

SAYI 185 TEMMUZ 2020

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ RESMİ YAYIN ORGANI

TİM REPORT



BAŞKANLAR
15 TEMMUZ'U
DEĞERLENDİRDİ

HAZİRAN AYI İHRACATI
2020 ÜLKE EKONOMİSİ
İÇİN UMUT VERDİ

MİLLİ BİRLİK VE BERABERLİK RUHUNUN UYANIŞI

15 TEMMUZ

15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ SONRASI GÜÇLENEN MİLLİ BERABERLİK RUHU, YERLİ SANAYİNİN GELİŞİMİNDE VE EKONOMİNİN KALKINMASINDA BÜYÜK ROL OYNUYOR.

KARE LOJİSTİK
TÜRKİYE'DEN DÜNYAYA
“DEĞER TAŞIR”



TÜRKİYE'NİN İHRACATINI BÜYÜTMEK İÇİN VARIZ

TRADEATLAS
ithalatçı ihracatçı arama motoru

228 Ülke
14 Milyon gerçek ithalatçı
2,8 Milyon gerçek ihracatçı/üretici
1 Milyar konşimento ve gümrük beyannamesi

ÜYELİKLERE **%80** TİCARET BAKANLIĞI DESTEĞİ



TRADEATLAS.COM T.C. TİCARET BAKANLIĞI ONAYLI BİR SİTEDİR.

www.tradeatlas.com

info@tradeatlas.com

+90 (224) 211 01 82

İÇİNDEKİLER



6

BAŞKAN'DAN

“Hedefe bir adım daha yaklaştık”

10

TİM'DEN HABERLER

Mayıs ayında toparlayan ihracat, haziranda rekor kırdı

24

EKONOMİ

“Yerel paralarla ticaretin artırılması yönünde çalışmalar yapmalıyız”

34

KAPAK KONUSU

Berberlik Ruhunun Uyanışı; 15 TEMMUZ

56

DOSYA

Türk savunma sanayii pandemiye rağmen hız kesmiyor

60

MARKA ŞEHİRLER

İhracatın saha neferleri yeni normale hazır

70

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Mal ticaretinde sürdürülebilirlik uyumu küresel ticareti yeniden şekillendiriyor

74

TURQUALITY

“Ambalajlı ürünlerimize olan talep ihracatımızı arttırdı”

92

BAŞARI HİKAYESİ

“Türkiye'nin ihracatına katkıda bulunan bir Türk kadını olmaktan gurur duyuyorum”

TİMREPORT

SAHİBİ:

TİM adına Başkan İsmail GÜLLE

MAYIN 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

viyamedya

YAYINA HAZIRLIK

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

BAŞ EDITÖR

Peri ERBUL

EDİTÖRLER

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR
Edip Ozan ÜÇÖK

GÖRSEL YÖNETMENLER

Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ,
Yılmaz MERMER

MUHABİR

Gizem İRLİS

FOTOĞRAF EDITÖRÜ

Ergün ÇOLAKOĞLU

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ

İlknur ULUSOY, Angel ZAMAN, Nisa ÖZTÜRK

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI
YUNUS APT. NO: 45 KAT: 3
NİŞANTAŞI - ŞİŞLİ / İSTANBUL
+90 212 236 00 50

www.viyamedya.com, viya@viyamedya.com



/viyamedya

BASKI

ÖZGÜN OFSET
www.ozgun-ofset.com

Dış Ticaretteki Başarımıza IFC ve EBRD'den Prestijli 3 Ödül

Dış ticaret alanında faaliyet gösteren müşterilerimize verdiğimiz destek, dış ticaretteki operasyon kalitemiz ve ekonomiye sunduğumuz katkılarla uluslararası 3 ödülün sahibi olduk.

Dış Ticaret Programları kapsamında IFC'nin Avrupa ve Orta Asya'daki "En İyi Partner Bankası" ve "En İyi Dış Ticaret Operasyon Bankası" ödüllerini alırken, EBRD'nin "Türkiye'nin En Aktif Kullanıcısı" ödülüne son üç yıldır üst üste layık görülmekten mutluluk duyuyoruz.

Sunduğumuz destekleri artırarak dış ticaret yapan firmaların yol arkadaşı olmayı sürdüreceğiz.





İsmail GÜLLE
TİM Başkanı

“Hedefe bir adım daha yaklaştık”

Haziranda yakalanan ihracat artışı ile ihracatın, ithalatı karşılama oranı yüzde 82'ye yükseldi. “Dış ticaret fazlası veren Türkiye” hedefine biraz daha yaklaşırken, sektörlerimizden gelen bilgiler, yeni dönemde hedefe koşarak gideceğimizin mesajını veriyor.

2020 yılının ikinci yarısında ihracat ailesi olarak mutlu ve gururlu başladık. Mutluyuz çünkü pandemi süresince, tüm riskleri alarak üretmeye ve ihracata devam etmenin meyvelerini haziran ayı itibarıyla almaya başladık.

Gururluyuz çünkü çok sayıda ülkeye ihracatımızı artırarak ve yeni pazarlar yaratarak, ülkemizin ihtiyaç duyduğu döviz kaynağını oluşturmayı başardık.

Haziran ayı ihracatımıza dair birçok manşet çıkarabiliriz. Bir önceki yılın Haziran ayına göre yüzde 16'ya yaklaşan ihracat artışı ile 'yeni normal'e hızlı bir giriş yaptık. Bu artış sayısal büyümenin dışında ülke sanayimiz için çok önemli mesajları da içinde barındırıyor. Haziranda yakaladığımız ihracat artışıyla “Dış ticaret fazlası veren Türkiye” hedefine biraz daha yaklaştık. Yüzde 75 olan ihracatın, ithalatı karşılama oranı haziran ayı ile birlikte yüzde 82'ye yükseldi.

Bu oran da bize üretimde yerleşme oranının arttığını gösteriyor. Bu

açından devletimizin yerli üretimin desteklenmesine yönelik politikalarını destekliyoruz. 15 Temmuz 2016 tarihinde yaşadığımız hain darbe girişimi ve pandemi süreci yerli üretimin ne kadar stratejik olduğunu bizlere gösterdi.

Halkımızın demokrasiye sahip çıktığı ve milli birlik ruhunun pekişmesine vesile olan 15 Temmuz darbe girişiminin dördüncü yıl dönümünde milli sanayimizin güçlendiğini görmek bizlere gurur veriyor. Devletimizin milli ve yerli teknoloji politikasının kazanımlarını pandemi sürecinde de gördük. Savunma sanayi şirketlerimizin iş birliği ile yerli solunum cihazını üreterek, sadece ülkemizin değil çok sayıda ülkenin ihtiyacına çözüm sunduk. Ayrıca katma değerli ürün ihracatına yeni bir ürün grubu daha eklenmiş oldu. Yerli solunum cihazlarına yurt dışından talep oluştuğunu ve siparişlerin de alınmaya başlandığını ayrıca vurgulamak isterim.

Net ihracat geliriyle ülke ekonomisine büyük katkı sağlayan hazır giyim ve konfeksiyon sektörümüzün 2020'nin ilk yarısında dünyaya 535 milyon dolarlık koruyucu giysi ve maske ihracatı gerçekleştirmesi ise Türkiye'nin oynadığı stratejik role ışık tutuyor.

Haziranda “Dış ticaret fazlası veren Türkiye” hedefine biraz daha yaklaştık. Yüzde 75 olan ihracatın, ithalatı karşılama oranı haziran ayı ile birlikte yüzde 82'ye yükseldi.

ABD'YE İHRACATTA SÜRDÜRÜLEBİLİR ARTIŞ VAR

Haziran ayındaki bir diğer manşetimiz ise ilk 20 ülke içinde 15 ülkeye ihracat artımız artmış. Ve bu ülkelerden İngiltere'ye yüzde 40, ABD'ye yüzde 52 artış dikkat çekiciydi. Ocak-Haziran döneminde Covid-19 salgınının merkezi haline gelen ABD'ye ihracatımızda yüzde 6'lık artış, iki ülke arasındaki 100 milyar dolarlık ticaret hacmi hedefi için önemli bir mesaj veriyor.

Salgının çıkış noktası olan Çin kaynaklı yılın ilk aylarında küresel tedarik zincirinde yaşanan aksaklık sonrası hep iddia ettiğimiz bir şey vardı. Dünya artık tek merkezli bir tedarikçi ağının risklerini yaşıyor ve yeni dönemde Türkiye tedarikçi olarak daha fazla önem kazanacak. Haklılığımızı ülkelerin normalleşmeye başlamasıyla görmeye başladık. Daha önce hiç alım yapmamış alım grupların ve markaların Türkiye'de tedarikçi aradığına dair sektörlerimizden gelen bilgiler var. Haziran ayında daha önce Hindistan'a ihracat yapılmayan ürünlerde 25 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Bunlar ihracatımız için çok önemli veriler.

