜZDE 0,85

2018'de Nijerya'nın ithalatı ülkelere göre incelendiğinde Çin, 7,1 milyar dolar değer ve yüzde 19,4'lük payı ile ülkenin en büyük tedarikçisi konumunda bulunuyor. Çin'i 4,2 milyar dolar ve yüzde 11,4 pay ile Hollanda takip ediyor. Nijerya aynı dönemde Türkiye'den sadece 310,7 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirdi. Türkiye, yüzde 0,85 pay ile Nijerya'nın en çok ithalat yaptığı 22'nci ülke konumunda. İlk 10 ülkenin Nijerya'nın ithalatının yüzde 73,1'ini oluşturduğu görülüyor. Bu da Nijerya'nın ithalatında yüksek bir yoğunlaşma olduğunu ve ithalatın belli başlı ülkelere yapıldığını kanıtıyor.

1543

2018'de Nijerya'ya ihracat yapan toplam şirket sayısı

NİJERYA'NIN İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER (2018)

Ülke	İthalat (1.000 \$)	%
Çin	7.076.767	19,4
Hollanda	4.159.007	11,4
Güney Kore	3.945.639	10,8
Belçika	3.083.338	8,5
ABD	2.678.076	7,3
Hindistan	1.907.305	5,2
Fransa	1.047.719	2,9
Almanya	990.668	2,7
Birleşik Krallık	920.503	2,5
Rusya	861.455	2,4
Diğer Ülkeler	9.789.749	26,9
Toplam İthalat	36.460.226	100,0

Kaynak: International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020

TÜRK HALISINA RAĞBET VAR

Nijerya halı sektöründe dünyadan 199 milyon dolarlık ithalat yaparken, halıların yüzde 50'sini Türkiye'den satın alıyor. Sektörler arasında Nijerya'nın dünyadan gerçekleştirdiği ithalatta yüzde 13,15'lik paya sahip madencilik ürünlerinin performansı da dikkat çekici. Türk ihracatçıları için Nijerya pazarında daha fazla paya sahip olunan bu iki sektörde pazar paylarını genişletmeleri daha kolay. Nijerya'nın dünyadan gerçekleştirdiği ithalat içinde en az paya savunma ve havacılık sanayi, su ürünleri ve hayvansal mamuller, gemi, yat ve hizmetleri, yaş meyve ve sebze ile kuru meyve ve mamulleri sektörleri bulunuyor.

TradeMap verilerine göre, Türk ihracatçılarının dünyaya sattığı ancak Nijerya pazarına satmadığı 2 bin 892 ürün var. Nijerya pazarında hiç yer alamayan bu ürünler incelendiğinde Nijerya en çok gemi ve yat sektöründe dünyadan 3,4 milyar dolarlık ithalat yaparken Türkiye'den ise hiç alım yapmadı. Ayrıca hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörlerinde de henüz Türk ihracatçıları Nijerya'ya satış yapmış değil.

TİM'in hazırladığı ülke raporunda, Türk ihracatçıları için önemli bir hedef pazar konumunda olan Nijerya'ya yönelik etkili

stratejiler geliştirilmesinde yarar olduğu vurgulanıyor. Bu bağlamda dünyada ihracata konu olan 5 bin 660 ürün içinde Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü olan ürünler tespit edildi. Ayrıca, Türkiye'nin dünya ticaretine konu olan bu ürünler arasında 931 ürünü hiçbir ülkeye ihraç edemediği de biliniyor.

MEVCUT TİCARETİ DAHA DA ARTIRMAK MÜMKÜN

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin hazırladığı rapora göre; Türkiye ile Nijerya'nın ortak ticaretlerine konu olabilecek toplamda 3 bin 901 ürünün mevcut olduğu tespit edildi. Bu durum, 3 bin 901 üründen sadece bin 9 tanesini Nijerya'ya satan Türk ihracatçılarının, iki ülke arasındaki mevcut ticareti daha da artırmalarının mümkün olabileceğini gösteriyor.

NİJERYA'NIN TÜRKİYE'YE UYGULADIĞI GÜMRÜK VERGİLERİ

İhracatçıların Nijerya'nın uyguladığı gümrük vergilerini de bilmesinde yarar var. Nijerya, 2018 yılında Türkiye'den yaptığı bin 9 ürünün ithalatında 960 ürüne gümrük vergisi uyguladı. Sektörler arasında en yüksek gümrük vergisi oranının "Halı", "Hazırgiyim ve Konfeksiyon" ile "Meyve Sebze Mamulleri" sektörlerinde olduğu görülürken bu sektörlerdeki ortalama vergi oranı yüzde 20 olarak gerçekleşti. Bu sektörü yüzde 17,7 gümrük vergisi oranı ile "Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri" sektörü, yüzde 15,4 gümrük vergisi oranı ile "Tekstil ve Hammaddeleri" sektörleri izliyor. Nijerya'nın Türkiye'den yaptığı ithalatta sektörler arasında en yüksek gümrük vergisi gelirin "Çelik" sektöründe olduğu görülürken bu sektördeki ortalama vergi geliri 3,6 milyon dolar. İkinci sırada 2,62 milyon dolar gümrük vergisi geliri ile "Demir ve Demir Dışı Metaller" sektörü ve üçüncü sırada 2,6 milyon dolar gümrük vergisi geliri ile "Madencilik Ürünleri" yer alıyor. Nijerya 2018 yılında Türkiye'den yaptığı 310,7 milyon dolarlık ithalat üzerinden 22,9 milyon dolarlık gümrük vergisi elde ederken ithalata ortalama yüzde 7,4 gümrük vergisi uyguladı.



EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜN KİMYEVİ MADDELER

2018 ile 2019 yılları arasında Nijerya'nın Türkiye ile olan dış ticaret hacmi incelendiğinde Türkiye'nin son 10 yılda Nijerya'nın ithalatındaki payının düştüğü görülüyor. Türkiye'nin yüzde 0,95 olan payı dokuz yılda yüzde 0,85'e geriledi ve ithalat değer bazında da büyük bir değişim yaşamadı. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi Nijerya, Türkiye'den en fazla ithalati, 1 milyar dolar ile 2011'de gerçekleştirdi. Sektör bazında incelendiğinde Türkiye dahil Nijerya'nın en çok ithalat yaptığı ürün grubunu kimyevi maddeler ve mamulleri oluşturuyor. Ülke 2018 yılında kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe dünyadan 15 milyar dolarlık ithalat yaparken, Türkiye'den ise 88,6 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirdi. Türkiye'den en çok ikinci ithalati ise 45,8 milyon dolar ile makine ve aksamaları sektöründen yaparken, bu iki sektörü 32,9 milyon dolarlık ithalat ile çelik sektörü izliyor. Ayrıca, madencilik ürünleri sektörünün Nijerya'nın dünyadan yaptığı ithalat sıralamasında 15'inci sırada olmasına karşılık Türkiye'den yapılan ithalattaki sıralamada beşinci sırada bulunuyor. Otomotiv endüstrisi sektörünün Nijerya'nın dünyadan yaptığı ithalat sıralamasında altıncı olmasına rağmen Türkiye'den yapılan ithalattaki sıralamada ise 11'inci sırada yer aldığı görülüyor. Türk ihracatçılarının Nijerya'nın bu ürün grupları ithalatında yüzde 0,01 ile 13,15 aralığında payı bulunuyor.

NİJERYA'NIN YILLARA GÖRE TÜRKİYE'DEN YAPTIĞI İTHALAT

Yıl	Dünyadan İthalat (x1000 \$)	Türkiye'den İthalat (x1000 \$)	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı (%)
2009	33.906.282	321.918	0,95
2010	44.235.269	269.526	0,61
2011	63.971.542	1.005.583	1,57
2012	35.872.509	274.129	0,76
2013	44.029.048	358.971	0,82
2014	44.639.457	445.101	1,00
2015	33.830.879	279.423	0,83
2016	35.194.301	230.976	0,66
2017	28.915.247	245.543	0,85
2018	36.460.226	310.680	0,85

Kaynak: International Trade Centre (ITC), Trademap, 2020

5G

İLE İHRACATÇILAR E-TİCARETTE ATAĞA KALKIYOR

5G teknolojisi, ABD, Çin, Japonya ve Avrupa'nın bazı ülkelerinde kullanıma girdi. Türkiye'de ise Haziran 2020'de 5G'ye geçilmesi düşünülüyor ama bu süre uzayabilir. Pek çok sektörde köklü değişimler yaratması beklenen 5G teknolojisi, ihracatçılara oturdukları yerden ticaret yapma imkânı sağlayacak.

5G teknolojisi sayesinde yurt içi ve yurt dışında e-ticaret yoluyla ürün satmak isteyenlerin videolara ağırlık vermesi gerekiyor. Hedef kitle, yazıdan çok videolara daha eğilimli olduğundan video ile ürün pazarlama öne çıkıyor.

Türkiye'de koronavirüs salgını nedeniyle Mart ve Nisan aylarında e-ticarete başlamak isteyen KOBİ sayısı, yüzde 50 artış gösterdi. Gıda, market, temizlik, dezenfektan, kitap, oyuncak, küçük ev aletleri ve çocuk tekstil kategorilerinde e-ticaret sitelerinin satışları yüzde 200 arttı. Kapanan mağazalar ve dükkanlar, Türk halkının evde olmasını ve internette alışveriş yapmasını fırsata çevirip, internette satış yapmaya yöneldi. Diğer taraftan e-ticaret

satışlarına dair yapılan araştırmalar en yüksek satış oranının 0-4 saniye arasında yüklenen alışveriş sitelerinde görüldüğünü gösteriyor. Bu bağlamda 5G teknolojisi ile hızlanan ve gecikme süresi düşen internet bağlantısı, tek tıkla alışveriş çok daha hızlı hale getiriyor. Tüketici istediği malı hızlı bir şekilde satın aldığı anda bu durum şirketler ve hatta yurt dışına ihracat yapmak isteyen şirketler için avantaj oluşturacak. Böylece mobil ticaret gelirleri de artacak.



ÜRÜNÜNÜZÜ VIDEO İLE TANITIN

5G teknolojisi sayesinde yurt içi ve yurt dışında e-ticaret yoluyla ürün satmak isteyenlerin videolara ağırlık vermesi gerekiyor. Hedef kitle, yazıdan çok videolara daha eğilimli olduğundan, video pazarlaması öne çıkıyor. Ürünlerin videolarını da görebilen tüketiciler, marka ve ürünlere olan güveni arttırdığından e-ticareti daha çok tercih edebilir. E-marketer verilerine göre, 2018 yılında dünyada 2 milyardan fazla kişi ayda en az bir dijital video içerik tüketiyor. 4G'nin gelişi ile birlikte önemli bir sıçrama kaydeden video tüketimi, 5G ile birlikte daha önce olmadığı kadar yüksek kalitede videonun mobil cihazlar üzerinde deneyimlenmesinin önünü açmış bulunuyor. Çin'in dijital video reklam harcamalarının 2021 yılında TV'yi geride bırakmasının beklendiğini de belirtelim.

STOK TUTMAK KOLAYLAŞIYOR

Evinizde oturduğunuz yerde ticaret yapabilirsiniz ama e-ticaret yapıları için stok tutmak oldukça önemli. 5G ile bu da kolaylaşıyor. Depolarda kullanılacak algılayıcılar stok takibini kolaylaştırıp zaman tasarrufu sağlarken yapay zeka, hangi ürünün boyutuna ve satış sıklığına göre yerleştirileceğini planlıyor. Ürün tedarikini de böylece sağlamış oluyorsunuz. Ürünlerin bekleme süresinin 5G ve Nesnelerin İnterneti ile kısılması, üreticileri ve tedarikçileri rahatlatırken, işlerini büyüme fırsatı da sunuyor.

E-TİCARETTE PÜF NOKTALARI

5G teknolojisinin Türkiye'ye de gelmesiyle evinizden e-ihracat yapmanız kolaylaşacak ama satış yapacağımız ülkeleri de iyi belirlemeniz gerek. E-ihracat yapacağımız ülkenin pazar araştırmasını yaparken yerel piyasa gibi algılamamalısınız. Yanı sıra ve yurt içinde geçerli olan yöntemlerden farklı satış süreçleri olacağını da unutmayın. Buradaki amacımız farklı ülkelerdeki piyasaların potansiyelini ve büyüklüğünü belirlemek, değerlendirmeler yapmak, karşılaştırmalarda bulunmak ve ihracatını yapacağımız ürünün en çok hangi pazarda arzu edildiğini, yabancı piyasalarda ihtiyaç olup olmadığını belirlemek olsun.

Ayrıca, deneyimli bir lojistik iş ortağınız da olmalı. Ürünleriniz ne kadar kaliteli, siteniz ne kadar iyi ve fiyatlarınız ne kadar uygun olursa olsun, eğer lojistik süreçleriniz müşterinizi tatmin etmiyorsa satış yapamazsınız. Gönderiler için gümrük işlemlerinin hızlı ve masrafsız sonuçlanması önemli. Bu durum teslimat için verdiğiniz iş günü sayısına yönelik güvenceyi zedelememeli. Geleneksel ihracatta firma tarafından beyanname oluşturulması işlemlerinin e-ihracatta elektronik hale getirilerek detaylardan arındırılması, işin diğer bir kolay tarafı diyebiliriz.

ÖDEME SÜREÇLERİ GÜVENLİ VE HIZLI OLUYOR

İnsanların mobil bağlantıya olan talepleri ve ihtiyaçları her geçen gün artıyor. Bu bağlamda akıllı tefondan, bilgisayardan veya tableten bir ürünü satın alırken kredi kartı ile yapacağınız ödemenin güvenli ve hızlı olması gerekiyor. Web sitesi iyi bir altyapıya sahip olan şirketler, 5G teknolojisi sayesinde mobil e-ticarette ödeme süreçlerini hızlandırıyor. Ödemeler, sanal POS ile saniyeler içerisinde gerçekleşiyor ve bu sayede tüketiciler online alışveriş deneyimini memnun tamamlıyor.

İhracat yapmak için ne kadar iyi ürünleriniz olursa olsun, ödeme deneyimini kolaylaştırmak, müşterinin sizin sitenizi bir daha ziyaret etmesini sağlayacak.



%50

Mart ve Nisan ayında e-ticarete başlayan KOBİ sayısının artış oranı

E-ticaret satışlarına dair yapılan araştırmalar, en yüksek satış oranının 0-4 saniye arasında yüklenen alışveriş sitelerinde görüldüğünü gösteriyor.

Geçmişte memur, bürokrasi ve tarım kenti olarak anılan Ankara, son dönemde eğitimden sanayiye, bilimden teknolojiye kadar farklı alanlarda yaptığı atılımlarla tarihi bir dönüşüm yaşıyor. Türk savunma ve havacılık sanayisinin önde gelen şirketlerine ev sahipliği yapan Ankara, bu alanda ihracata önemli katkılarda bulunuyor.



‘Memur’ kentinden
‘sanayi’ başkentine

Ankara

Türkiye'nin başkenti ve 5 milyondan fazla nüfusuyla en kalabalık ikinci ili olan Ankara, 2023'e üç kula ABD, Çin, İtalya ve Almanya dahil dünyanın dört bir yanına ürün ihraç eden kent haline geldi. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin 2019 yılı verilerine göre; 8,3 milyar dolar ile Türkiye'nin en fazla ihracat yapan beşinci şehri olan Ankara'nın yurt dışına direkt uçuşların artırılması,

uluslararası fuar alanlarının yapılması ve altyapı sorunlarının çözülmesiyle dünya ölçeğindeki etkinliğinin güçleneceğine inanılıyor.

Ankara, Cumhuriyet'ten önce, Ankara Kalesi ve çevresinde kurulmuş 30 bin nüfuslu bir kentti. İlin başlıca geçim kaynakları tarım ve hayvancılıktan ibaret olduğu için tarımsal ve hayvansal malların alım satımı ile sınırlı bir ticaret söz konusuydu. Cumhuriyet'in ilk yılları

ile birlikte kente bu durgun dönem sona ermeye başladı. Modern bir başkentin sağlanması gereken hizmetler için zorunlu olan alt ve üstyapı hizmetleri ticari hayatı canlandırmaya başladı. Bunun yanı sıra inşaat malzemelerini karşılamaya yönelik küçük imalathaneler kuruldu. MKE, Etibank gibi kamu sanayi kuruluşlarının ve bunlara bağlı fabrikaların Ankara'da kurulmuş olması, bu fabrikalara



eşya, dokuma üreten sanayi kuruluşları da görülmeye başlandı.

SAVUNMA SANAYİSİNİN ÜRETİM ÜSSÜ

Dış ticaret 2019 verilerine göre; 8,3 milyar dolar ile Türkiye'nin en fazla ihracat yapan beşinci şehri konumundaki Ankara'nın son beş yılda en fazla ihracat yaptığı ülkeler ABD, Çin, Irak, Almanya ve İtalya olarak sıralanıyor. Ankara, neredeyse 190 ülkeye ihracat yapabilen bir şehir. Savunma sanayi ile ilgili en önemli yatırımlar da Ankara'da gerçekleştiriliyor. Sektörel bazda değerlendirildiğinde savunma sanayisi, 80'lerden bu yana Ankara ekonomisinde önemli yer tutuyor. Yatırımlar sonucunda Türk savunma ve havacılık sanayisi 2019 yılında ihracat performansını zirveye çıkarmış durumda. Türk savunma ve havacılık sanayisinin önde gelen şirketlerine ev sahipliği yapan Ankara'da, bu alandaki ihracatın yaklaşık yarısı gerçekleştirildi.

Ankara'daki savunma ve havacılık şirketleri 2018'de yaklaşık 970 milyon dolar değerinde ihracat yaparken, geçen yıl yüzde 38,92 artışla ihracat, 1,35 milyar dolara çıktı. ASELSAN, Roketsan, Havelsan, TAI gibi savunma sanayisinin önemli firmalarına ev sahipliği yapan kentte, üretilen ürünler gerek toplam ve kilogram başına ihracata gerekse istihdam ve bölgesel kişi başına milli gelire önemli katkı sağlıyor. Sekiz teknopark, 12 organize sanayi bölgesi ve çok sayıda araştırma merkezinin faaliyet gösterdiği kentte, Ostim ve İvedik Organize Sanayi Bölgesi kent sanayisine güç katıyor.

yan sanayi olarak çalışan küçük boyutlu özel işletmelerin kurulmasını teşvik etti. Bu tür gelişmeler, diğer yerleşim merkezlerinden Ankara'ya iç göçü başlattı. Bugün Ankara, ülke genelindeki illerin ekonomik faaliyet konularındaki ağırlığı yönüyle sanayi ağırlıklı iller arasında yer alıyor.

Cumhuriyetin ilanından sonra 1925 yılında kurulan bira fabrikası, 1926 yılında kurulan çimento fabrikası

ve Elmadağ ilçesinde kurulan barut fabrikası gibi az sayıda sanayi kuruluşu varken yakın yıllarda sanayi kuruluşlarının sayısı hızla arttı. Artık Ankara il sınırları içinde makarna, un, bitkisel yağ, süt ürünleri, şeker gibi besin sanayisine ait kuruluşların yanı sıra çimento, traktör, tarım aleti ve makineleri, motor, boya, tuğla, kiremit ve orman ürünleri, mobilya, madenî

8,3
MİLYAR DOLAR
Ankara'nın 2019 yılı ihracatı



Türk savunma ve havacılık sanayisinin önde gelen şirketlerine ev sahipliği yapan Ankara, Türkiye'nin savunma sanayi ihracatının yarısını gerçekleştiriyor.

İHRACATI MAKİNE SEKTÖRÜ DE SIRTLIYOR

Ankara'da öne çıkan sektörler değerlendirildiğinde, ihracatta; kimyevi maddeler, makine, maden ve metaller, çelik, taşıt araçları ve yan sanayi, elektrik-elektronik, savunma ve havacılık ön plana çıkıyor. Sanayide ise makine ve ekipman imalatı, metal ürünleri, gıda ürünleri, mobilya imalatı ile ana metal sanayi ve kauçuk ve plastik ürünleri imalatı ağırlıklı bulunuyor.

Ankara'da makine sektörüne ayrı bir paragraf açmakta fayda var. Türkiye'de makine imalat sanayisi; Bursa, İstanbul, Kocaeli, İzmir, Eskişehir, Ankara, Konya ve Gaziantep gibi illerin çevresinde yoğunlaşmış bulunuyor. Özellikle 1980'li yıllarla birlikte başlayan üçüncü sanayileşme dalgasıyla birlikte, Ankara da Türkiye'nin hızla sanayileşen illeri arasında yer aldı. Gaziantep ve Denizli gibi illerde özellikle tekstil sektörü sanayileşmeye öncülük ederken Ankara'da sanayileşmeyi sürükleyen sektör makine oldu. Makine sektörü

39

ISO 500 içinde yer alan
Ankaralı şirket sayısı

Ankara şehrinin ihracatına önemli katkılarda bulunuyor. Bu sektörde birçok yerli şirkete ev sahipliği yapıyor.

İLERİ TEKNOLOJİ ÜRETİMİNDE LİDER
Ekonomisinin yüzde 15'i imalata dayalı olan Ankara'da yapılan üretimin yüzde 35'i yüksek ve orta yüksek teknolojili. Şehir, ileri teknoloji patent model başvurularının yüzde 14'ünü gerçekleştirirken, Ar-Ge mühendislerinin yüzde 28'i ileri teknoloji yatırımlarının yüzde 30'una, Türkiye genelindeki 10 araştırma üniversitesinin de dördüne ev sahipliği yapıyor. 2018 yılı verileriyle oluşturulan Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Araştırması'nda Ankara Sanayi Odası üyesi 39 sanayi kuruluşu yer aldı. Altı savunma sanayi şirketinin de yer aldığı Ankara, listede 166 sanayi firması olan İstanbul'dan sonra en çok firması olan ikinci şehir ünvanını da koruyor. Bu da Ankara'nın yüksek teknoloji üretme kapasitesini net bir biçimde ortaya koyuyor.

İKİNCİ BÜYÜK TAHIL AMBARI

Başkentte, kent merkezi dışındaki alanlarda tarımla uğraşılıyor. Şehrin çevresinde büyük ölçüde kuru tarım yapılırken, kentin 25 milyon dekarı geçen toplam yüz ölçümünün 12 milyon 330 bin dekarını tarım alanları oluşturuyor. Tarım alanlarının yüzde 95'inde hububat yani buğday ve arpa üretiliyor. Bu bakımdan Ankara, Konya'dan sonra Türkiye'nin ikinci hububat ambarı olarak görülüyor.

SAĞLIK TURİZMİ

İHRACATIYLA DA ÖNE ÇIKIYOR

Ankara, turizmde de atılım bekliyor. Avrupa başkentleri 10 milyonlarla ifade edilen sayılarla turist çekerken, Ankara'ya giriş yapan yıllık yabancı turist sayısı 500 bin civarında seyrediyor. Ankara'dan yurt dışına yapılan direkt uçuşların yeterli sayıda olmamasının şehrin turizm potansiyelini engellediği belirtiliyor. Bu bağlamda yurt dışına doğrudan uçuşların sayısının artırılması hedefleniyor. Havayolu toplam yolcu trafiğinde İzmir'in önünde yer alan Ankara, İstanbul'un gerisinde

bulunuyor. Kentin turizmde hamle yapması için potansiyeli bulunan sağlık ve termal turizmine ağırlık verilmesi gerektiği belirtiliyor. Ankara'da Ayaş, Kızılcahamam, Beypazarı ve Haymana ilçelerinde zengin jeotermal kaynaklar bulunuyor. Kent, önemli devlet, özel ve üniversite hastanelerine de ev sahipliği yapıyor. Ankara'da öne çıkan sektör olan sağlık, Türkiye'deki önemli hastane, araştırma merkezi ve laboratuvarların gelişmesi ile paralel olarak gelişme gösteriyor. Ankara'nın termal kaynaklara sahip olmasının yanı sıra sahip olduğu zengin turizm çeşitliliği, hastanelerinin altyapı ve donanımlarının yüksek kalitesi, fiyat avantajları ve coğrafi konumu gibi özellikleri sağlık turizminin öne çıkmasını sağlıyor.

KAZAN'DAKİ LOJİSTİK ÜS KİLİT ROL OYNUYOR

Ankara coğrafi konumu itibarıyla hava yolu, demir yolu ve kara yollarının kesişim noktasında yer alıyor. Türkiye'deki tüm illere ulaşım imkânı bakımından ise optimuma yakın seviyeye sahip. Ulaşım kriteri maliyeti doğrudan etkilediği için lojistik faktör tüm ticari ve sosyal faaliyetlerde dikkate alınır. Bu nedenle Ankara'nın önemi bir kat daha artmaktadır. Bu açıdan Türkiye'nin ilk lojistik merkezi Ankara-Kazan'da uygulamaya geçirildi. 2004 yılında kurulan Ankara Lojistik Üssü, artan nüfus ve ihtiyaçla birlikte 700 bin metrekare alan üzerinde faaliyet gösteriyor. Genellikle yükleme, boşaltma, depolama ve paketleme işlemlerinin yapıldığı Ankara Lojistik Üssü şehir içi trafiğini rahatlatıyor. Şehrin uluslararası ticaretten daha fazla pay almasına da yardımcı olan Ankara Lojistik Üssü, markalaşmaya da olumlu etki ediyor.



ANKARA'NIN GÜÇLÜ YÖNLERİ

- Coğrafi avantajlarıyla lojistik merkez niteliği taşıyor.
- Önemli kamu kurum ve kuruluşlarına ev sahipliği yapıyor.
- Güçlü bir sanayi altyapısına sahip bulunuyor.
- Savunma sanayisi firmalarının üretim üssü niteliği taşıyor.
- Sağlık alanında güçlü tıp fakültelerine, hastanelere ve sağlık personeline sahip bulunuyor.
- Termal ve medikal sağlık turizminde güçlü.
- Ülkenin önemli üniversitelerine ev sahipliği yapıyor.