YERLİ YAZILIM İLE FARK YARATTIYORUZ

Küresel doğrudan yatırımların yüzde 40 düşmesi beklenen 2020 yılında, yerli oyun şirketi Peak Games'in 1,8 milyar dolara satışı, yerli yazılım sektörümüzün başarısını ortaya çıkardı. Yazılım sektöründe ülkemiz birçok büyük başarıya imza attı ve ilk 'unicorn'unu bu sektörden çıkardı.

Pandemi ile birlikte yerli yazılım teknolojisinin önemi daha iyi anlaşıldı. Salgın nedeniyle mart ayından bu yana yapılamayan sanal ticaretler ve fuarların yıl sonuna kadar yapılamayacağına dair öngörüler var. Yeni iş birliklerin kurulabilmesi için sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlar ile çözüm aranıyor. Sanal heyetler ve fuarlar yeni normalin trendi haline geldi. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak biz de bu konuda önemli çalışmalara imza attık ve ihracat ailesinin 95 bin üyesi ile hedef pazarlarda Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi faaliyetlerimize aralıksız şekilde devam edeceğiz. Türkiye'nin ilk yerli ve milli yazılımın katkısıyla gerçekleştirdiğimiz "AgriVirtual-

Tarım ve Hayvancılık Makineleri 3D Sanal Fuarı" ülkemizde gerçekleştirilen ilk üç boyutlu sanal fuar oldu. Önümüzdeki dönemde, gerek ilkleri yaşadığımız bu fuar gibi sanal fuarların gerekse sanal ticaret heyetlerinin sayısı katlanarak artacak.

FİNANSMANA ULAŞIM KOLAYLAŞTIRILDI

İhracatçılara yönelik kredi hacminin artırılması ve ihracatçıların finansmana erişimlerinin kolaylaştırılması amacıyla önemli iş birliklerine imza attık. Başta Eximbank olmak üzere kamu bankalarının ve özel bankaların ihracatçılara sağladıkları desteklerin Haziran ayı ihracat verilerine tüm sektörlerde olumlu katkısına şahit olduk. Bu kapsamda, Türkiye Cumhuriyetinin ilk milli bankası olan Türkiye İş Bankası ile ihracatçılarımızın elini küresel ticarete daha da güçlendireceğine inandığımız bir protokol imzaladık. Bu işbirliği, ihracatçılara düşük faizli kredi sunması, kadın ihracatçılara yönelik pozitif ayrımcılık uygulaması ve 500 milyon dolar gibi yüksek bir hacmi kapsamı bakımından büyük önem arz etmektedir. Bu dönemde atılan seri adımların olumlu yansımalarını inşallah hem yeni normalde hem de sonrasındaki süreçte daha çok göreceğiz.

Çünkü 15 Temmuz hain kalkışma sonrası Türk milleti ölü toprağını üstünden attı. Türkiye, dünyada geri kalmış ve gelişmiş ülkelerin sömürmesine maruz kalmış ülkelerin hamisi ve abisi oldu ve bu ülkeler için de örnek alınacak bir ülke konumuna geldi.

Türkiye, kalkınmasına engel olan ve ayağına pranga vuran yapıdan kurtularak, kaynaklarını doğru alanlara kullanmaya başladı. Her geçen gün ihracat ailemize yeni firmalar katılıyor. Anadolu şehirlerimiz artık daha çok üretiyor ve ihraç ediyor. Ve önemlisi her geçen gün daha çok firmamız ve iş ortakları ihracatta Türk Lirası'nı tercih ediyor.

Fırsatların olduğu bir döneme girdik. İhracatçılar olarak artık bu fırsatları değerlendirebilecek altyapıya ve özgüvene sahibiz ve en önemlisi Devletimizin de her zaman ihracatımızın yanında olduğunu biliyoruz.

Milli birlik ruhunun pekişmesine vesile olan 15 Temmuz darbe girişiminin dördüncü yıl dönümünde milli sanayimizin güçlendiğini ve ihracatının arttığını görmek bizlere gurur veriyor.

13,5

MİLYAR DOLAR

Haziran ayı ihracat geliri

Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu **Brand Finance** tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre 2020 yılında “**Türkiye’nin En Değerli Markaları-Turkey 100**” listesindeki markaların toplam değeri **24,6 milyar doları** buldu.

%
0-0,25

ABD Merkez Bankası (FED), beklentiler dahilinde haziran ayında politika faizini değiştirmeyerek bu oran aralığında sabit bıraktı.

■ Dünya Altın Konseyi (WGC), bu yılın ocak-mayıs döneminde altın bazlı yatırım fonlarında gerçekleşen para akışı miktarında rekor kırıldığını duyurdu. WGC’nin altınla ilgili mayıs ayındaki gelişmeleri derlediği rapora göre, altın bazlı yatırım fonları, portföylerine 8,5 milyar dolar değerinde 154 ton altın ekledi ve bu fonlardaki altın miktarı yeni bir rekor seviye olan 3 bin 510 tona ulaştı.

■ Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) bu yıl koronavirüs pandemisi nedeniyle Türkiye ekonomisinin yüzde 4,3, dünya ekonomisinin yüzde 6 daralmasını bekliyor.

■ Büyümenin öncü göstergelerinden biri olan İSO İmalat PMI Endeksi, haziran ayında 53,9’a yükseldi. Nisanda 33,4 olarak 2008’den beri en düşük seviyeye gerileyen Endeks, mayıs ayında 40,9’a yükselmişti.

Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat), AB ve Euro Bölgesi’nin 2020 yılı ilk çeyrek büyüme verilerini yayımladı. Koronavirüs nedeniyle bu yılın ilk çeyreğinde bir önceki çeyreğe kıyasla yüzde 3,2 daralma yaşandı. Söz konusu dönemde Fransa ve İtalya yüzde 5,3, İspanya ve Slovakya yüzde 5,2 küçüldü.

■ Türkiye’nin otomobili için yeni bir aşama daha geçildi. Geçen ay yatırım için teşvik belgesi alındığı açıklandı. TOGG’un açıklamasında, “ÇED Olumlu Raporunun ardından faaliyetlerimizi daha da hızlandıracak Yatırım Teşvik Belgesi’ni de aldık. Türkiye’nin mobilite ekosistemini oluşturmak üzere çıktığımız ‘Yeniliğe Yolculuk’ hız kesmeden devam ediyor” denildi.



■ Yerli biyoteknoloji firması RTA Laboratuvarları tarafından üretilen, Covid-19 tanısında kullanılan “Diagnostical Sars-CoV-2 Real Time PCR Kiti” ABD’nin ilaç, gıda, tanı ürünlerinin onayını gerçekleştiren kurumu olan FDA tarafından değerlendirilerek, gerekli incelemeler ve düzenlemeler sonucunda onaylandı.

■ Küresel petrol arzı, mayısta bir önceki aya göre 11 milyon 800 bin varil düşerek günlük 88 milyon 810 bin varil oldu. OPEC dışı ülkelerin petrol üretimi ise bu dönemde 4 milyon 660 bin varil azalışla 59 milyon 700 bin varil oldu.



■ Türk Hava Yolları seyahat sağlığını korumak amacıyla yeni uygulamaları devreye aldı. THY, güvenli seyahat standartları için uçaklarda hijyen uzmanı kabin memuru bulundurup hijyen seti vermeye başladı.

Avrupa Merkez Bankası (ECB), faiz oranlarında değişikliğe gitmezken, **Pandemi Acil Varlık Alım Programı’nı 600 milyar euro** artırdı. Böylece Martta **750 milyar euro** ile başlatılan Pandemi Acil Varlık Alım Programı

1 trilyon 350 milyar euro oldu.

Siz neredeyse
ofisiniz orada
olsun diye

**Vodafone Business
çözümleri her yerde
yanında**

Yeni çalışma düzeninde,
Vodafone Business çözümleri ile
müşterilerinize kolayca ulaşın,
iş sürekliliğinizi sağlayın ve
verimliliğinizi artırın.