ANKARA'NIN ZAYIF YÖNLERİ

- Turizm konusundaki potansiyeli henüz değerlendirilemedi.
- Güçlü, bilinen ve etkili bir kent markası oluşturulamadı.
- Yurt dışındaki önemli merkezlere direkt uçuşlar yetersiz.
- Teşvik unsurlarının en alt düzeyde sunulduğu
1. Bölge'de yer alması nedeniyle yatırımlar komşu illere kayıyor.
- Trafik yoğunluğunun yanı sıra kentleşme sorunları bulunuyor.
- Uluslararası nitelikte fuar merkezi bulunmuyor.



ANKARA'NIN GEÇMİŞİ LONDRA'DAN DAHA ESKİ

Ankara'nın ilk yerleşim zamanı kesin olarak bilinmemekle birlikte şehrin çevresinde yapılan kazılar sonucunda tarihinin M.Ö. 3000'li yıllara dayandığı söylenebilir. Ankara'da yaşamış uygarlıklar sırayla Hititler, Frigyalılar, Lidyalılar, Persler, Makedonlar, Galatyalılar, Roma İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu olarak biliniyor. Ankara'nın geçmişi Londra, Paris, Madrid ve İstanbul'dan daha eskilere dayanıyor. Ankara'nın ilk adının "Ankyra" olarak verildiği ve zamanla "Angora" ve "Engürü" şeklinde değişerek son halini aldığı anlayışı yaygın.

Sanayide ‘temiz üretim’ daha çok önem kazanacak

İklim değişikliği ile mücadele ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılması ihtiyacı, küresel ticareti yeniden şekillendiriyor. Şirketler, sürdürülebilirlik adına temiz üretim ve teknolojileri kullandıkça ihracatlarını artırma fırsatı buluyor.

İklim değişikliği ile ortaya çıkan risklerin yönetilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması ihtiyacı, üretim süreçlerinde de önemli değişikliklere yol açıyor. Ekonominin aktörleri olan mal ve hizmet üreten şirketler ile tüketiciler de kurulan bu yeni dengenin asli unsurları oluyor. Sürdürülebilirliği sağlayacak olan yeni denge; üreticilerin ve tüketicilerin sorumlu olmasını da gerekli kılıyor. Bu bağlamda özellikle ihracatta üretilen mal ve hizmetlerin tüm süreçlerinin sürdürülebilirlik ile uyumlu olması koşulları aranıyor. Sürdürülebilirlik ihtiyacı bir yandan işletmeleri temiz

üretim sürecine yönlendirirken diğer yandan da temiz teknolojilerin gelişimine ve uygulanmasına da vesile oluyor.

Temiz üretim kavramı, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından “bütünsel ve önleyici bir çevre stratejisinin ürün ve süreçlere sürekli olarak uygulanması ile insanlar ve çevre üzerindeki risklerin azaltılması” olarak tanımlanıyor. Çevresel sorunlar ortaya çıktıktan sonra gidermeye çalışan “kirlilik kontrolü” yaklaşımlarının tersine, “temiz üretim” yaklaşımları çevresel konuların endüstriyel, kentsel ve tarımsal her türlü insani etkinliğin tasarımı aşamasında bir parametre olarak planlanma

süreçlerine dahil edilmesini gerektiriyor.

TEMİZ ÜRETİMİN KÜRESEL BİR NİTELİK KAZANMASI

Birleşmiş Milletler Çevre Programı-Teknoloji, Endüstri ve Ekonomi Bölümü (UNEP-DTIE) 1989’da Temiz Üretim Programı’nı başlatarak konu üzerinde bir bilinç yaratılması, kurumsal yapının oluşturulması ve faydalarının gösterilerek, sürdürülebilir kalkınma çabalarının yaygınlaştırılmasına yönelik ilk önemli adımı attı. O günden bu yana pek çok ülke, kurum, kuruluş tarafından benimsenen “temiz üretim” kavramı da küresel bir nitelik kazanmış oldu.



ŞİRKETLERİN TEMİZ ÜRETİM İÇİN KULLANACAĞI YÖNTEMLER

Temiz üretim uygulamaları bir ürünün yaşam döngüsünün pek çok aşamasına (ham madde temini, üretim, kullanım ve kullanım sonrası bertaraf) yönelik olarak gerçekleştiriliyor. Bu bağlamda temiz (sürdürülebilir) üretim uygulamaları pek çok uzmanlık alanı ve meslek grubunun takım çalışmasına gereksinim duyuyor. Birçok ilke, yaklaşım ve sistem, temiz üretim uygulamalarında kullanılan araç ve yöntemler olup, birbiriyle bağlantılı olarak kullanılıyor. İşletme verimliliğinin artırılmasına yönelik çevre yönetimi, atık denetleme, enerji denetleme, risk

denetleme, çevresel yasa yönetmeliklerle uyum değerlendirmesi, çevresel etki değerlendirme, teknoloji değerlendirme, kimyasal değerlendirme, çevre için satın alma ve çevresel performans değerlendirmesi, temiz üretimi destekleyen araç ve yöntemler olarak biliniyor.

ŞİRKETLER GİRİŞİMCİLİĞE VE YENİLİĞE AÇIK OLMALI

İklim değişikliği ve pandemi gibi konularda mücadele edilmesi ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılması için yeni ve temiz üretim teknolojilerinin yanında hizmet sayısının da hızla artması gerekiyor. Bu nedenle bu

alanda hem önemli çalışmalar yürütülüyor hem de bu çalışmaların finansmanı için önemli kaynaklar ayrılıyor.

Girişim kuluçkaları ve hızlandırıcıların bu noktada devreye girebileceği fikri giderek daha çok kabul görüyor. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) Teknoloji İcra Komitesi (TEC), GCF ve İklim Teknoloji Merkezi ve Ağı (CTCN) bu konuda ortak çalışmalarda bulunuyor. İklim değişikliği ile mücadele ve sürdürülebilirlik temelinde her geçen gün yeni teknoloji ve hizmetler geliştirilirken, uluslararası çapta takdir gören yeni girişimler de ortaya çıkıyor.

Girişimciliğin yeşil ekonominin finansmanında değerlendirilmesi özellikle şu açılardan önemli:

1. Yerel ve uluslararası finansmana erişimin ve kapsayıcılığın artırılması, erişimle ilgili masraf ve maliyetlerin düşürülebilmesi,
 2. Yerel tasarrufların artırılabilmesi ve bu sayede özellikle reel sektörde daha uzun vadeli, sürdürülebilirlik odaklı yatırımlara yeni finansman akışları yaratılabilmesi,
 3. Özellikle kırsal kesim ve ekosistemlerin reel ekonomi ve altyapı varlıklarına yönelik finansal koruma, risk yönetimi, risk transferi ve risk çeşitlendirmesi yöntem ve araçlarında ezber bozan yaklaşımlar geliştirilmesi,
 4. Finansal sistemde ve reel ekonomide daha anlamlı karar verme, mevzuat geliştirme ve risk yönetimi gerçekleştirebilmek için veri açığının ve paylaşım eksikliğinin giderilmesi,
 5. Sürdürülebilir kalkınma ve iklim değişikliği ile mücadelede finansal piyasaların etkinliğinin sağlanması için yeni alanlar yaratılması.
- Sürdürülebilirliğin ve yeşil ekonominin finansmanında bu kavramların ağırlığının artmış olduğu biliniyor. Yakın gelecekte de en öne çıkacak finansman enstrümanı ve yaklaşımlarının bu perspektifle hayata geçirileceği tahmin ediliyor.

TEMİZ TEKNOLOJİ FONU PROJELERİ TEŞVİK EDİYOR

Birleşmiş Milletler Çevre Programı kapsamında kurulan küresel iklim fonu, kaynaklarını konu bazı birçok alt fon aracılığı ile kullanıyor. Temiz teknoloji fonu da bu fonlardan biri. Fonun önemi ve işlevi de giderek artıyor.

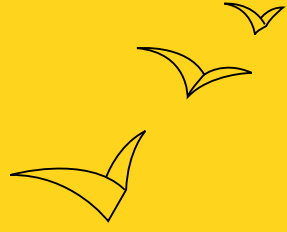
Temiz Teknoloji Fonu (CleanTechnologyFund-CTF) Programı, yenilenebilir enerji, enerji verimliliği ve sürdürülebilir ulaşım alanlarında düşük karbonlu teknolojileri kullanmayı teşvik eden projeleri destekliyor. Mesela Orman Yatırım Programı ormansızlaşmayı engelleme ve yeniden ormanlaştırma çalışmalarını destekliyor. İklim esnekliği (ekosistemin iklim değişikliğinin yaratmakta olduğu değişikliklere uyum sağlama kapasitesi) konusunda devam ettirilen pilot program ise gelişmekte olan ülkelerin kalkınma planlarına iklim esnekliğini entegre edebilmeleri için kamu ve özel sektöre ek kaynak sağlamak amacıyla kuruldu. En son program ise, gelişmekte olan ülkelere yenilenebilir enerji kullanım ölçeğini büyütürken toplulukların enerjiye ulaşımını artırmayı ve ekonomik olarak kalkınmasına yardımcı oluyor. CTF gibi fonlar sürdürülebilir yatırımlara doğrudan etkileriyle yeşil ve düşük karbonlu ekonominin gelişmesine destek olurken, aynı zamanda ülkeler tarafından da avantajlı görülüyor. Bu fonlar ülkelerin yeşil yapılanmaya geçmelerini hızlandırıyor. Sürdürülebilir finans enstrümanları ile sağlanan finansman kaynakları; hükümetler tarafından iklim dostu, yeşil yeni altyapıya geçiş için bir havuç olarak görülüyor ve bu destekle gelişme hızlandırılarak, teknoloji maliyetleri de düşürülüyor.

Kaynak: Tim-Türk İhraç Ürünleri Sürdürülebilirlik Kodu Raporu

TÜRK ŞİRKETLERİ, TEŞVİKLERLE TEMİZ ÜRETİM YAPIYOR

Türkiye'de çevre yönetimi, temiz üretim ve teknolojiler konusunda önemli devlet teşvikleri bulunuyor. TÜBİTAK, sanayiye temiz üretim konusunda Ar-Ge faaliyetleriyle büyük destek veriyor. Ticaret Bakanlığı, KOBİ'lerin modern ve sağlıklı ortamlarda verimli üretim yapmalarına olanak sağlanması ve çevre kirliliğinin kontrol altına alınması için krediler veriyor. Bu uygulamaya da Küçük Sanayi Sitesi (KSS) ve Organize Sanayi Bölgesi (OSB) kredileri deniyor. Hazine Müsteşarlığı da temiz üretim kapsamında şirketlere, yatırım indirimi, KDV istisnası gibi teşvikler sunuyor. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), KOBİ'lerin rekabet edebilirliklerini desteklemek amacıyla geliştirilen program ve projeler aracılığıyla bütçesinden geri ödemeli ve ödemesiz destek sağlıyor. Onlara temiz teknolojileri kullanarak ihracatı geliştirme ve bölgesel kalkınma gibi konularda destek veriyor.

Sekiz Yüldür Birlikte
Hep Daha İyiyse





Serhat Uzun, Ensar Güneşdoğdu, Serdar Gemici

Kronik hastaların günlük hayatlarını kolaylaştırıyorlar

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklediği mobil sağlık girişimi Albert Health, yapay zekâ tabanlı algoritmalarıyla kronik hastaların hayatına değer katıyor, gündelik hayatlarını kolaylaştırırken tedavilerinin doğru yönetilmesini sağlıyor.

Hastalar, Albert Health ile sadece konuşarak tedavileri ile ilgili günlük notlar tutabiliyor, ilaç hatırlatması kurabiliyor, sağlık ölçümlerini kaydedebiliyor ve tüm sağlık verilerini bir yakını veya doktoru ile paylaşabiliyorlar.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) iş birliğiyle hayata geçirilen TİM-TEB Girişim Evleri projesi, Türkiye'nin girişimcilik, teknoloji ve ihracat alanlarında gelişme mücadelesine katkı vermek amacıyla kuruldu. TİM-TEB Girişim Evleri, yeni kurulan girişimler için kuluçka merkezi olarak verdiği hizmetler yanında mevcut teknoloji firmalarının ihtiyaç duyduğu iş yönetimi hizmetlerini de sunuyor. Bu bağlamda Üç genç mühendis Serdar Gemici, Serhat Uzun ve Ensar Güneşdoğdu tarafından

2018'de kurulan mobil sağlık girişimi Albert Health'i, TİM-TEB Girişim Evi destekliyor.

Şirketin merkez ofisinin İngiltere'de yer alsa da operasyon çalışmalarını Türkiye'de Acıbadem Üniversitesi Kuluçka Merkezi'nde gerçekleştirdiklerini söyleyen Albert Health CEO'su Serdar Gemici, sağlık alanında ses teknolojileri ürettiklerini, mobil uygulama aracılığıyla kronik hastalara tedavilerini yönetmelerinde yardımcı olurken hastane içi çözümleri ile de sağlık personellerinin hayatlarını kolaylaştırdıklarını ifade ediyor.

HER HAFTA 2 BİN 500 KİŞİ KULLANIYOR

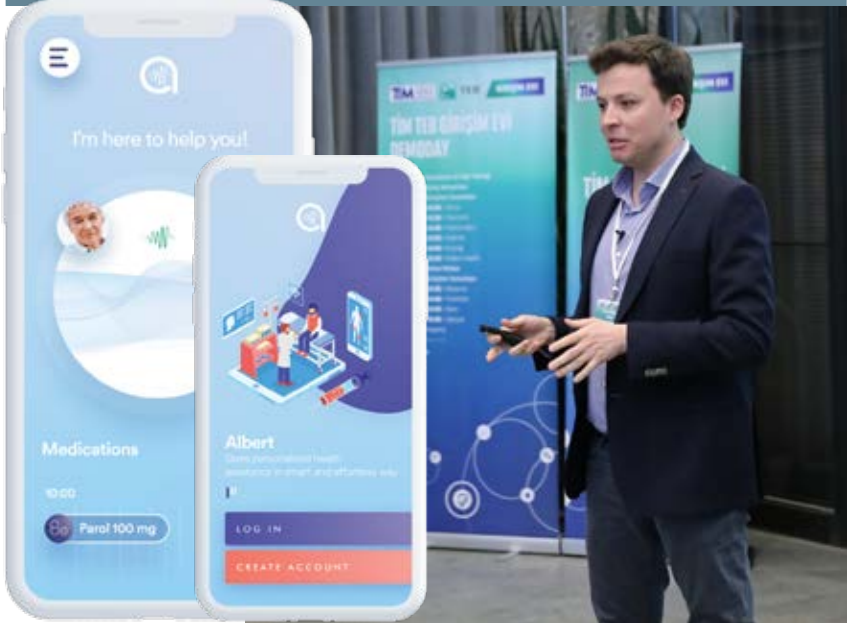
Gemici, yapay zeka tabanlı algoritmalarıyla kronik hastaların hayatına değer kattıklarını belirterek şunları kaydetti: “Albert, kronik hastaların ilaçlarını zamanında ve doğru dozda almasına yardımcı olan yapay zekâ tabanlı sesli sağlık asistanı. Hastalar, Albert ile sadece konuşarak tedavileri ile ilgili günlük notlar tutabiliyor, ilaç hatırlatması kurabiliyor, sağlık ölçümlerini kaydedebiliyor ve tüm sağlık verilerini bir yakını veya doktoru ile paylaşıyorlar. Doktorlar da hastaları ile mesajlaşabiliyor, onlara özel hasta yolculukları tanımlayıp sağlıklı yaşam önerilerini paylaşabiliyorlar. Koronavirüs döneminde de bir dijital sağlık uygulaması olarak sorumluluğumuzun gerekliliğini yerine getirdik. Bu dönemde geliştirdiğimiz el yıkama hatırlatmaları, farkındalık artırıcı içerikler bizi uygulama marketlerinde öne çıkardı. Hastanelere ve muayenehanelere gidemeyen kişilere doktorlarla görüntülü görüşme imkânı sunan tele sağlık modülümüzü piyasaya sürdük. Bunlar çerçevesinde kullanıcı sayımız büyük bir artış gösterdi. 2019 yılında uygulama marketlerinde yerini alan Albert, 9 binden fazla kişinin hayatına dokundu. Her hafta 2 bin 500’den fazla kullanıcılarımız düzenli olarak Albert ile tedavisini yönetiyor. Google Play Store ve App Store’a “Albert” yazarak uygulamamızı ücretsiz olarak indirebilirsiniz.”

“TİM-TEB GİRİŞİM EVİ’NİN DESTEĞİNİ PEK ÇOK KONUDA GÖRDÜK”

Gemici, TİM-TEB Girişim Evi ile yollarının kesişmesini ise şöyle anlatıyor: “En başından beri bizlerden daha tecrübeli ve start-up ekosistemini iyi tanıyan kişilerden geri bildirimler alıyorduk. Bu konuşmalarda birçok kişiden TİM-TEB Girişim Evi hakkında olumlu yorumlar duyduk ve bize büyük katkısı olacağını düşünerek başvurduk. Gerçekten de süreç içerisinde birçok yardım aldık. Bazılarını sıralamam gerekirse; bire bir mentorluk, sosyal medya tanıtım desteği, Demo Day aracılığıyla yatırımcılarla buluşturma,

PARİS’TEN 150 BİN DOLARLIK YATIRIM ALDILAR

Albert Health’in aldığı yatırımlardan da bahseden Gemici, 2018 yılında global hızlandırıcı Techstars’ın Paris programına kabul aldıklarını, mentorluk odaklı olan bu üç aylık programın, şirketlerine global vizyon kazandırması açısından oldukça yararlı olduğunu ifade etti. Gemici, “Bu süreçte projemiz Fransa devleti tarafından Avrupa toplumuna ve ekonomisine katkı sağlayacak proje seçildi ve kurucu ortaklara dört yıllık yetenek pasaportu verildi. Bu bize Avrupa’da dört yıllık çalışma ve oturma izni sağladı. Ayrıca toplamda 150 bin dolarlık bir yatırım aldık. Bir Techstars şirketi olmanın şirketimize farklı faydaları da oldu. Techstars’ın global partneri olan Google, Amazon ve SendGrid gibi şirketlerden toplamda 2 milyon dolarlık kredi hakkı kazandık” dedi.



“TİM-TEB Girişim Evi bünyesine katılmamızın üzerinden bir yıl geçmesine rağmen hâlâ danışmak istediğimizde bizi dinleyip çözüm üreten, yatırımcılarla tanıştıran ve destek olan bir partnere sahip olmaktan dolayı çok mutluyuz.”

yine ihtiyaçlarımız çerçevesinde potansiyel müşteri ve yatırımcılarla buluşturma ve belki de en önemlisi Growth Circuit aracılığıyla beş haftalık Draper University programına sponsor olunması. Özellikle Silikon Vadisi’ni tanımamız ve orada yaptığımız yatırımcı görüşmeleri bizlerin gelişiminde çok etkili oldu. TİM-TEB Girişim Evi bünyesine katılmamızın üzerinden bir yıl geçmesine rağmen hâlâ danışmak istediğimizde bizi dinleyip çözüm üreten, yatırımcılarla tanıştıran ve destek olan bir partnere sahip olmaktan dolayı çok mutluyuz.”



Video konferanslar salgınla daha da yaygınlaşacak

Salgına karşı çalışanlarının sağlığını korumayı amaçlayan pek çok şirket, uzaktan çalışma modeline geçiş yaptı. Bu değişim, iş toplantıları için kullanılan Google, Microsoft ve Zoom'un uygulamalarının bulunduğu video konferans platformlarına olan talebi artırdı.



100 MİLYON

Video konferans uygulamalarının
Mart ve Nisan'da indirilme sayısı

Dünyada ve Türkiye'de koronavirüs salgınına karşı tedbirler her geçen gün sıklaştırılıyor. Eğitime, sanata ve spor müsabakalarına ara verildi. Ortak kullanım alanlarına getirilen kısıtlamalar ve hafta sonları için getirilen sokağa çıkma yasağı uygulamaları sonrasında birçok işyeri de çalışanlarının sağlığını korumak için 'uzaktan çalışma' modeline geçti. Sosyal izolasyonun hayati öneme sahip olduğu bugünlerde birçok şirket, çalışanlarının uzaktan çalışmasına izin verirken, iş takibi ve kontrolü için farklı araçlar kullanılıyor. Bunların başında da

video konferans uygulamaları geliyor. Sadece aynı işyerinde çalışan insanlar değil, ithalat-ihracat yapan birçok şirket, Google, Microsoft ve Zoom'un uygulamalarını kullanarak yurt dışındaki bağlantılarıyla görüşmelerini yapıyor.

EN ÇOK ZOOM İNDİRİLDİ

"App Annie" araştırma şirketinin yayınladığı rapora göre iOS, Android ve Windows platformlarında iş ve sosyal amaçlı video konferans uygulamalarının indirme sayıları Mart ve Nisan aylarında rekor düzeye ulaştı. Aralarında Google'ın "Hangouts Meet", Microsoft'un "Teams",

Skype ve Zoom'un "Cloud Meetings" uygulamalarının bulunduğu video konferans platformları, sosyal izolasyon tedbirlerinin yoğunlaştığı bu aylarda App Store ve Google Play platformlarından 100 milyondan fazla indirilmiş durumda. İndirilme oranları Ocak ve Şubat aylarına göre yüzde 50 artarken, 2019 haftalık ortalamasının ise yüzde 90 üzerine çıktı.

Uygulamalar arasında Zoom Cloud Meetings, diğerlerinden açık ara farkla "en fazla indirilen uygulama" oldu. Zoom, 2019 son çeyreğindeki indirilme ortalamasından ABD'de 14 kat, İngiltere'de 20 kat, Fransa'da 22 kat, Almanya'da 17 kat, İspanya'da 27 kat ve İtalya'da 55 kat fazla indirildi. Aynı anda 99 kişi ile video konferans yapma imkânı sağlayan Zoom'un piyasa değeri 42 milyar dolara yükseldi. Zoom'un kurucusu Eric Yuan'ın kişisel serveti, sahip olduğu hisseler nedeniyle yılın ilk üç ayında 4 milyar dolar arttı.

Merkezi ABD'nin San Francisco kentinde bulunan "Life On Air" yazılım şirketinin geliştirdiği sosyal video uygulaması "Houseparty" de karantina günlerinde, Avrupa'daki iş insanları tarafından ülkelerinde tercih edilen bir uygulama olarak dikkati çekiyor. Video konferans bağlantılarını sosyal etkileşim işlevleriyle destekleyen uygulama, acil karantina tedbirlerinin alındığı İtalya ve İspanya'da büyük rağbet görüyor. Uygulama, 14-21 Mart arası 2019 son çeyreğindeki indirilme ortalamasından İtalya'da 423 kat, İspanya'da ise 2 bin 360 kat fazla indirilmişti.

EVDEN ÇALIŞMA, ŞİRKETE OLAN BAĞLILIĞI ARTIRDI

Birçok işyerinin evden çalışmaya başlaması üzerine Kariyer.net, "HR Pulse" serisi kapsamında Curiosity ile yaptığı "Koronavirüs ve İş Hayatı" araştırmasının sonuçlarını açıkladı. Araştırmada ortaya çıkan çarpıcı sonuçlardan biri, çalışanların şirketlerine olan bağlılık seviyesi oldu. Araştırmaya katılan çalışanların yüzde 41'i bu süreçte şirketlerine olan bağlılıklarının arttığını söylerken, bağlılığının azaldığını söyleyenlerin oranı yüzde 30 olarak gerçekleşti.

TİM, SÜRECİ VIDEO KONFERANSLARLA YÜRÜTÜYOR

61 ihracatçı birliği ve 27 sektörü ile 90 bini aşkın ihracatçının Türkiye'de tek çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) de, "evde kal" kampanyasına destek veren kuruluşlar arasında bulunuyor. Bir süredir, sınırlı sayıda personel ile çalışmalarını yürüten TİM, çalışanlarının sağlığı için tüm önlemlerini almış durumda. TİM Başkanı İsmail Gülle online toplantıları en sık kullanan yöneticiler arasında bulunuyor. Başkan Gülle, Mart ayından itibaren ilgili bakanlıklar ve birlikler ile olan iş birliği süreçlerini düzenlediği video konferanslarla yürütüyor.



Araştırma şu ana kadar Türkiye'de iş yerlerinin yüzde 64 gibi büyük bir kısmının evden çalışma yöntemine geçtiğini ortaya koydu. Şirketlerin yüzde 70'inin alt yapısının salgın öncesinde de uzaktan çalışma sistemine uygun olmasına rağmen, sadece yüzde 24'ünün bu modeli salgından önce uygulamış olması dikkat çekti. Böylece nispeten daha uzun bir sürede gerçekleşmesi planlanan dijital dönüşüm sürecinin, salgınla beraber hızlanmış olduğu ortaya çıktı.

EVDEN ÇALIŞMA KALICI OLMALI

Çalışanların yüzde 47'si uzaktan çalışma sisteminin salgın sonrasında da kalıcı hale getirilmesini istediğini belirtirken, yüzde 27'sinin bu konuda kararsız olduğu görüldü. Cevaplar, salgın sebebiyle değişmeye başlayan iş yapış şekillerinin, salgın sonrasında da hayatımızda olacağını ortaya koyuyor. Evden çalışma yönteminin salgın sonrası bile yaygınlaşmasıyla iş toplantılarının, etkinliklerin video konferans yöntemiyle yapılacağını söylemek yanlış olmaz.

Sosyal izolasyonun hayati öneme sahip olduğu bugünlerde birçok şirket, çalışanlarının uzaktan çalışmasına izin verirken, iş takibi ve kontrolü için farklı araçlar kullanılıyor. Bunların başında da video konferans uygulamaları geliyor.