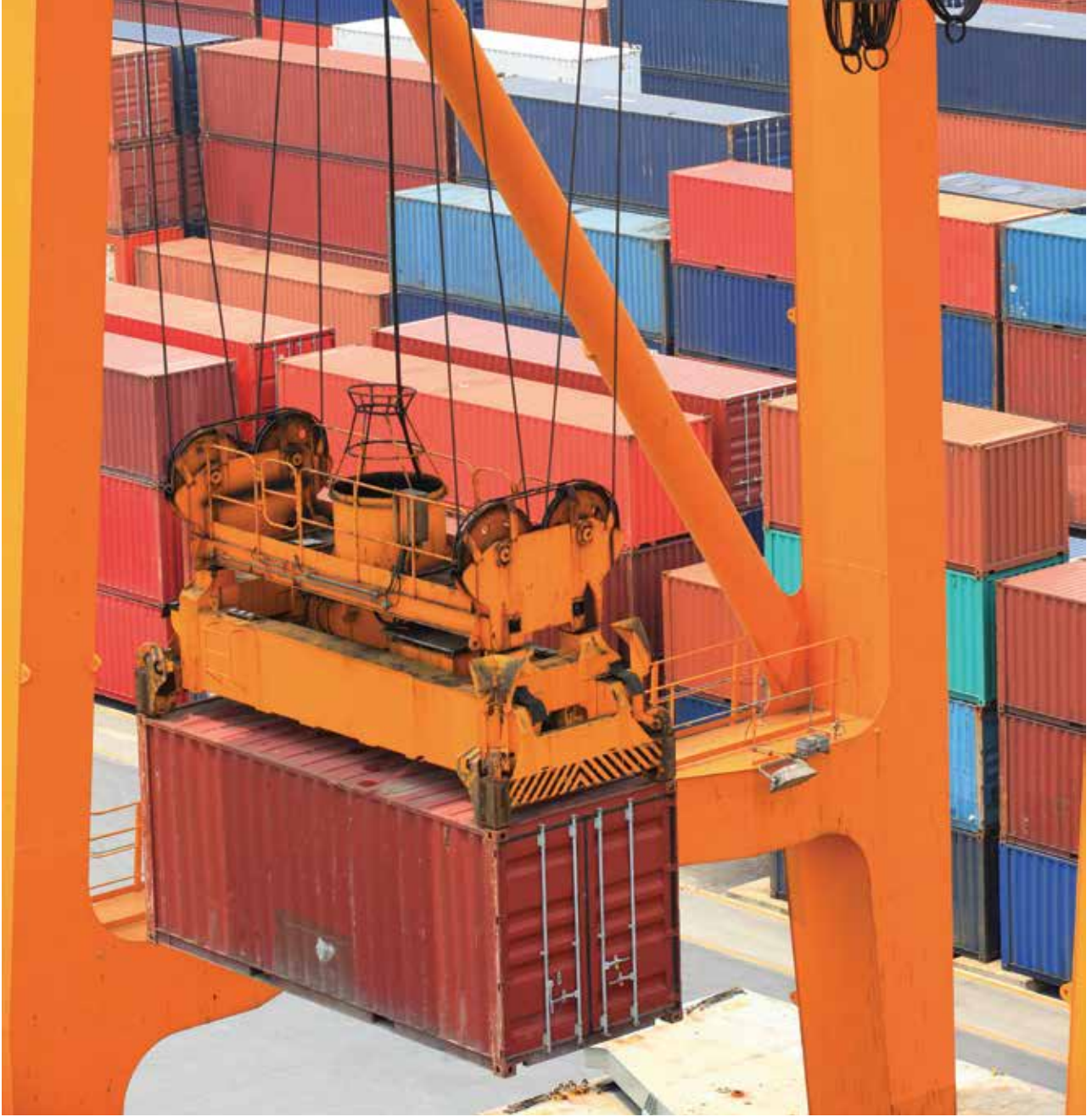
Detaylı bilgi:
vodafone.com.tr/vodafonebusiness

Hazır mısınız?



**vodafone
business**

Mayıs ayında toparlayan ihracat, haziranda rekor kırdı



TİM, haziran ayı ihracat rakamlarını açıkladı. Türkiye'nin ihracatı 2020 yılı haziran ayında yüzde 15,8 artışla 13 milyar 469 milyon dolar oldu. Mayıs ayına göre yüzde 35,2 ile ihracatta rekor artış hızı elde edildi. Fındık ve Mamülleri, Hububat, Mücevher, Gemi ve Yat, Süs Bitkileri sektörleri ihracatlarını aylık bazda yüzde 50'nin üzerinde artırırken, en çok ihracat gerçekleştiren ilk 5 sektör Otomotiv, Kimyevi Maddeler, Hazır giyim, Çelik ve Elektrik- Elektronik oldu.

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), haziran ayı geçici dış ticaret verilerini açıkladı. İhracat haziranda yıllık yüzde 15,8 artışla 13 milyar 469 milyon dolar oldu. Mayıs ayına göre artış oranı ise yüzde 35,2 ile rekor kırdı. Son 6 aylık ihracat da yüzde 15,1 düşüşle 75 milyar 55 milyon dolar oldu.

Salgının dünya ekonomisindeki etkilerini değerlendiren TİM Başkanı İsmail Gülle, "Uluslararası kuruluşlar, salgının küresel ekonomiye etkilerine dair beklentilerini negatif yönde revize etmeye devam ediyorlar. IMF, 2020 yılı için küresel ekonomik daralma beklentisini yüzde 3'ten yüzde 4,9'a, Fitch ise yüzde 3,9'dan yüzde 4,6'ya revize ederken Dünya Bankası ekonomisinin bu yıl yüzde 5,2 küçülmesini öngörüyor. Hedef pazarlarımız arasında yer alan birçok ülke ekonomisinin de 2020 yılında önemli ölçüde küçülme ile karşı karşıya kalması bekleniyor. IMF bu yıl Meksika'nın yüzde 10,5, Birleşik Krallık'ın yüzde 10,2, Güney Afrika'nın yüzde 8, Rusya'nın ise yüzde 6,6 küçülmesini öngörüyor. Haziran ayında, Çin'de imalat ve hizmetler PMI verileri 50 olarak tarif edilen eşik seviyesinin üzerine çıkarken; Euro bölgesinde PMI endeksi Mayıs ayına göre, yüzde 40'ın üzerinde artış göstererek 46,9'a ulaştı. Küresel ekonomide ve bilhassa ülkemiz ekonomisinde toparlanmanın hızla gerçekleşmesi en büyük temennimiz" dedi.

"İHRACATÇILAR BAŞARILAMAZ DENİLENİ BAŞARDI"

Tüm dünyada olduğu gibi salgının Türkiye'nin üretim ve ihracatını Mart- Nisan- Mayıs aylarında olumsuz etkilediğini belirten Gülle, şunları söyledi: "Salgın döneminde 'Önce Türkiye, Önce İhracat' diyerek üreten Türkiye'nin dinamosu olmaya devam ettik. Ülkemizde haziran ayı ile başlayan normalleşme sürecinde ilk ayı geride bıraktık. Türkiye, küresel ticaretin 'güvenilir limanı' olduğunu tescilleyerek ihracatta normalin de ötesindeki seyrine başladı. Ülkemiz, nasıl ki dünya ticaretindeki olumsuz gelişmeler ve Türkiye'ye yönelik finansal saldırılara rağmen pek çok kez ihracatı artırmayı başardıysa, bugün yine başardı. Olağanüstü koşulların barındırdığı

İllerin ihracatına bakıldığında; haziran ayında 68 il ihracatını artırdı. En çok ihracat gerçekleştiren ilk 3 il sırasıyla; 5 milyar 404 milyon dolarla İstanbul, 931 milyon dolarla Bursa ve 865 milyon dolarla Kocaeli oldu.

fevkalade fırsatların farkındayız. İhracatçılarımıza güveniyoruz. Çünkü onlar hep yapılamaz denilenleri yaptı, başırlanamaz denilenleri başardı."

"HAZİRAN AYI İHRACATI BÜYÜK BİR ÇABAYI YANSITTI"

Firmaların salgının ortaya çıkardığı talep şokunu en az hasarla atlatalmaları adına, ihracatçılara yönelik kredi hacminin artırılması ve ihracatçıların finansmana erişimlerinin kolaylaştırılmasına büyük önem verdiklerini söyleyen Gülle, "Başta Eximbank olmak üzere kamu bankalarının ve özel bankaların ihracatçılara sağladıkları desteklerin Haziran ayı ihracat verilerine tüm sektörlerde olumlu katkısına şahit olduk. Bu kapsamda, Türkiye Cumhuriyetinin ilk milli bankası olan Türkiye İş Bankası ile ihracatçılarımızın elini küresel ticarete daha da güçlendireceğine inandığımız bir protokol imzaladık. Bu işbirliği, ihracatçılara düşük faizli kredi sunması, kadın ihracatçılara yönelik pozitif ayrımcılık uygulaması ve 500 milyon dolar gibi yüksek bir hacmi kapsaması bakımından büyük önem arz ediyor. Pandemi sürecinde ortaya çıkan ve TİM olarak dile getirdiğimiz 53 talebin, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı'nın özverisiyle jet hızıyla çözüme kavuşturulduğunu belirtmek istiyorum. Haziran ayı ihracat rakamlarımız bu büyük çabayı yansıtmaktadır" dedi.