Brango'dan Sudan'a 300 bin dolarlık çelik kapı

Koronavirüs salgını nedeniyle dünya genelinde ticarete büyük aksamalar yaşanırken e-ihracat, üreticiler için çıkış kapısı olmaya devam ediyor. Kayseri'de bir çelik kapı üreticisi olan Brango, e-ihracat platformu TurkishExporter üzerinden Sudan'a 300 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

Çelik kapı üretiminin Türkiye'deki merkezi olarak adlandırılan Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren çelik kapı üreticisi Brango, Mart ayında Sudan'a 300 bin dolarlık çelik kapı ihracatı gerçekleştirdi. Salgın nedeniyle ticarete durgunluğun görüldüğü bir

dönemde e-ihracatın dış ticarete büyük katkı sağlayabileceğini belirten Brango Ltd. Şti. İhracat Müdürü Nurhan İçden, "TÜİK verilerine göre 2019 yılı genelinde Türkiye'den Sudan'a 1 milyon 230 bin dolarlık demir-çelik kapı ve pencere ihracatı yapıldı. Biz ise e-ihracat

platformu TurkishExporter üzerinden tek seferde 300 bin dolarlık çelik kapı siparişi olarak süreci olgunlaştırdık ve sonuca ulaştık" ifadelerini kullandı.

"E-İHRACAT, KOBİ'LERİ BÜYÜK ŞİRKETLERLE REKABETE SOKUYOR"

E-ihracatın şirketlerin ihracat departmanlarında büyük bir emek, zaman ve maliyet tasarrufu sağladığını söyleyen Nurhan İçden, "Dünyanın birçok noktasına farklı kanallarla ihracat gerçekleştiriyoruz. İhracat yaparken birçok pazar araştırması yapıyoruz. Aynı zamanda birçok operasyonel yükü karşılıyoruz. E-ihracat platformlarında ise direkt ilgililerle muhatap oluyorsunuz ve kaynaklarınızı daha verimli kullanıyorsunuz. Sudan gibi potansiyel ihracat bölgelerimiz arasında yer almayan bir ülkeye internet üzerinden satış yapabilmek bizim için oldukça büyük bir atılım" dedi.



53'TEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Alüminyum profil ve kompozit panel üreticisi olan Akpa Alüminyum 53'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirerek, Türkiye'nin ihracat ihtiyacının karşılanmasında önemli role sahip bir şirket.

Türkiye'nin en çok ihracat yapan ilk 1000 kuruluşu ve en büyük 500 sanayi kuruluşu arasında yer alan Akpa Alüminyum, ekibi ile yeni ürünler geliştirmek için var gücüyle çalışıyor. Alüminyum metalinin Dünya'daki geleceğine inandıklarını dile getiren Akpa Alüminyum Satış Direktörü Turgut Çalışkan; daha da büyüyecek, gelişecek ve geliştirecek bir sektörün önemli bir parçası olduklarını belirtti. Türkiye'de alüminyum ekstrüzyon sektörünün güçlü bir şekilde büyümesi için öncelikle insana yatırımı ve alüminyum metaline olan inancın güçlendirilmesi gerektiğine dikkat çeken Çalışkan "Kurumsallığa



ve profesyonelliğe dayalı olmayan bir işin geleceğe taşınması mümkün değildir" dedi.

"BÜYÜME İVEMİZ 2020'DE DE DEVAM EDECEK"

Akpa Alüminyum olarak alüminyum sektöründe büyüme ivmesinin 2020'de de devam edeceğini dile getiren Çalışkan; yurt içi satışlarının arttığını; yurt dışında da yeni ülkelere ihracat yapmaya başladıklarını söyledi. Çalışkan; sektörde büyüme nedeni olarak yapı sektörü için yaptıkları yeni ürünlerin uygulayıcı ve kullanıcı tarafından tam not aldığını vurguladı.

KARDEMİR, virüse rağmen üretimini sürdürüyor

Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Yolbulan, fabrikanın tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını sürecindeki zorluğu deneyimleri sayesinde atlatacağını ve 2023 ihracat hedeflerine ulaşmak için üretmeye devam edeceklerini açıkladı.

Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları (KARDEMİR) Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Yolbulan yaptığı açıklamada salgına karşı tüm önlemleri uyguladıklarını belirterek, Sağlık Bakanlığı'nın aldığı kararlar doğrultusunda "Sorun küresel, mücadele ulusal, tedbir bireysel" prensibi ile hareket ettiklerini vurguladı.

"VİRÜSE KARŞI ÖNLEM ALAN İLK ŞİRKETİZ"

Yolbulan, salgının tüm kenti ve ülkeyi yakından ilgilendirdiğinin bilincinde olduklarını kaydederek şu ifadeleri kullandı: "Şirketin tüm kademelerinde



yapılan çalışmalarını yakinen takip ettik ve kararların hızlı bir şekilde alınmasını sağladık. Türkiye'nin kalkınmasında ve büyümesinde 83 yıldır büyük görevler üstlenen şirketimiz, yine aynı bilinçle bu mücadele içinde yerini alıyor. 2023 hedeflerine ulaşmak için üretmeye devam edeceğiz. Salgının dünyaya yayılmaya başladığı ilk günden itibaren tedbirlerin devamlı olmasını sağladık. Tüm bu tedbirlerin sadece şirket bünyemizde kalması değil, herkes tarafından örnek alınması en büyük dileğim. Zira bu zor günlerde virüsün yayılmasına karşı önlem alan kentimizde ilk şirket olmanın gururunu yaşıyoruz."

Salgın Türkiye'nin mobilya ihracatına katkı sağlayabilir

Koronavirüs dünya genelinde Çin ve İtalya başta olmak üzere mobilya devlerinin üretim faaliyetlerini yavaşlattı. Küresel taleplerin son yıllarda hızla yükselen Türk mobilya sektörüne kayarak 1 milyar dolarlık ek ihracat geliri oluşturması bekleniyor.

Koronavirüs salgını, özellikle ortaya çıktığı Çin başta olmak üzere dünyanın en büyük mobilya üreticileri arasında yer alan İtalya, Almanya ve ABD'nin üretimlerini büyük ölçüde yavaşlattı. İş gücü maliyetinden tasarruf etmek amacıyla üretim tesislerini Çin'de bulduran pek çok mobilya üreticisinin üretimleri de aksadı. Bu tablo karşısında Türkiye, dünya mobilya sektörünün yöneldiği ülkeler arasında ilk sırada yer alıyor.

ÜRETİM MERKEZLERİ ASYA'DAN YAKIN DOĞUYA KAYIYOR

Özellikle ucuz iş gücü için üretim faaliyetlerini Çin'de gerçekleştiren

mobilya üreticilerinin büyük bir kayıpla karşı karşıya kaldıklarının altını çizen Asortie Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı Murat Erat, "Salgının Çin'de başlamasının ardından üretim tesisleri orada olan mobilya üreticileri gerek ham madde temini gerekse üretim açısından durma noktasına geldi. Bu tablo, dünyanın mobilya devleri olarak sayılan Çin, İtalya, Almanya ve ABD'deki üreticilerin, üretim merkezlerini yakın doğuya taşımaya yönelik hareketlenmelere neden olacak. Bu durum karşısında Türkiye, dünya devlerinin yeni hedefi olmaya en kuvvetli aday" şeklinde konuştu.



“Çin ile ilk kapişma alanımız Avrupa pazarı olacak”

Dünya ticaretindeki duraksamadan ciddi şekilde etkilenen makine sektörünün ilk üç aydaki toplam ihracatı 4,3 milyar dolar olurken, bir önceki yılın ilk çeyreğine göre ihracat artışı yüzde 0,4 seviyesinde kaldı.

Koronavirüs salgınının küresel ticaret üzerindeki olumsuz etkisi nedeniyle, yılın ilk çeyreğinde makine ihracatı 4,3 milyar dolarda kalırken, ihracat artış oranı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre gerileyerek yüzde 0,4 oldu. Sektörde faaliyet gösteren firmaların yüzde 80'inin Mart ayında sipariş kaybı yaşadığını, yüzde 50'sinin ise hiç sipariş alamadığını vurgulayan Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu, “İhracat rakamlarımıza hızla yansiyacak bu kaybı yılın ikinci yarısında telafi edebilmemiz için, kamu planlarında odak ve pilot sektör olarak seçilen makine sanayisinin mutlaka mücbir sebep kapsamına alınması gerekiyor. Çin ve Almanya, iki küresel güç olarak 2030 stratejilerine bağlı kaldılar ve normalleşme sürecinde asıl rekabet alanı olacak makine sektörlerine destek verdiler. Pandeminin kontrol altına alınmasıyla birlikte hızla sertleşecek küresel rekabette güçlü kalabilmemiz, firmalarımızın likidite ve kadrolarını korumalarıyla mümkün olabilir. Çin ile ilk kapişma alanımız Avrupa pazarı olacak” dedi.



ÇİMENTO İHRACATI İLK ÇEYREKTE YÜZDE 54 ARTTI

Türk çimento sektörünün uluslararası temsilcisi Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB), 2020'nin ilk üç ayında çimento ihracatının yüzde 54 arttığını açıkladı. TÇMB, sektörde 2019 yılında yaşanan daraldan sonra üretimin, 2020'nin ilk ayında bir önceki yılın aynı ayına oranla yüzde 31 artış gösterdiğini, iç satışların ise yüzde 16,8 arttığını bildirdi.

Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) Türk çimento sektörünün 2020 Mart ayı ihracat verileri ile 2020 Ocak ayı üretim ve satış rakamlarını açıkladı. Avrupa'nın birinci, dünyanın altıncı büyük üreticisi konumunda olan Türk çimento sektörünün üretimi Ocak ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 31'lik artışla 3,6 milyon tona çıktı. Yılın ilk ayında çimento sektörünün iç satışları ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16,8'lik

artışla 2,5 milyon tona yükseldi. Sektörün toplam ihracatı ise yılın ilk üç ayında miktar olarak yüzde 54 oranında artarken, ihracat geliri yüzde 33 artışla 276 milyon dolar oldu. Yine aynı dönemde çimento ihracatı yüzde 57,1 artarak 3,8 milyon ton, klinker ihracatı ise yüzde 51 artarak 4,2 milyon ton olarak gerçekleşti. Çimento ve klinker ihracatı miktar bazında en çok ihracat yapılan ilk iki ülke ise ABD ve Gana oldu.



Kimya sektörü en çok ihracatı Hollanda'ya yaptı

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) verilerine göre, kimya sektörü ihracatı 2020 yılı Mart ayında 1 milyar 557 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektör ihracatı geçen senenin Mart ayına göre yüzde 15,6 azalırken, bu yıl Şubat ayına göre yüzde 3 arttı. Sektörün üç aylık ihracatı ise 4 milyar 771 milyona ulaştı.

Kimya sektörünün Mart ayı ihracat rakamları açıklandı. Sektör ihracatı 2020 yılı Mart ayında 1 milyar 557 milyon dolar olarak gerçekleşirken en çok ihracat yapılan ülke 104 milyon 999 bin dolar ile Hollanda oldu. İhracat rakamlarını değerlendiren İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, "Tüm dünyanın yaşadığı koronavirüs salgınının etkisini kimya sektörümüzde de görüyoruz. Tüm olumsuzluklara rağmen ihracatımızı durdurmuyoruz ve Ticaret Bakanlığımızın önerileri doğrultusunda farklı lojistik kanallarımızı kullanmaya çalışıyoruz. Özellikle bu süreçte demir yolu, hava kargo taşımacılığı ve deniz yolu daha fazla öne çıkıyor. Kara yollarında ise temassız ticaret yapıyor. İKMİB olarak elimizi taşım altına koyduk ve çatı kuruluşumuz Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin başlattığı üretim seferberliği kapsamında 100 bin litre dezenfektanı TİM adına Sağlık Bakanlığımıza, hastanelerimize ve Türk Kızılayı'na teslim ettik" dedi.



Mücevher ihracatında sert düşüş

Mücevher İhracatçıları Birliği, Mart ayı ihracat rakamlarını açıkladı. Mücevher ihracatı yüzde 46 düşüşle 344 milyon dolar olurken, yılın ilk üç ayındaki kümüle ihracat miktarı da yüzde 5 gerileyerek 1 milyar 565 milyon dolar oldu.

Mücevher İhracatçıları Birliği tarafından açıklanan verilere göre Mart ayında en çok ihracat 109 milyon dolarla İngiltere'ye gerçekleşti. Mart ayında en çok altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası ihraç edildi. Mücevher İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Kamar, Mart ayı ihracat rakamlarını açıklayarak koronavirüs salgınının mücevher ihracatına olan yansımaları değerlendirdi. Kamar, "Mücevher sektörü, çok çabuk pazar kaybı yaşayabileceğinin ya da rekabetin

çok üst seviyede olduğu bir sektör. Bugünlere birçok ülkeyi ziyaret edip ikili ilişkileri sıkı hale getirerek ve çok emek harcayarak geldik. Sahip olduğumuz konumu korumak, böylesi zor günlerde ülkemizin geleceği adına ayakta kalabilmek için hükümetimize sonsuz derecede güveniyoruz. Dünya mücevher sektöründe söz sahibi beş ülkeden biri olan ülkemizin bu konumunu koruması için hükümetimizle birlikte el ele vererek çalışmaya hazırız" dedi.



'Ağızları tatlandıran ihracat'tan döviz getirisi

Türkiye'den yılın ilk çeyreğinde 10 milyon 967 bin dolarlık reçel, jöle ve marmelat ihracatı yapıldı. İhracatın 3'te 1'i Suudi Arabistan ve Irak'a yapıldı. Sektörden Suudi Arabistan'a 1,84 milyon, Irak'a ise 1,74 milyon dolarlık ürün gönderildi.

Uludağ İhracatçı Birlikleri'nden yapılan açıklamaya göre; sektördeki firmalar, ilk çeyrekte en fazla dış satımı Suudi Arabistan'a yaptı. Ocak-Mart döneminde Suudi Arabistan'a yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,54 artarak 1 milyon 814 bin dolardan 1 milyon 842 bin dolara yükseldi. Sektör temsilcileri, Suudi Arabistan'ın ardından en fazla ihracatı Irak'a gerçekleştirdi. Geçen yılın ilk üç ayında 1 milyon 366 bin dolarlık ürün gönderilen Irak'a yapılan dış satım yüzde 29 artarak 1 milyon 765 bin dolar oldu. Suudi Arabistan ve Irak'a yapılan dış

satım, toplam ihracatın yüzde 33'ünü oluşturdu. Türkiye'den yılın ilk üç ayında gerçekleştirilen reçel, jöle ve marmelat ihracatından sağlanan gelir ise toplamda 10 milyon 967 bin doları buldu. Sektörün önemli pazarlarından

Almanya'ya yapılan ihracat yüzde 13'lük artışla 785 bin dolardan 891 bin dolara yükseldi. Geçen yılın aynı döneminde 569 bin dolarlık dış satım gerçekleştirilen ABD'ye yapılan ihracat da yüzde 34 artarak 765 bin dolar oldu.



İhracatı katma değerli hale getirecekler

Ege Maden İhracatçıları Birliği tarafından bu yıl ilk kez düzenlenecek "Doğal Taş Proje ve Tasarım Yarışması" öğrenci ve profesyonellere açık olacak. Taşa sanat katacak, ihracatı daha katma değerli hale getirecek yarışmaya başvurular 15 Haziran'a kadar yapılabilir.

Ege Maden İhracatçıları Birliği tarafından ilk kez düzenlenecek 'Doğal Taş Proje ve Tasarım Yarışması'na; üniversitelerin mimarlık, mühendislik, güzel sanatlar ve tasarım fakültelerinin lisans veya yüksek lisans bölümlerinde okuyan öğrencilerin yanı sıra bu bölümlerin lisans ve yüksek lisans programlarından mezun öğrenciler tasarımlarıyla katılabilecek.

Yarışmada mermer artıklarının değerlendirilmesi ve ekonomiye kazandırılmasına ilişkin tasarım projeleri, dış mekan projeleri, iç mekan mobilya, aksesuar ve uygulamaları projeleri olmak üzere üç konu başlığında tasarımlar kabul edilecek.

Doğal Taş Proje ve Tasarım Yarışması'nda profesyonel ve öğrenci kategorilerinde toplamda 10 proje seçilecek ve her bir proje için 10 bin TL ödül verilecek. Sponsor firma ve

jürinin uygun görmesi durumunda finale kalan projeler arasından seçilen bir ürün üretilip tasarımcının ticari

hakları korunarak satışa sunulacak. Başvurular 15 Haziran'a kadar birliğin internet sitesinden yapılabilir.



Kuru kayısı ihracatının yüzde 40'ı Ege'den

1 Ağustos 2019'dan 30 Mart 2020'ye kadar olan dönemde Türkiye'den yapılan 76 bin tonluk kuru kayısı ihracatında 197 milyon dolar gelir elde edildi.

Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Birol Celep, koronavirüs salgınıyla beraber başışıklığı güçlendiren kuru meyvelere talebin arttığını söyledi. Celep "Türkiye'de 2019 Mart ayında 77 milyon dolar olan kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir ihracatı bu sene Mart'ta yüzde 16 artarak 90 milyon dolara yükseldi. Sezonun başladığı günden bugüne kadar ise kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incirden 723 milyon dolar gelir elde edildi. Özellikle yüksek besin değerleriyle kuru kayısı, koronavirüse karşı başışıklık sistemini güçlendiren besleyici gıdalar arasında yer alıyor. A, B, C, E ve K vitaminleri bakımından zengin olmasının yanı sıra aynı zamanda demir, potasyum, kalsiyum, fosfor, magnezyum ve lif deposu. İçerdiği beta karoten miktarıyla da kuvvetli antioksidan etkiye sahip" dedi.

edildiğini söyleyen Celep, "Geçen sezona baktığımızda Türkiye genelinde kuru kayısı ihracatının yüzde 4 artarak 189 milyon dolardan 197 milyon dolara yükseldiğini görüyoruz. Kuru kayısı

ihracatının en fazla gerçekleştiği Ege Bölgesi'nde ise 26 bin ton kuru kayısı ihraç edilerek sekiz aylık dönemde 78 milyon dolarlık döviz girdisi sağlandı" dedi.



SALGINLA BERABER

KURU MEYVEYE TALEP ARTTI

Türkiye'de sezonun başladığı 1 Ağustos 2019'dan 30 Mart 2020'ye kadar olan dönemde 76 bin ton kuru kayısı ihraç

SALGINA RAĞMEN İHRACATTA ARTIŞ OLDU

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Hayri Uğur, tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını nedeniyle tedarik zincirinde yaşanan kırılmalara rağmen Mart ayında 913 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı.

Küresel salgın nedeniyle Türkiye'nin Mart ayı ihracatının yüzde 17,81 düşüşle 13,43 milyar dolar olarak gerçekleştiğini belirten Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Hayri Uğur, aynı dönemde AKİB'in 912 milyon 731 bin dolar dış satım yaptığını açıkladı. AKİB bölgesindeki ihracat daralmasının, salgınla birlikte Irak ve İran sınır kapılarının kapanmasından

ve salgının merkezi haline gelen Avrupa ülkelerinin sipariş iptallerinden kaynaklandığını belirten Hayri Uğur, "AKİB olarak 2020 yılı ilk çeyreğinde ihracatımız 3 milyar 116 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. Son 12 aylık dönemi bir önceki yılın aynı dönemine göre kıyasladığımızda ihracatımız 1 puanlık yükselişle 13 milyar 75 milyon dolar oldu" diye konuştu.



Çay ihracatı yüzde 51 arttı

Türkiye'den yılın ilk çeyreğinde 75 ülkeye yapılan çay ihracatı, geçen senenin aynı dönemine göre yüzde 51 artarak 3 milyon 875 bin 510 dolara ulaştı.

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği'nden (DKİB) yapılan açıklamaya göre, Türkiye'den yılın ilk çeyreğinde 75 ülkeye bin 47 tonluk çay ihraç edilerek, 3 milyon 875 bin 510 dolar gelir sağlandı. Geçen yılın aynı döneminde 880 ton çay ihracatından 2 milyon 573 bin 794 dolar kazanç elde edilmişti. Böylece Türkiye'den yapılan çay ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre miktarda yüzde 19, değerinde yüzde 51 arttı. Çay ihracatının yaklaşık yüzde 60'ı Rize'den gerçekleştiriliyor.

EN FAZLA İHRACAT BELÇİKA'YA

Türkiye'den bu dönemde yapılan çay ihracatında 1 milyon 471 bin 123 dolarla Belçika ilk sırada yer aldı. Bu ülkeyi 504 bin 417 dolarla Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, 422 bin 793 dolarla Almanya takip etti. Çay ihracatında 2 milyon 285 bin 621 dolarlık pay ile Rize ilk sırada yer alırken, onu 573 bin 836 dolarla İstanbul, 231 bin 398 dolarla Ankara izledi.



ÇİN'E HAZIR GİYİM İHRACATINDA ARTIŞ

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ilk çeyrek ihracatı koronavirüs salgını nedeniyle geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6,10'luk azalışla 4 milyar 501 milyon 394 bin dolardan 4 milyar 226 milyon 614 bin dolara geriledi. Yılın ilk üç ayında 207 ülke, özerk bölge ile serbest bölgeye ihracat yapan sektör, en fazla dış satımını Avrupa ülkelerine gerçekleştirdi. Sektörün sadece Almanya, İspanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa'ya yaptığı dış satım, toplam ihracatın yüzde 51'ini oluşturdu.

ÇİN'E İHRACAT YÜZDE 143 ARTTI

Bu dönemde sektörün oran olarak en fazla ihracat artışı sağladığı ülke ise Çin oldu. Geçen yılın ilk üç ayında 19 milyon 418 bin dolarlık ürün gönderilen Çin'e dış satım

bu yılın aynı döneminde yüzde 143 artışla 47 milyon 208 bin dolar olarak kayıtlara geçti. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, ürün grubu bazında bakıldığında en fazla kadın giyim ürünü ihraç etti. İhracatçıların

ilk çeyrekte sattığı 2 milyar 221 milyon 868 bin dolarlık kadın giyim ürünü toplam ihracatın yüzde 52'sini oluşturdu. Sektör ilk çeyrekte erkek giyim ürünü ihracatından da 878 milyon 854 bin dolar gelir elde etti.



2,9 milyar dolarlık binek otomobil ihracatı

Koronavirüs salgını nedeniyle Türkiye'nin ilk çeyrek binek otomobil satış rakamlarında yüzde 1,15 azalış olsa da bazı ülkelere ihracatta ciddi artış görüldü.

Türkiye'den bu yılın Ocak-Mart döneminde 2,9 milyar dolarlık binek otomobil ihracatı gerçekleştirildi. Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği verilerine göre, otomotiv endüstrisi 2020'nin ilk çeyreğinde 7 milyar dolarlık dış satıma imza attı. Otomotiv sektörünün alt gruplarına bakıldığında, binek otomobil dış satımında koronavirüs salgını nedeniyle geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 1,15 gerileme görüldü. Geçen yılın ilk çeyreğinde 2 milyar 939 milyon 882 bin dolar olarak gerçekleşen binek otomobil ihracatı, 2 milyar 906 milyon 162 bin dolara geriledi. Binek otomobil ihracatı, otomotiv sektörünün toplam dış satımının yüzde 41,5'ini oluşturdu.

EN FAZLA İHRACAT FRANSA'YA Sektör, Ocak-Mart döneminde en fazla binek otomobil ihracatını Fransa'ya yaptı. Bu ülkeye dış satım yaklaşık yüzde 4 artışla 396 milyon 613 bin

dolardan 412 milyon 213 bin dolara çıktı. İkinci sıradaki İngiltere'ye dış satım yüzde 9,3 artışla 269 milyon 600 bin dolardan 294 milyon 673 bin dolara yükseldi.



AHBİB'den 107 milyon dolarlık rekor ihracat

Koronavirüs salgınının dış ticaret üzerindeki etkilerine rağmen Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19 ihracat artışı sağladıklarını ifade eden AHBİB Başkanı Hüseyin Arslan, 107,31 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı.

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (AHBİB) Mart ayı verilerini

açıkladı. Buna göre; Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19 artış sağlandı ve 107,31 milyon dolar

ihracat gerçekleştirildi. Koronavirüs salgını nedeniyle insanların hububat ve bakliyat başta olmak üzere temel gıda ihtiyaçlarının karşılanmasının hayati önemde olduğunu belirten AHBİB Başkanı Hüseyin Arslan, Türkiye'nin bu anlamda dünyanın şanslı ülkelerinden biri olduğunu vurguladı. Arslan, "Hububat bakliyat stoklarımız yeterli. Fabrikalarımızın üretiminde herhangi bir aksama yok. Mevsimsel şartlar beklenildiği şekilde devam ediyor. Bu sene verimli bir sezon olacağını görüyoruz. Önümüzdeki günlerde yeni mahsullerin hasatlarına da başlanacak. Dünyanın birçok ülkesinin aksine ülkemizde her ürünü bulmak mümkün. İnsanımızın endişe etmesini gerektirecek en ufak bir olumsuz durum söz konusu değil" diye konuştu.





MÜZE GEZMEK HIÇ BU KADAR
ONLINE OLMAMIŞTI

sanal müzeler

Koronavirüs salgını nedeniyle evde kalmamız gereken bu dönemde teknolojinin imkânlarından yararlanabilir ve sanal gezinti yaparak dünyanın önde gelen müzelerini gezebilirsiniz. Sanal gezinti uygulamalarıyla sadece Türkiye'deki değil, dünyadaki birçok müze ziyaret edilebilirken, müzelerdeki eserler yakından incelenip haklarında bilgi alınabiliyor. Sanal gezinti uygulamalarıyla aynı zamanda saray, cami, kale gibi kültürel ve tarihi öneme sahip mekânlar da gezilebiliyor. Bizler de sizin için bu müzeleri yazımızda bir araya getirdik. Umarız gezerken keyifli vakit geçirirsiniz.

Koronavirüs tedbirleri kapsamında müzeler kapılarını ziyaretçilere kapattı. Ancak aralarında Louvre, The British, Van Gogh, Orsay, Ayasofya ve Koç'un da olduğu pek çok müze, kapılarını sanatseverlere online olarak açtı. Dünya çapındaki 500'den fazla müzeyi sanal ortamda ücretsiz olarak gezip koleksiyonlarını görebilirsiniz.