OTOMOTİV LİDERLİĞİ SÜRDÜRDÜ

Haziran ayının lideri, 2 milyar 16 milyon dolarlık ihracat ile otomotiv sektörü olurken, 1 milyar 425 milyon dolar ihracat ile kimyevi maddeler sektörü ikinci, 1 milyar 358 milyon dolara ulaşan hazır giyim sektörü üçüncü, 1 milyar 129 milyon dolar ile çelik sektörü dördüncü ve 903 milyon dolar ile elektrik-elektronik sektörleri beşinci oldu. Haziran ayının



6.416

Haziran ayında ihracatta
TL tercih eden şirket sayısı

13,5

MİLYAR DOLAR

Haziran ayı ihracatı

9,9

MİLYAR DOLAR

Mayıs ayı ihracatı

HAZİRAN'DA 1443 FİRMA İHRACAT AİLESİNE KATILDI

Haziran 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 ihracat Seferberliği eğitimlerimizin en net sonucu olarak; haziran ayında ihracat ailemize 1443 firmamızın katıldığını bildirmekten memnuniyet duyuyorum.

Bu rakam Mayıs ayında 1117 idi. İhracata yeni başlayan bu firmalarımız haziran ayında 101 milyon 384 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Firma özelinde bakıldığında, haziran ayı içerisinde toplam 38 bin 373 firmamız ihracat gerçekleştirdi."



Birliği'nin ihracattaki payı 6,53 milyar dolarlık bir hacim ile yüzde 48,5 seviyesine düştü.

EN DİKKAT ÇEKİCİ ARTIŞ KASTAMONU'DA GÖRÜLDÜ

İllerin ihracatına bakıldığında; haziran ayında 68 il ihracatını artırdı. En çok ihracat gerçekleştiren ilk 3 il sırasıyla; 5 milyar 404 milyon dolarla İstanbul, 931 milyon dolarla Bursa ve 865 milyon dolarla Kocaeli oldu. En dikkat çekici artışlar ise; yüzde 631 artışla 54 milyon dolar ihracata imza atan Kastamonu, yüzde 293 artışla 6 milyon dolara ulaşan Van ve yüzde 208 artışla 1,5 milyon dolar ihracat yapan Kırıkkale'de yaşandı. Kastamonu Hazırgiyim sektörü ihracatını 11 kat artırırken, Van'da Madencilik sektörü ihracatını 161 katına çıkarttı. Kırıkkale'de Makine sektörünün ihracatını yüzde 44 artırdığı görüldü.

en güçlü performansına imza atanlar ise yüzde 69,3 artışla 128,4 milyon dolar ihracata ulaşan fındık ve mamülleri, yüzde 66 artışla 572,4 milyon dolara ulaşan hububat, yüzde 60,2 artışla 345,1 milyon dolara ulaşan mücevher, yüzde 58,8 artışla 88 milyon dolara ulaşan gemi ve yat, yüzde 55,2 artışla 6 milyon dolara ulaşan süs bitkileri sektörleri oldu.

SEKTÖRLERDE TABLO TERSİNE DÖNDÜ

Haziran ayı özelinde sektörlerin ihracat performanslarına bakıldığında en kötü geride kaldı. Mayıs ayında 27 sektörün 25'i ihracatta düşüş yaşarken, haziran ayında 27 sektörün 24'ü ihracatta artış sağladı.

174 ÜLKEYE TL İLE İHRACAT YAPILDI

Ay boyunca 174 ülkeye ihracatta 4 milyar 219 milyon TL tutarında ihracat gerçekleştirildi. 6 bin 416 firma ihracat işlemlerinde Türk Lirasını tercih etti.

Paritenin olumsuz etkisi 31,7 milyon dolar oldu

Miktar bazında ihracat ise haziranda geçen yılın aynı ayına göre yüzde 28,3 artışla 12,5 milyon ton olarak gerçekleşti. Son olarak, haziran ayında Euro Dolar paritesinin negatif etkisi 31 milyon 771 bin dolar oldu.

Haziran ayının lideri, 2 milyar 16 milyon dolarlık ihracat ile otomotiv sektörü olurken, 1 milyar 425 milyon dolar ihracat ile kimyevi maddeler sektörü ikinci, 1 milyar 358 milyon dolara ulaşan hazır giyim sektörü üçüncü, 1 milyar 129 milyon dolar ile çelik sektörü dördüncü ve 903 milyon dolar ile elektrik-elektronik sektörleri beşinci oldu.

EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN ÜLKE ALMANYA OLDU

Haziran ayında ihracatçılar, ülkemizin bayrağını 202 ülke ve bölgede dalgalandırmayı başardı. En çok ihracat gerçekleştirilen ilk 3 ülke ise 1 milyar 293 milyon dolar ile Almanya, 1 milyar 13 milyon dolar ile İngiltere ve 792 milyon dolar ile ABD oldu. İlk 10 ülkenin ihracattaki payı yüzde 49,4 olurken, ilk 20 ülkede bu pay yüzde 67'ye yükseldi. Aralarında ABD, Almanya, İtalya ve Hollanda'nın da yer aldığı tam 17 ülkeye her sektör ihracat gerçekleştirmeyi başardı. En büyük pazar olan Avrupa

31 ÜLKEYE İHRACAT 129,8 MİLYON DOLAR ARTTI

Türkiye küresel ticaretteki olumsuz tabloya rağmen haziran ayında 144 ülkeye ihracatını 2,43 milyar dolar artırmayı başardı. Bu 144 ülkenin 119'unda artış yüzde 10'un, 61'inde ise yüzde 50'nin üzerinde gerçekleşti. Bu ülkeler arasında, geçtiğimiz yılın haziran ayına göre 304 milyon dolar ihracat artışıyla Birleşik Krallık, 272 milyon dolar ihracat artışıyla ABD ve 162 milyon dolar ihracat artışıyla İsrail dikkat çekti.



Demokrasi ve Milli Birlik Günümüzde,
şehitlerimizi minnetle anıyoruz.



İş Bankası'ndan ihracatçılara nakdi kredi desteği



TİM, ihracatçılara pek çok fayda içerecek bir protokol anlaşmasını Türkiye İş Bankası ile 24 Haziran'da imzaladı. İhracatçıların önlerini açacak bu protokolle; Türk Lirası ve yabancı para olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık bir nakdi kredi paketi sunuluyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye İş Bankası ile ülke ekonomisinin en önemli itici güçlerinden ihracatçılara çok avantajlı bir destek paketi sunmak üzere 24 Haziran günü işbirliği protokolü imzaladı. İmza töreni, sosyal mesafe kuralları çerçevesinde TİM Genel Merkezi'nde TİM Başkanı İsmail Gülle ve Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali'nin katılımı ile gerçekleştirildi. Protokol çerçevesinde ihracatçı firmalara, uygun koşullu kredi ve ürünlerin yer aldığı,

Türk Lirası ve yabancı para olmak üzere toplam 500 milyon dolarlık bir nakdi kredi paketi sunuluyor. Paket kapsamında; daha fazla sayıda ihracatçıya ulaşabilmek amacıyla her firma özelinde azami 150 bin Dolar-Euro veya 1 milyon TL tutarında kredi kullanılıyor. TİM üyesi tüm ihracatçılara 1 yıl vadeli dolar kredilerde yıllık yüzde 2,40, Euro kredilerde yıllık yüzde 1,15 faiz oranıyla 'İhracat Döviz Kredisi' sunuluyor. İhracat finansmanına destek paketinde; Fuarlara Katılım Kredisi,

Maximiles TİM İhracatçı Kart, kadın girişimcilere özel faiz oranlı kredilerin yanı sıra sigorta ve eğitim gibi ihracatçının ihtiyacına uygun hizmetlerde de indirimler yer alıyor.

“SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT İÇİN BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR”

İşbirliğine yönelik detayları aktaran TİM Başkanı İsmail Gülle, şunları söyledi: “İşbirliği kapsamında özellikle üç nokta çok mühim. Kredi faizlerinin düşük olması ihracatın finansmanında önemli bir nokta. Paket kapsamının 500 milyon dolar olması da bizler için çok önemli bir adım. Ayrıca, paket kapsamında, pozitif ayrımcılığın sağlanması adına kadın girişimci ihracatçıların kullanacakları kredilerde daha avantajlı koşullar da oluşturuldu. Kadın girişimci ihracatçılar, kullanacakları kredilerde aynı azami limitlerle (1 milyon liraya veya 150 bin dolar-Euro’ya kadar) Dolar cinsinden krediler için yüzde 2,25; Euro cinsinden kredileri için ise yüzde 1 gibi daha avantajlı faiz oranlarına tâbi olacaklar. Ayrıca, kadın ve genç girişimcilerimiz için, 100 bin TL’ye, 500 bin Euro-dolara kadar Eximbank kaynaklı ihracat kredisi sunulacak ve yabancı para cinsinden kredilerde 25 baz puan indirim uygulanacak. İhracatçıların yararlanacağı bir diğer avantaj ise fuar katılım kredilerinde olacak. Paket ile sanal ve fiziki fuarlarda, 100 bin dolar veya euro’ya kadar 1 yıl vadeli ihracat taahhütlü spot döviz kredisinde faiz oranları dolar cinsinden krediler için yüzde 2,25; Euro cinsinden krediler için yüzde 1 olacak. E-teminat mektubunda, ilk 1 yıl için yüzde 0,9 gibi oldukça düşük bir komisyon tahsil edilecek. Protokol kapsamında, kredi kullanan firmalara emtia taşıma sigortasında yüzde 10 indirim, muhabir garantili ihracat faktoringinde avantajlı faiz oranları ve WORLDEF prime üyeliğinde yüzde 50 indirim gibi birçok diğer avantaj da yer alıyor. Dış ticaret kompleksimizde yapılan kütüphaneye yönelik kitap bağışı da Türkiye İş Bankası’nın önemli bir jesti olarak, paketin kapsamında yer alıyor.”

“KREDİLERDEKİ ARTIŞ BİZLERİ MEMNUN EDİYOR”

İş Bankası ile iş birliği yapmanın gurur

TİM Başkanı İsmail Gülle “Paket kapsamında, pozitif ayrımcılığın sağlanması adına kadın girişimci ihracatçıların kullanacakları kredilerde daha avantajlı koşullar oluşturuldu” dedi.

verici ve ihracatçılara güven sağlaması bakımından da önemli olduğuna dikkat çeken Gülle, şunları kaydetti: “Bu ve benzeri ortak çalışmaların artarak sürmesi en büyük temennimiz. Bilhassa son iki yılda, bankacılık sektörünün ihracatçılara yönelik kredilerinde hem hacimsel hem de oransal artışlar görüyoruz, sektörün ihracata ilgi ve alakası bizleri memnun ediyor. 2018 yılı nisan ayında bankaların ihracat kredileri 116 milyar TL seviyesindeyken, geride bıraktığımız nisan ayında bu kredilerin değeri yüzde 69’luk artışla 196 milyar TL seviyesine ulaştı. Bu artışta, bankaların kullandığı toplam kredi hacmindeki artış etkili olduğu kadar, ihracat kredilerinin toplam kredi hacmine oranının yüzde 5,2’den yüzde 6,3’e çıkması da etkili oldu. Şoklara dayanıklı ve seri reflekslere sahip ihracatçılar, böylesi kriz dönemlerinde attıkları yerinde adımlarla yaşanan her şoktan güçlenerek çıkmayı başarıyorlar. Bankacılık sektörü de tıpkı ihracatçı firmalar gibi seri reflekslere ve her krizden güçlenerek çıkan bir yapıya sahip. Son iki yılda yaşanan kur saldırıları, ticaret savaşları ve koronavirüs pandemisi ile bu gerçek daha da gün yüzüne çıkmış durumda. İhracatta kırılan yeni rekorlar, Bankacılık sektöründe ise artan kredi hacimleri ve sağlıklı bilançolar tüm bu zorlu koşullara rağmen her iki alanda Türkiye’nin gücünü kanıtıyor.”

TİM İHRACATÇI KART, İHRACATÇILARIN HAYATINI KOLAYLAŞTIRACAK

Protokol kapsamında ‘Maximiles TİM İhracatçı Kart’ ve ‘Maximiles TİM İhracatçı Kart Premium’ kartları ihracatçıların kullanımına sunuluyor. TL/EUR/USD hesap özeti seçeneğini içeren kartlar ile ihracatçılar, yaptıkları alışverişlerden hem MaxiMil hem de MaxiPuan kazanacaklar. Ayrıca İş Bankası aracılığıyla gerçekleştirecekleri aylık ihracat hacmi üzerinden de ilave MaxiPuan kazanacaklar ve ihracatçılar bu puanları MaxiMil olarak da kullanabilecekler. Maximiles TİM İhracatçı Kart otel rezervasyonundan vize işlemlerine kadar ihracatçıların hayatlarını kolaylaştıracak birçok önemli ve fark yaratacak ayrıcalığı da içeriyor.

Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, “TİM ile imzaladığımız protokolle ihracatın finansmanı için her ihtiyaca uygun vade ve ödeme seçenekleri sunuyoruz” dedi.



“GÜÇLÜ BİR TÜRKİYE İÇİN TİM İLE GÜÇLERİMİZİ BİRLEŞTİRDİK”

Uluslararası pazarlarda güçlü bir Türkiye yaratmak hedefiyle TİM ile işbirliği yaparak ihracatçılara güçlü bir destek verdiklerini ifade eden Türkiye İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, “Ülke ekonomisinin büyümesinde kritik bir rolü bulunan ihracat, özellikle pandemi sürecinde içinden geçilen zor dönemden çıkaışta da büyük önem taşıyor. Banka olarak bu alana özel bir konsantrasyon ile eğiliyoruz. Salgının istihdama, üretime, ticarete, ödeme sistemlerine etkilerini azaltmak ve ekonomik aktivitenin devamlılığını sağlamak amacıyla çok sayıda aksiyonu hayata geçiriyoruz. Devam eden ekonomiye destek paketlerimizin yanı sıra, TİM ile bugün imzaladığımız protokolle ihracatın finansmanı için her ihtiyaca uygun vade ve ödeme seçenekleri sunuyoruz. Protokol kapsamında, ihracatçılarımızı desteklemek için faiz oranlarımızı mümkün olan en düşük seviyede tuttuk. İhracat döviz kredilerinde uyguladığımız düşük faiz oranlarının, sadece ihracatçılarımız için değil ekonomideki tüm kesimler için de kritik olduğunu düşünüyoruz. Salgının gidişatına dair belirsizlikler dış talebin kırılgan bir görünüm sunmaya bir

süre daha devam edebileceği riskini de beraberinde getiriyor, ancak biz yılın ikinci yarısıyla birlikte ihracat performansımızın koşullar paralelinde güçleneceğini öngörüyoruz” dedi.

“DESTEK VERMEYE DEVAM EDECEĞİZ”

Salgın sonrasında orta vadeli bir perspektifle bakıldığında, ülkelerin, normalleşme sürecinde yakın coğrafyalarla çalışma ve daha butik imalata odaklanabileceğine dikkat çeken Bali, Türkiye'nin bu konjonktürden faydalanabileceğini; coğrafi konumu itibarıyla küresel ticaret hacminin önemli bir bölümünü teşkil eden bir pazara kısa uçuş mesafesiyle ulaşabildiğini; genç, dinamik ve hızlı yapısı ile potansiyelinin yüksek olduğunu vurguladı. Ülkelerin belli ölçüde içlerine kapandığı bu dönemde, Türkiye'nin güvenilir bir tedarikçi olmasının yanında mevcut endüstriyel altyapısı ve iş gücü kapasitesinin yeterli olduğunu; yeni pazarlar bulma ve üretim süreçlerini yönetme konusunda hali hazırda esnek bir yapısı bulunduğunu da vurgulayan Bali, “Ülke olarak önümüzdeki dönemde birçok mal ve hizmetin tedariki için önemli bir aday olarak sahneye çıkabileceğimizi düşünüyoruz. İş Bankası olarak biz de Türkiye'nin ihracattaki konumunu güçlendirecek desteği vermeye devam edeceğiz” diye konuştu. Adnan Bali, Bankanın, kuruluşunun ilk yıllarından bu yana ihracatçıların yanında olduğunu, ihracatçıları desteklemek için 1932 yılında İskenderiye ve Hamburg Şubelerini faaliyete geçirdiğini ifade etti. Bali, “Kuruluşumuzdan sadece 8 yıl gibi kısa bir süre içerisinde böyle bir vizyonla hareket edilmiş. Günümüze geldiğimizde, 121 farklı ülkede yerleşik banka ile kurmuş olduğumuz geniş muhabirlik ağıımız kapsamında; müşterilerimize zengin dış ticaret ürün ve hizmetleri sunuyor ve Türkiye ile 200'ün üzerinde farklı ülke arasında yapılan dış ticaret işlemlerine aracılık ediyoruz” dedi.



500

MİLYON DOLAR

Ihracatçıların TL ve yabancı para olmak üzere kullanabileceği kredi paketi miktarı

Bu topraklarda küçük iyilikler karşılıksız yapılır

İşte bu yüzden **Mobil Şube** ve **İnternet Şube**'den yapılan **EFT, havale gibi birçok bankacılık işlemi** ile 20 bini aşkın kamu bankası ve **PTT ATM**'lerinden yapılan pek çok işlem **BİZDE ÜCRETSİZ**.

**ŞART
YOK
KOŞUL
YOK**



Üstelik Mobil Şube ve İnternet Şube'den **17.20**'ye kadar EFT yapabilirsiniz.

“Yeni nesil ticaret diplomasisi faaliyetlerini destekliyoruz”

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle, “Agrivirtual Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı”nda yaptığı konuşmada “İhracatçıların yeni normale adaptasyonları noktasında yapılacak olan her tür ‘Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi’ faaliyetini destekliyoruz” ifadesini kullandı.



Ticaret Bakanlığı himayelerinde, Türkiye İhracatçılar Meclisi destekleriyle, OAİB Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği koordinasyonuyla, yerli ve milli yazılım katkısıyla düzenlenen “Agrivirtual- Tarım ve Hayvancılık Makineleri Sanal Fuarı”, 22-26 Haziran arası yapıldı. Sanal fuara Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, TİM Başkanı İsmail Gülle, Selçuk Üniversitesi Rektörü Mustafa Şahin, Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu, Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk katıldı.

TİM olarak, İhracatçıların “yeni normale” adaptasyonları noktasında yapılacak olan her tür ‘Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi’ faaliyetini destekliyoruz diyen Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Gülle, konuşmasında şu ifadeleri kullandı: “Ülkemizde gerçekleştirilen ilk üç boyutlu sanal fuarda bulunmaktan memnunum. Dünya genelinde normalleşme adımları atılmaya devam etse de birçok sektör pandeminin etkilerini derinden hissetmeye devam ediyor. Küresel ticarete yaşanan daralmadan sonra yaralarımızı, güvenilir tedarik kabiliyetiyle hızla sarmaya başladık. Türk ihracatçısı, şoklara dayanıklı yapısıyla uluslararası pazarlarda bugün de gücünü kanıtıyor. Salgın

süreci her ne kadar ilk etapta fuarlar ve ticaret heyetlerini sekteye uğratsa da, gerek Bakanlığımız gerekse Meclisimiz ve Birliklerimiz değişen şartlara sağladıkları uyum kabiliyetiyle fuarların sanal ortamda gerçekleştirilmesi için önemli çalışmalar yaptı.”

TARIM MAKİNELERİ İHRACATI 1 MİLYAR DOLARI AŞTI

Tarım makinelerinin 1 milyar doları aşan ihracatıyla, dış ticaret fazlası verdiği ürünler arasında yer aldığı bilgisini veren Gülle, konuşmasına şöyle devam etti: “Tarım ve hayvancılıkta kullanılan birçok makinenin ihracatında son yıllarda dikkate değer bir artış yaşanmış durumda. Aynı zamanda tarım makineleri, güvenli gıdaya erişimde ve tarımın ilerlemesinde stratejik bir rol oynuyor. Tarımda makineleşme sayesinde, bugün daha az insan gücüyle daha verimli üretim mümkün olabiliyor. Önümüzdeki dönemde, tarım makineleri üreticilerimizin inovatif vizyonu ve efektif çalışmalarıyla üretim ve ihracat rakamlarını tıpkı son 20 yılda olduğu gibi katlayacağına yürekten inanıyoruz. TİM olarak, İhracatçıların ‘yeni normale’ adaptasyonları noktasında yapılacak olan her tür ‘Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi’ faaliyetini destekliyoruz.”

İŞ'TE KOBİ İLE İŞİNİZE GÜÇ KATIN



KOBİ'ler, girişimciler, çiftçiler ve esnaf
İŞ'TE KOBİ'de buluşuyor, güçlerine güç katıyor.

Ayrıntılı bilgi: istekobi.com.tr



Türkiye'nin ilk sanal fuarı katılım rekoru kırdı

TİM'in salgınla mücadele eylem planı kapsamında düzenlediği Türkiye'nin ilk sanal fuarı olma özelliğini taşıyan Shoedex 2020 Ayakkabı ve Saraciye Fuarı 1-4 Haziran tarihleri arasında yapıldı ve katılım rekoru kırdı.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), salgının ihracattaki etkilerini azaltmak hedefiyle Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi kapsamında yürüttüğü çalışmalara bir yenisini daha ekledi. TİM, Ticaret Bakanlığı koordinasyonu ile Mayıs ayında Özbekistan ve Kenya'da gerçekleştirilen ve önümüzdeki aylarda 28 ülkede daha planlanan Sanal Ticaret Heyeti programlarına paralel olarak sanal fuar platformunu da açtı. Ticaret Bakanlığı desteği ve TİM'in koordinasyonu ile Ege İhracatçıları Birliği tarafından Türkiye'nin ilk sanal fuarı olma özelliğini

taşıyan Shoedex 2020 Ayakkabı ve Saraciye Fuarı 1-4 Haziran arasında www.shoedex.events internet adresli fuar platformunda gerçekleştirildi. Shoedex platformu, firmaların yurt dışı alıcılara ürünlerini sergileme imkânı sağlarken, online B2B görüşmeler ile yeni iş ilişkilerinin tesisini de mümkün kıldı. 31 katılımcı firma ile 50 ülkeden 250'i aşkın alıcı ve binden fazla iş görüşmesinin yapıldığı fuarın açılışına Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, TİM Başkanı İsmail Güllü, Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar katıldı. Etkinliğin moderatörünü ise Oylum Talu üstlendi.

“FUAR AÇIĞIMIZI YERLİ TEKNOLOJİYLE KAPATACAĞIZ”



Açılıшта konuşan TİM Başkanı İsmail Gülle, pandemi nedeniyle küresel ticaretin büyük bir yara aldığını, salgın sonrası dönemde

ise güvenilir tedarik kabiliyetine sahip ülkelerin bir adım önde olacağını belirterek “Özellikle salgın sonrası dönemde küresel tedarik zincirinde bir dönüşüm kaçınılmaz oldu. Bu bağlamda ‘Güvenilir Liman Tedarikçi Türkiye’ konumumuzu peçinlemek için çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. İçinde bulunduğumuz bu dönemde küresel değişim ve dönüşüm sürecinde yeniliklere açık olmak oldukça önemli. 20. yüzyılın sonlarına kadar konvansiyonel metotlarla ilerlemiş olan uluslararası ticareti, dijital platformlar sayesinde, bugün yepyeni bir modele, iş yapma anlayışına taşıyoruz. TİM olarak, ihracatçılarımızın ‘yeni normale’ adaptasyonları noktasında yapılacak olan tüm ‘Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi’ faaliyetlerini destekliyoruz” dedi.

Türkiye’nin 20 yılda 30 milyar dolardan 180 milyar dolara sıçrayan ihracatına rağmen fuar merkezi kapasitesinin sınırlı kaldığına dikkat çeken Gülle, sözlerini şöyle sürdürdü: “Yeni normalde, bu açığımızı yüksek teknolojiyle kapatmaya çalışacağız. TİM olarak bizler de temaslarımızda yüksek teknolojiyi kullanıyoruz. Sanal fuarlarımızı tamamen yerli yazılım ile gerçekleştiriyoruz. Sanal fuarcılığa da imkân sağlayan teknolojiyle donatılmış yeni nesil fuar merkezlerini Türkiye ekonomisine kazandırmamız gerekiyor. Tüm katılımcı firmalarımızı, yenilikçi yaklaşımları ve cesur adımları sebebiyle tebrik etmek istiyorum. Ayakkabı ihracatında ilk vakanın görüldüğü 10 Mart’tan bu yana yüzde 83, deri eşya ve saraciye ihracatında ise yüzde 58’lik bir daralma yaşandı. İhracatçıların azmi ve kararlılığı, ihracat hedeflerimize giden yolu aydınlatıyor. İhraç pazarlarımızda başlayan normalleşme adımları ile beraber, sektörlerimizin hızlı bir rehabilitasyon süreciyle



TİM Başkanı İsmail Gülle, “Sanal fuarlarımızı tamamen yerli yazılım ile gerçekleştiriyoruz. Sanal fuarcılığa da imkân sağlayan teknolojiyle donatılmış yeni nesil fuar merkezlerini Türkiye ekonomisine kazandırmamız gerekiyor. Tüm katılımcı firmalarımızı, yenilikçi yaklaşımları ve cesur adımları sebebiyle tebrik ediyorum” dedi.

bizleri alıştırdıkları rekorlara yeniden kavuşturacağına hiç şüphe yok.”