LOUVRE MÜZESİ - FRANSA / PARİS

Leonardo Da Vinci'nin ünlü Mona Lisa eseriyle, dünyanın her yerinden milyonlarca turisti kendine çeken bu müzeyi online olarak gezmeniz mümkün. Louvre, dünyanın en büyük koleksiyonlarından birine ev sahipliği yapıyor. Tarih öncesi çağlardan 21'inci yüzyıla kadar uzanan, oldukça geniş bir koleksiyon yelpazesine sahip.



Virtu
Tour
the
Louvre
with
Euro



METROPOLITAN MUSEUM OF ART AMERİKA / NEW YORK

Metropolitan Sanat Müzesi, Amerika'nın New York şehrinde bulunuyor. Müzede klasik antik ve eski Mısır, Avrupa sanatçılarının tabloları, heykeller, kapsamlı bir Amerikan ve modern sanat koleksiyonu mevcut. Müze ayrıca Afrika, Asya, Bizans, Hint ve İslam sanatından oluşan geniş bir koleksiyonu da barındırıyor.





RIJKSMUSEUM - HOLLANDA / AMSTERDAM

Rijksmuseum, Amsterdam'daki Museumplein'da yer alıyor. Rijksmuseum'un en önemli özelliği sahip olduğu koleksiyonun önemli bir kısmının Hollanda sanatına ayrılmış olması. Ayrıca, Avrupa veya Asya sanatlarına ait eserler, resim dışında heykeller de mevcut. Özellikle 17'nci ve 20'nci yüzyılları arası Hollanda resimlerine meraklıysanız, müzeyi gezmeniz fayda var. Rembrandt, Hals, Vermeer gibi ressamın eserleri favoriler arasında bulunuyor.



EFES MÜZESİ - TÜRKİYE / İZMİR

İzmir'in Selçuk ilçesi sınırları içerisinde bulunan Efes, antik bir Yunan kentiydi. Ülkemiz sınırlarındaki bu eşsiz alan, 2015'te ise dünya mirası olarak tescil edildi. Müze; Yunuslu Eros heykelciği, Artemis heykeli, Sokrates başı, Eros başı gibi dünyaca bilinen eserleri barındırıyor.



PERGAMON MÜZESİ - ALMANYA / BERLİN

Almanya'nın en büyük müzeleri arasında yer alıyor. Müzedeki en önemli eserlerinden biri, İzmir'in Bergama ilçesinden Berlin'e getirilen ünlü Zeus Sunağı. 19'uncu ve 20'nci yüzyıllarda Alman arkeologların Osmanlı topraklarında yaptıkları kazılar sonucu birçok eser Berlin'deki Pergamon'a taşınmıştı. Zeus Sunağı da bunlardan biri. Klasik antik çağ ve yakın doğu koleksiyonu da müzede görülmesi gerekenler arasında. Babil İhtar Kapısı ve Pergamon Altarı ile beraber müze, dünya çapında önem taşıyan birçok antik eser barındırıyor.



AYASOFYA MÜZESİ TÜRKİYE / İSTANBUL

532'de yapımına başlanan ve 537'de kilise olarak ibadete açılan Ayasofya, Fatih Sultan Mehmet'in 1453'te İstanbul'u fethetmesiyle camiye dönüştürülmüştü. Cumhuriyet'in kurulmasıyla 1935'te müzeye dönüştürülen Ayasofya'nın içi kadar dış mekânları da meşhur. Ayasofya, 2019 yılında 3 milyon 727 bin 361 kişiyle en çok ziyaret edilen müze oldu.



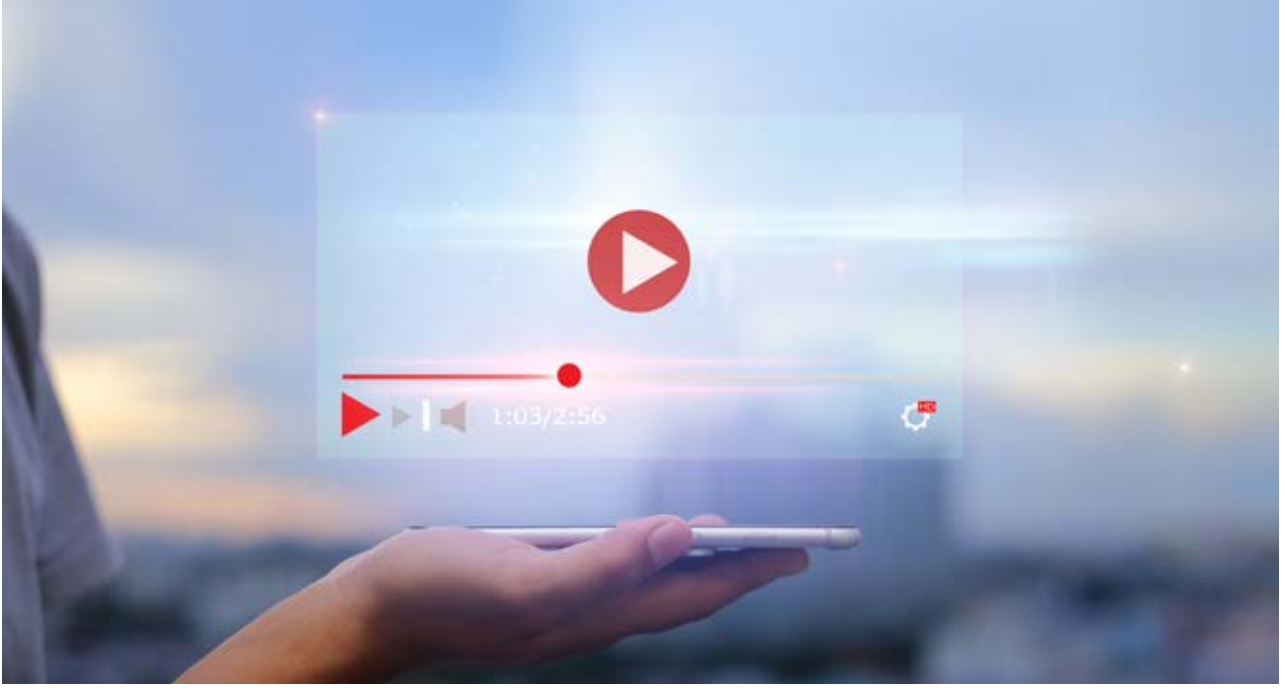
BRITISH MUSEUM - İNGİLTERE / LONDRA

İngiltere'nin Londra şehrinde yer alan ve 1759'da kurulan British Museum'da tüm ülkelerden toplanan tarihi eserler yer alıyor. Sanal olarak gezebileceğiniz müzede Afrika ve Güney Amerika'dan getirilen eserlerin yoğunluğu dikkat çekiyor. Yüzerlerce eser arasında en meşhurları Antik Rosetta Taşı ve Mısır firavunlarının mumyaları. Bodrum'dan kaçırılan ve dünyanın yedi harikasından biri olarak kabul edilen Bodrum Halikarnas Mozolesi de sergilenen eserlerden biri.



UFFIZI GALERİ - İTALYA / FLORANSA

İtalya'nın Floransa şehrinde bulunan Uffizi Galerisi; Michaelangelo, Botticelli, Giotto, Titan, Da Vinci, Raffaello gibi önemli sanatçıların eserlerini barındırıyor. 1591 yılında kurulduğundan Rönesans döneminin bütün özelliklerini taşıyan müze binası, U şeklinde tasarlanmış. Rönesans ve gotik döneme ait İtalyan sanatçılarla beraber zaman içinde Rembrandt, Velazquez, Delacroix gibi diğer Avrupalı isimlerin eserleri de koleksiyonlara eklenmiş.



#EvdeKal, sanatsız kalma!

Koronavirüse karşı kendi sosyal izolasyonlarımızı yarattığımız bugünlerde, dünyanın önde gelen kültür sanat platformları; konser, söyleşi, film ve tiyatro gösterimi gibi etkinliklerini sosyal medya hesapları ya da internet siteleri aracılığıyla paylaşımına açtı.

Koronavirüs salgını nedeniyle çoğumuz bugünleri evde geçiriyoruz. Bu süreçte birçok konser iptal oldu, tiyatrolar ve sinemalar perdelerini kapattı. Fakat sanat durmuyor, internete taşındı ve hareketine devam ediyor. Online konserler ile başlayan trend, tiyatrolara, film festivallerine sirayet etti. Neredeyse her gün bir kültür sanat aktivitesine online olarak dahil olabiliyoruz.

Candan Erçetin, Yaşar, keman virtüözü Cihat Aşkın gibi isimlerin solo performanslarının yanında dünyanın önde gelen orkestraları da online olarak müzikseverlerle buluşmaya başladı.

Candan Erçetin, Yaşar, keman virtüözü Cihat Aşkın gibi isimlerin solo performanslarının yanında dünyanın önde gelen orkestraları da online olarak müzikseverlerle buluşmaya başladı. Türkiye Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası konserlerini Youtube kanalında yayınlıyor. Berlin Filarmoni Orkestrası, konserlerini internetten üzerinden ücretsiz yayınlayacak. Köklü müzik şirketi Deutsche Grammophone, New York Metropolitan Operası, Paris Filarmoni, Rossini Opera Festival, Teatro Massimo

Palermo ve Viyana Devlet Operası da arşivlerini hizmete sunanlardan.

#EvdeKal kampanyası sebebiyle, insanlara kapılarını sonuna kadar açan bir diğer platform ise film, belgesel ve dizi sektörü oldu. Hatta yakın tarihte gerçekleşecek olan bazı festivaller sanal ortamda gerçekleşeceği bilgisini meraklılarla paylaştı. 1-7 Mayıs tarihleri arasında yapılacak İşçi Filmleri Festivali'nin 15'inci baskısı bu sene online olarak düzenleniyor. Yine, Türkiye'nin ilk kadın filmleri festivali olma özelliği taşıyan Uluslararası Uçan Süpürge Kadın Filmleri Festivali de 7-14 Mayıs tarihleri arasında internet üzerinden gerçekleştirilecek.

Kültür sanat dünyasında yeni bir akıma dönüşen "online arts"; müzeler, galeriler, tiyatro oluşumları, milli park ve bahçeler, yayınevleri gibi kuruluşların da dahil olması ile dev bir "sanal sanat havuzu"na dönüşmüş durumda. İşte bu etkinliklerden bazıları.



İBB KÜLTÜR DAİRE BAŞKANLIĞI'NDAN "SANAT SANA GELSİN" DESTEĞİ

İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) Kültür Daire Başkanlığı, koronavirüs salgını nedeniyle, "Sen Evde Kal Biz Sana Geliriz" sloganıyla, Mayıs ayında da kültür ve sanat etkinliklerini, online olarak sanatseverlerle buluşturmaya devam ediyor. Etkinlikleri İBB Kültür Sanat'ın YouTube ve Instagram sayfalarından takip edebilirsiniz.

AMSTERDAM BELGESEL FİLM FESTİVALİ 300 FİLMİ ERIŞİME AÇTI

1988 yılından bu yana her yıl Hollanda'nın başkenti Amsterdam'da düzenlenen dünyanın en büyük belgesel festivali olan "Amsterdam Uluslararası Belgesel Film Festivali"nin ücretsiz olarak online erişime sunduğu 300 filmi, kendi sitesinden izleyebilirsiniz. Filmler arasında Türkiye yapımı iki belgesel de bulunuyor.



"EVİN CAZ HALİ"

Akbank Caz Festivali kapsamında düzenlenen "Evin Caz Hali" konserleri dizisi benzersiz caz performanslarını evinize getiriyor. Yoğun ilgi gören "Evin Caz Hali" konserler serisi Serdar Ateşer, Asena Akan, Uraz Kıvaner, Güç Başar Gütle ve Apostolos Sideris ile Mayıs ayında da devam edecek. Konserler cuma akşamları 19.00'da Akbank Sanat Instagram hesabından canlı izlenebilecek.

BİENAL ONLINE

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV), her cuma Bienal bünyesinde kısa filmleri sinemaseverle buluşturuyor. Her programda iki sanatçının kısa filmi, yedi gün boyunca ücretsiz olarak dijital erişime açılıyor. Koronavirüs salgını nedeniyle bugünlerde eve kapanan sanatseverler 30'u aşkın filmin yer aldığı seçkiyi İKSV Vimeo hesabı ve kendi internet sitesi üzerinden izleyebiliyor.



18. ULUSLARARASI GEZİCİ FİLMKADIN FİLMLERİ FESTİVALİ

FilmKadın Film Festivali de bünyesindeki filmleri ücretsiz olarak izlenime açanlardan. Üreticilerinin katkılarına 18 yıllık programından derlediği filmleri gösterime açan organizasyon, her gün saat 16.00'da başlayarak 24 saat online hizmet verecek. FilmKadın'ın gösterimlerine Instagram hesabı üzerinden ulaşabilirsiniz.

EVDE İŞ SANAT

İş Sanat'ta şimdiye dek gerçekleştirilen tüm etkinlikleri Instagram, YouTube, Facebook ve Instagram IGTV kanalı üzerinden izleyebilirsiniz. İş Sanat, yerli yabancı sanatçıların hazırladığı video içeriklerinin yanı sıra dünyanın dört bir yanından sanatçının kendisi için hazırladığı özel paylaşımları da ücretsiz gösterimine dahil etmiş bulunuyor.