“10 BİN FUAR ERTELENDİ VEYA İPTAL EDİLDİ”



Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay konuşmasında salgının 6,3 milyon insanı etkilediğini söyleyerek, “Bu

dönemde dijital platformların, elektronik ticaretin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha görmüş olduk. Ticaret Bakanımız Ruhsar Pekcan’ın her zaman üzerinde durduğu konulardan biriydi. Geçen ay içinde Cumhurbaşkanı kararnamesiyle yeni destek paketini açıkladık. Bu sene dünyada 10 bin fuar iptal edilmiş ya da ertelenmiş durumda. 138 milyar euro kayıptan bahsediliyor. Fuar bu açıdan önemliydi. Sanal ortamda ürünlerimizi



50

Fuara katılan ülke sayısı



1000

Fuar boyunca yapılan iş görüşmeleri



“AYAKKABI VE SARACİYE SEKTÖRLERİNE CAN SUYU OLACAK”



Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi ise konuşmasında “Ege Deri ve Deri İhracatçıları Birliğimiz

üye 31 Ayakkabı ve Saraciyeye ihracatımız dünyanın dört bir tarafından 250 ithalatçının ziyaret ettiği fuarda en yeni koleksiyonlarını sundu. Shoedex 2020 Fuarı, Nisan ve Mayıs aylarında ihracatında büyük düşüşler olan Ayakkabı ve Saraciyeye sektörlerimize can suyu oldu. Önümüzdeki dönemde tarım ve gıda ihracatımızın artması için gıda sektörümüze yönelik dijital fuar hazırlıklarımıza başladığımızı buradan duyurmak istiyorum. Haziran ayı sonunda ya da Temmuz başında gıda sektörüne yönelik dijital fuarımızı gerçekleştireceğiz. Ege İhracatçı Birlikleri olarak 2020 yılını Sürdürülebilirlik Yılı ilan etmiştik. Salgın sürecinde ihracatta sürdürülebilirliği sanal fuarlar ve sanal ticaret heyeti organizasyonları ile sağlayacağımıza inanıyoruz” dedi.

“KATMA DEĞERİ ARTIRACAK YATIRIMLARA HAZIRIZ”



Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar, “Sanal fuarlarda ürünlerin en etkin ve anlaşılır

bir biçimde sunulmasını sağlayarak katma değeri arttıracak bu yatırımları biz firmalar olarak yapmaya hazırız. Sektörler olarak bundan sonra mesafeleri ortadan kaldıracak her türlü gelişimi takip etmeliyiz. Dünya üzerinde yer alan global toptan satış sitelerine ve e-ihracat platformlarına gerekli yatırımları yaparak oradaki mevcudiyetimizi devamlılaştırmalıyız. TİM Başkanımız İsmail Güllü'nün oluşturduğu ve benim başkanlık ettiğim TİM sanal fuarlar komitesi, bundan sonra ülkemizde gerçekleşecek sanal fuarlara ışık tutacak, bu zorlu süreçte firmalarımızın ihracatını devam ettirmelerinde etken olacaktır” şeklinde konuştu.

gerçek ortamdaymış gibi gösterme imkânına kavuşacağız” dedi.

Shoedex Fuarı'nda üç gün süreyle B2B görüşmelerin yapıldığına değinen Turagay, “Ülkemizin ne kadar önde olduğunu gösterdik. Bizim için büyük bir avantaj oldu” diyerek şöyle devam etti: “Küresel tedarik zincirinde değişme söz konusu. Ülkeler tek pazara bağımlılığın sıkıntılarını gördüler ve bu çeşitlendirmede bu küresel tedarik zincirine katılmada bizim firmalarımıza çok büyük fırsatlar doğuyor, iyi bir şekilde değerlendirmeliyiz. Bu yılın ilk iki ayında yüzde 4'ün üzerinde büyüme vardı. Mart ayında yavaşlama söz konusuydu. Nisan-Mayıs zor aylardı. Ekonomik güven endeksinde Mayıs ayı itibarıyla toparlanmayı görüyoruz. İlk çeyreğin büyüme oranı yüzde 4,5'dü. Salgın olmadığı dönemde Türkiye şahlanmaya başlamıştı. Avrupa ülkeleri dahil OECD ülkeleri içerisinde en yüksek birinci çeyrek büyüme hızını gerçekleştiren ülkelerin içinde biz yer alıyoruz. Avrupa'da toparlanmayı görüyoruz. İhracatçılarımızı desteklemeye devam edeceğiz. Türkiye'nin daha yukarılara gidebilmesi yerli sanayiye geliştirmesi gerekiyor. Yenilikçi fikirlerle sanal fuarları bizim önümüze taşıyan ihracatçılarımızla tarih yazalım.”

Ticaret Bakan Yardımcısı Rıza Tuna Turagay, “Küresel tedarik zincirinde değişme söz konusu. Ülkeler tek pazara bağımlılığın sıkıntılarını gördüler ve bu çeşitlendirmede, bu küresel tedarik zincirine katılmada bizim firmalarımıza çok büyük fırsatlar doğuyor, iyi bir şekilde değerlendirmeliyiz” dedi.



Kuzey Ren-Vestfalya'da Yeni Yatırım Fırsatları Avrupa'daki Ticaret ve Yatırım Merkeziniz

Bir bölgeyi güçlü bir ticaret ve yatırım merkezi yapan en önemli şey; ekonomik güç, altyapı ve kültürel yaşam gibi faktörlerin mükemmel etkileşimidir. Bu bakımdan Kuzey Ren-Vestfalya birçok açıdan eşsizdir. Almanya'nın bu en kalabalık nüfusa sahip olan eyaletinin size sunduğu sayısız imkân ve koşullardan faydalanın. Hangi sektör veya proje için olursa olsun, yeni fırsatlar için ideal yatırım ortamını burada bulacaksınız. Yaklaşık 20.000 yabancı şirket tercihini metropol bölge Kuzey Ren-Vestfalya lehine kullandı. Bizimle iletişime geçin ve sizi de memnuniyetle bilgilendirelim. Bir One-Stop-Acentesi olarak yatırım projelerinizde size destek veriyoruz: www.nrwinvest.com



“Yerel paralarla ticaretin artırılması yönünde çalışmalar yapmalıyız”

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan aralarında TİM Başkanı İsmail Gülle'nin de bulunduğu İstişare Kurulu ile 5 Haziran'da video konferans yöntemiyle bir araya geldi. Pekcan, pandemi döneminde ülkelerin daha korumacı ve içe dönük politikalar izleyeceklerini belirterek, buna hazırlıklı olunması gerektiğini kaydetti.



Bakan Pekcan, yurt dışı lojistik merkezleri çalışmasına da ağırlık vereceklerini belirterek, yeni dönemde artık hızlı teslimatların yapılabileceği lojistik merkezlerinin önem kazandığını, bu sebeple söz konusu çalışmayı hızlandıracaklarını söyledi.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan başkanlığında yapılan İstişare Kurulu'nun 14. toplantısı, 5 Haziran günü video konferans yöntemiyle gerçekleştirildi. Toplantıya Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Başkanı Nail Olpak, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) Başkanı Bendevi Palandöken, Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) Başkanı Simone Kaslowski, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Başkanı Abdurrahman Kaan, Türkiye Müteahhitler Birliği (TMB) Başkanı Mithat Yenigün katıldı.

“BU SÜRECİ BAŞARILI BİR ŞEKİLDE ATLATACAĞIZ”

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, toplantıda yaptığı konuşmada, mayıs ayında açıklanan ihracat rakamlarına değinerek, yıllık bazda ihracatta düşüş olmasına rağmen mayıs ayında nisan ayına göre bir toparlanma ivmesi görüldüğünü dile getirdi. Bayram tatilleri nedeniyle daha az çalışma gününe rağmen mayısta nisan ayına göre ihracatın yüzde 10,8 arttığını belirten Pekcan, ihracatın ithalatı karşılama oranının ilk 5 ayda yüzde 74,6 olarak gerçekleştiğini, altın hariç bakıldığında bu oranın yüzde 80'e çıktığını söyledi. Mayıs ayında ara malı ve yatırım malı ithalatının toplam ithalatın yüzde 91,2'sini oluşturduğuna dikkat çeken Pekcan, şunları kaydetti: “Bu durumun en kısa zamanda üretime ve ihracata dönmesini bekliyoruz. Önümüzdeki dönemde hem en çok ihracatçı olduğumuz Avrupa Birliği ülkelerinin yeniden toparlanmasını bekliyor hem de dünya genelinde kademeli bir normalleşmeye geçişin olacağını düşünüyoruz. Bizim için haziran ayı bir geçiş dönemi ama biz bu geçiş dönemini çok hızlı atlattık. Sağlık alanında göstermiş olduğumuz performansımıza dayalı ayrışmamızı ekonomi ve ticaret alanında da göstermeliyiz. Bunun için yerinde adımlar atmamız ve devletimizin kaynaklarını en uygun ölçüde, doğru adreslerde kullanmamız lazım.”