"KAPI AÇIK KALMIŞ"

Kumbaracı 50 grubu, ertelenen tiyatro oyunlarının yerine hafta içi her gün saat 20.30 ile 22.00 arasında YouTube kanalı üzerinden "Kapı Açık Kalmış" adıyla canlı yayınlar gerçekleştireceğini duyurdu. Yayınlarda; tiyatro üzerine sohbetler, oyun okumaları, soru cevap köşesi gibi etkinlikler gerçekleştiriliyor.

TİYATRO AK'LA KARA

Kadıköy'de yer alan Tiyatro Ak'la Kara perdelerini online olarak seyircilerine açtı. Her gün yeni bir oyunun seyirciye sunulduğu Tiyatro Ak'la Kara gösterimleri arasında birkaç ay önce hayatını kaybeden Levent Ünsal'ın "Patron Kim" oyunu da yer alıyor. Oyunu www.tiyatroaklakara.com adresinden izleyebilirsiniz.



TÜRKİYE'NİN 2020 MART AYINDAKİ İHRACATI % 17,8 DÜŞÜŞLE 13,4 MİLYAR DOLAR OLDU

2020 MART AYINDAKİ İTHALAT 18,8 MİLYAR DOLAR OLDU

2020 MART AYINDA İHRACAT AİLESİNE 1335 YENİ FİRMA KATILDI

İHRACATA YENİ BAŞLAYAN 1335 FİRMA, MART AYINDA 61,3 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE

2020 Şubat ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,164 milyar dolar ile Almanya oldu. Almanya'yı 775 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 508 milyon dolar ile İtalya izledi.

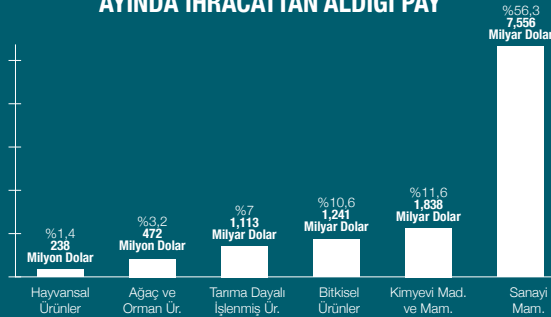


ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 MART AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

TARIM: %15,2
SANAYİ: %74,8
MADENCİLİK: %2,4



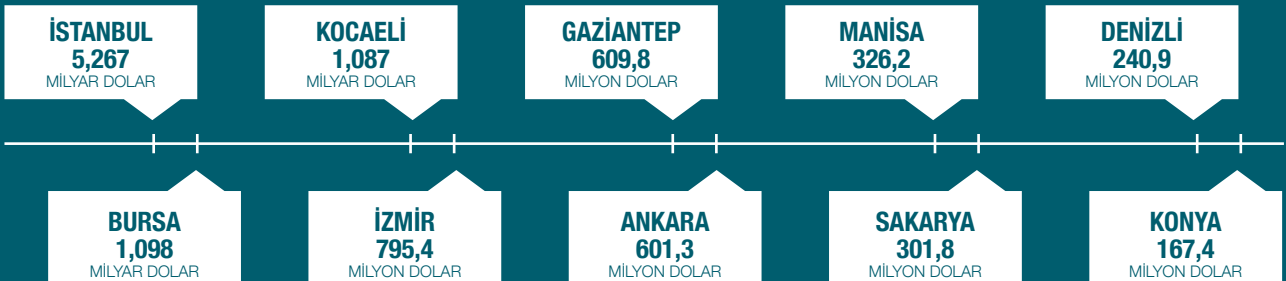
ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 MART AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2020 MART AYINDA İHRACATI EN FAZLA ARTAN İL

KASTAMONU
%184

İLLERE GÖRE 2020 MART AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



1 - 31 MART İHRACAT RAKAMLARI
SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1.000 \$

SEKTÖRLER	1 - 29 ŞUBAT				1 OCAK - 31 MART			
	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)
I. TARIM	1.950.390	2.038.948	4,5	15,2	5.688.930	6.025.759	5,9	14,1
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.240.908	1.427.544	15,0	10,6	3.743.375	4.097.698	9,5	9,6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	586.784	633.423	7,9	4,7	1.712.037	1.810.586	5,8	4,2
Yaş Meyve ve Sebze	143.609	178.894	24,6	1,3	508.663	637.951	25,4	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	128.024	162.418	26,9	1,2	375.584	421.299	12,2	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	118.197	123.554	4,5	0,9	345.155	337.219	-2,3	0,8
Fındık ve Mamulleri	136.203	208.835	53,3	1,6	432.801	557.115	28,7	1,3
Zeytin ve Zeytinyağı	34.863	29.459	-15,5	0,2	89.606	78.655	-12,2	0,2
Tütün	73.557	78.806	7,1	0,6	238.250	218.609	-8,2	0,5
Süs Bitkileri ve Mam.	19.671	12.156	-38,2	0,1	41.279	36.264	-12,1	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	237.540	183.579	-22,7	1,4	669.170	601.963	-10,0	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	237.540	183.579	-22,7	1,4	669.170	601.963	-10,0	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	471.942	427.824	-9,3	3,2	1.276.385	1.326.099	3,9	3,1
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	471.942	427.824	-9,3	3,2	1.276.385	1.326.099	3,9	3,1
II. SANAYİ	12.641.512	10.047.876	-20,5	74,8	34.284.624	32.347.920	-5,6	75,6
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.112.569	937.018	-15,8	7,0	3.059.493	2.980.377	-2,6	7,0
Tekstil ve Hammaddeleri	727.666	586.450	-19,4	4,4	2.042.934	1.906.399	-6,7	4,5
Deri ve Deri Mamulleri	176.064	130.220	-26,0	1,0	439.173	415.260	-5,4	1,0
Halı	208.839	220.348	5,5	1,6	577.385	658.717	14,1	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.838.129	1.554.437	-15,4	11,6	5.016.296	4.761.332	-5,1	11,1
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.838.129	1.554.437	-15,4	11,6	5.016.296	4.761.332	-5,1	11,1
C. SANAYİ MAMULLERİ	9.690.813	7.556.421	-22,0	56,3	26.208.835	24.606.211	-6,1	57,5
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.674.074	1.214.608	-27,4	9,0	4.501.394	4.226.638	-6,1	9,9
Otomotiv Endüstrisi	2.883.071	2.062.028	-28,5	15,4	7.755.276	6.980.712	-10,0	16,3
Gemi ve Yat	99.641	69.215	-30,5	0,5	267.259	325.550	21,8	0,8
Elektrik Elektronik	992.599	832.814	-16,1	6,2	2.678.535	2.520.390	-5,9	5,9
Makine ve Aksamları	699.024	627.495	-10,2	4,7	1.885.570	1.886.587	0,1	4,4
Demir ve Demir Dışı Metaller	712.309	672.441	-5,6	5,0	2.018.063	2.064.840	2,3	4,8
Çelik	1.307.482	984.119	-24,7	7,3	3.698.129	3.140.812	-15,1	7,3
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	316.697	317.580	0,3	2,4	834.977	915.058	9,6	2,1
Mücevher	297.350	230.591	-22,5	1,7	816.363	894.610	9,6	2,1
Savunma ve Havaçılık Sanayii	282.563	141.818	-49,8	1,1	614.718	482.676	-21,5	1,1
İklimlendirme Sanayii	414.615	396.667	-4,3	3,0	1.110.839	1.145.592	3,1	2,7
Diğer Sanayi Ürünleri	11.387	7.045	-38,1	0,1	27.711	22.746	-17,9	0,1
III. MADENCİLİK	368.202	324.725	-11,8	2,4	966.710	937.241	-3,0	2,2
Madencilik Ürünleri	368.202	324.725	-11,8	2,4	966.710	937.241	-3,0	2,2
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	1.375.804	1.014.697	-26,2	7,6	3.593.569	3.472.512	-3,4	8,1
T O P L A M (TİM*)	14.960.104	12.411.549	-17,0	92,4	40.940.264	39.310.920	-4,0	91,9

Birlik adresleri



Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Limonluk Mah. Vali Hüseyin
Aksoy Cad. No: 4 Yenişehir/Mersin
Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42
E-Posta: akib@akib.org.tr
Web Adresi: www.akib.org.tr
Gen. Sek.: Mehmet Ali Erkan
Gen. Sek. Yrd: Ümit Sarı
Gen. Sek. Yrd: Canan Aktan Sarı

Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya
Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00
E-Posta: baib@baib.gov.tr
Web Adresi: www.baib.gov.tr
Genel Sekreter V.: Güliz Akel Çetinkaya

Denizli İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Ankara Yolu 10. Km. 246. Sokak No: 8 Akkale/Denizli
Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62
E-Posta: denib@denib.org.tr
Web Adresi: www.denib.org.tr
Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 /Erzurum
Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89 - 91
E-Posta: daibarge@daib.org.tr
Web Adresi: www.daib.org.tr
Genel Sekreter: Murat Karapınar
Genel Sekreter Yrd: Melih Leylioğlu

Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği

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

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

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

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012
No'lu SK. No: 6 27090 Şehitkamil Gaziantep
Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10
E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr
Web Adresi: www.gaib.org.tr
Genel Sekreter: Bülent Kayalı
Genel Sekreter Yrd: Aydın Kutlu
Genel Sekreter Yrd: Serdar Hasan Aydoğan

İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi C-Blok Çoban Çeşme Mevkii
Sanayi Cad. Yenibosna-Bahçelievler/ İstanbul
Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01 - 02
E-Posta: iib@iib.org.tr
Web Adresi: www.iib.org.tr
Genel Sekreter V.: Doğuş Tozanlı
Genel Sekreter Yrd: İsmail Bozdemir

İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi A-Blok Çoban Çeşme Mevkii
Sanayi Caddesi
Yenibosna-Bahçelievler/ İstanbul
Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01
E-Posta: immib@immib.org.tr
Web Adresi: www.immib.org.tr
Genel Sekreter: Armağan Vurdu
Genel Sekreter Yrd: Coşkun Kıriloğlu
Genel Sekreter Yrd: Fatih Özer
Genel Sekreter Yrd: Muharrem Kayılı

İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret Kompleksi B-Blok
Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.
Yenibosna-Bahçelievler/ İstanbul
Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01
E-Posta: info@itkib.org.tr
Web Adresi: www.itkib.org.tr
Genel Sekreter V.: Mustafa Bektaş
Genel Sekreter Yard.: Özlem Güneş
Genel Sekreter Yard.: Fatih Zengin

Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun
Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42
E-Posta: kib@kib.org.tr
Web Adresi: www.kib.org.tr
Genel Sekreter T.: Bülent Cebeci

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120
Balgat/Ankara
Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat)
Faks: 0 312 446 96 05
E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web Adresi: www.oaib.org.tr
Genel Sekreter: Özkan Aydın
Genel Sekreter Yrd: Esra Arpınar
Genel Sekreter Yrd: Fatih Yumuş

Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası
Kahverengi Cad. No: 11
16140 Nilüfer/Bursa
Tel: 0 224 219 10 00
Faks: 0 224 219 10 90
E-Posta: uludag@uib.org.tr
Web Adresi: www.uib.org.tr
Genel Sekreter: Mümin Karacakayallı
Genel Sekreter Yrd. V. Birgül Polat

Genel Sekreter:

Prof. Dr. Kerem Alkin

Genel Sekreter Yrd.:

Senem Sanal Sezerer
Ayşe Eser Erginoğlu

Dış Ticaret Kompleksi

Çoban Çeşme Mevkii Sanayi Cad.

B-Blok K: 9 Yenibosna / İstanbul

Tel: 0 212 454 04 90 - 91

Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83

tim@tim.org.tr

www.tim.org.tr



43 yıldır,
Römörkörüclük ve Kılavuzluk hizmetlerinde
ilklerle başı çekiyor olmaktan
Gururluyuz...



Sanmar Denizcilik A.Ş. Aydıntepe Mh. Güzin Sok. No: 31 34947 İçmeler / Tuzla, İstanbul - TÜRKİYE

T: +90 216 458 59 00 :: info@sanmar.com.tr

sanmar.com.tr



Patates, sebze, kuru ve yaş meyve, kabuklu yemiş, bakliyat, çekirdek ve daha fazlası için optik ayıklama ve buharlı soyma çözümleri.



TAZE VE İŞLENMİŞ GIDA ENDÜSTRİSİ İÇİN OPTİK AYIKLAMA VE BUHARLI SOYMA ÇÖZÜMLERİ

40 yılı aşkın süredir TOMRA Food, dünyanın en gelişmiş sınıflandırma, ayıklama, soyma ve analitik teknolojisini kullanarak gıda endüstrisi için hasat sonrası entegre çözümler ve sensör tabanlı ayıklama makineleri tasarlayıp üretiyor. TOMRA Food'un ileri teknolojiye sahip makineleri, operasyonel verimliliğin artması, ürün israfının en aza indirilmesi ve karlılığın en üst düzeye çıkarılmasını desteklerken ürün kalitesi ve gıda güvenliğini de yükseltiyor.