“YEREL PARALARLA TİCARETİ ÖNE ÇIKARACAĞIZ”

Pandemi sürecinde ülkelerin içe kapanma dönemi yaşadığına işaret

eden Pekcan, “Salgını G-20 platformu, diğer küresel iş birliği toplantıları ve AB ülkeleri ile yaptığımız görüşmelerde değerlendiriyor, nasıl aşabileceğimiz ve önleyebileceğimiz üzerine koordine bir şekilde çalışıyoruz. Şu gerçeği yadsıyamayız, ülkeler biraz daha korumacı, biraz daha içe dönük politikalar izleyecekler. Biz de bu dönemde rezerv para birimlerine bağlılığın azaltılması ve yerel paralarla ticaretin artırılması yönünde iş insanlarımızla görüşüyoruz. Ticaret açığı verdiğimiz ülkelerdeki muhataplarımızla görüşmeler yapıyoruz. Bu bağlamda, DEİK İş Konseyi Başkanlarımızla bir araya geldik ve bu konularla değerlendirdik. 2019 yılına 7,6 milyar dolar civarında yerel paralarla ihracat, 11,1 milyar dolarlık da ithalat yapmışız. Yerel paralarla ticaret için swap altyapısının da gerçekleşmesi lazım. Bu konuda Hazine ve Maliye Bakanlığımız ile Merkez Bankamızın ciddi çalışmaları var. Onlarla da iş birliği içerisinde yerel paralarla ticareti ön plana çıkarmaya çalışıyoruz” diye konuştu.

‘YURT DIŞI LOJİSTİK MERKEZLERİ ÇALIŞMASINI HIZLANDIRIYORUZ’

Salgının Türkiye ekonomisi üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması, yerli sanayinin artan ithalat baskısına karşı korunması ve üretim kapasitesinin artırılması amacıyla yakın zamanda bazı ilave gümrük vergileri getirildiğini belirten Pekcan, “Dünyada olduğu gibi biz de bu geçici önlemleri almak zorundayız. Bu süreçte Türkiye’de üretilebilir bazı ürünlerin maalesef yurtdışından getirildiğini görüyoruz. Bizim aldığımız önlemler yerli üreticiyi korumaya yöneliktir. Yatırımcılarımıza, Ticaret Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olarak her türlü desteği vermeye hazırız. Yeter ki iş insanlarımız Türkiye’nin dışa bağımlı olduğu ürünlere yönelik yatırım yapsın” dedi.

Bakan Pekcan, yurt dışı lojistik merkezleri çalışmasına da ağırlık vereceklerini belirterek, yeni dönemde artık hızlı teslimatların yapılabileceği

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, “Salgın ile mücadelede tüm dünyada bulaşın yayılım hızının düşmesi, Irak ve İran’da pandeminin etkilerinin azalmış olması sebebiyle daha önce bu ülkelere yönelik uygulanan kısıtlamaları kaldırdık” dedi.

lojistik merkezlerinin önem kazandığını, bu sebeple söz konusu çalışmayı hızlandıracaklarını söyledi.

KISITLAMALAR KALDIRILDI

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, tüm dünyayı etkileyen pandemi nedeniyle bir süredir kapalı olan başta Habur ve Gürbulak olmak üzere İran ve Irak’a açılan gümrük kapılarının uluslararası yük taşımacılığına yeniden açıldığını da belirtti. Pekcan, “Salgın ile mücadelede tüm dünyada bulaşın yayılım hızının düşmesi, Irak ve İran’da pandeminin etkilerinin azalmış olması sebebiyle daha önce bu ülkelere yönelik uygulanan kısıtlamaları kaldırdık. Böylece, diğer gümrük kapılarımızda uygulanmakta olan sağlık ve güvenlik tedbirleri alınmak suretiyle ticari araç giriş-çıkışlarına yeniden izin verdik. Türkiye’nin önemli ticaret ortakları olan Irak ve İran’a açılan gümrük kapılarımızın uluslararası yük taşımacılığına yeniden açılması ile birlikte, ticaretimizin aksamaması için devreye alınmış olan temassız ticaret uygulamasına da son verildi” dedi.

18,7

MİLYAR DOLAR

2019 yılında yerel paralarla yapılan dış ticaret değeri



Türk Lirası'nın değerini ihracat korur

DR. CAN FUAT GÜRLESEL

Türkiye dışı açılma sürecine girdiği 1980'den bu yana ekonomide üç önemli dengesizlik yaşamaya devam ediyor. Bunlar yurt içi tasarruf açığı, döviz açığı ve enflasyondur. Bu dengesizlikler nedeniyle de Türk Lirası değer kaybetmektedir. Zaman zaman bu dengelerde iyileşmeler sağlanmış olmakla birlikte yapısal ve kalıcı bir iyileşme halen gerçekleşmemiştir. Döviz dengesi, yurt içi tasarruf dengesi ve fiyat istikrarı ancak ekonomide küçülmeler olunca veya çok sınırlı büyüme dönemlerinde sağlanabilmektedir ve bunlar da geçici olmaktadır. Ekonomi büyümeye başlayınca bu dengeler yeniden bozulmaktadır. Türk Lirası da yine değer kaybetmeye başlamaktadır.

Kalıcı çözüm Türkiye'nin döviz fazlası vermesi, böylece yurt içi tasarruf fazlasına ulaşması ve bunun da Türk Lirası'nda istikrar sağlamasıdır. Böylece fiyat istikrarı için gerekli koşullar da oluşmuş olacaktır. Bir başka deyişle Türk Lirası'ndaki istikrarı sağlayacak olan döviz fazlası verilmesi, bunun için de döviz kazandırıcı hizmetlere ve ihracata ağırlık verilmesidir. İhracata yönelik buna benzer söylemler zaman zaman kullanılıyor olmakla birlikte fiili uygulamada ihracat bir türlü hak ettiği önceliğe ulaşamamaktadır. Türkiye halen ihracatını toplam ihracatın binde 3'ü kadar desteklemektedir.

DIŞ BORÇLAR TASARRUF AÇIĞINI KAPATTI

Türkiye döviz dengesini sağlayamadığı gibi 2002 sonrası önemli ölçüde dış borç kullanmıştır. 2002 yılında 125 milyar dolar olan toplam dış borçlar 2018'de 450 milyar dolara kadar yükselmiştir. Türkiye bu dış borçlanmayı döviz kazandırıcı faaliyetlere ve bunların yatırımlarına kullanmak yerine daha çok döviz geliri



yaratmaya yatırmayı tercih etmiştir. Özellikle sanayi ve sanayi ihracatı dış finansman olanaklarından en az yararlanan alan olmuştur.

Dış borçlar diğer yandan 2002 sonrasında tasarruf açığını ve döviz açığını da geçici olarak kapatmıştır. Ancak Türkiye'yi kalıcı döviz ve tasarruf dengesi kurmaktan da alıkoymuştur. Diğer yandan geldiğimiz noktada dış borçların ödenmesi zamanı da gelmiştir. Ancak yeterli döviz geliri yaratamadığımız için döviz rezervlerimize başvurmakta ve döviz rezervlerimizi azaltmaktayız. Türk Lirası da böyle bir ortamda değer kaybetmektedir.

Türk Lirası'nın değer kaybı enflasyonu da beslemektedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası bu nedenle Türk Lirası'nın değer kaybını önlemek için 2019 yılı başından bu yana rezervlerinden 60 milyar dolara yakın döviz satışı gerçekleştirmiştir. Ancak Türk Lirası'nın değer kaybını önleyememiştir. Hatta tam tersine döviz rezervlerindeki gerileme nedeniyle Türkiye'nin riski daha da artmakta ve TL değer kaybı hızlanmaktadır. Enflasyon da yeniden yükselmektedir.

DÖVİZ FAZLASI VERİLMELİ

T.C. Merkez Bankası döviz satarak Türk Lirası'nın değerini koruyamayacaktır. Nitekim merkez bankasında biriken döviz rezervleri Türkiye net döviz fazlası verdiği için oluşmamaktadır. Tam tersine yabancı tasarruflar ile oluşmaktadır. Ancak son dönemde net yabancı tasarrufların kullanımı da tersine döndüğü için T.C. Merkez Bankası bankaların elindeki dövizleri kendisine çekebilme başta swap işlemleri olmak üzere çok sayıda düzenleme yapmakta ve dövizli işlemler zorlaştırılmaktadır.

Bunların hepsi geçici önlemlerdir. Nitekim T.C. Merkez Bankası'nın net döviz rezervleri bankalardan swap işlemleri ile gelen dövizler çıkartıldığında negatiftir. Bu da Türkiye'nin risk primini Pakistan, Mısır ve Ukrayna ile birlikte 500 puanın üzerinde tutmakta ve Arjantin ile Venezüella dışında bırakıldığında dünyanın en yüksek risk primine sahip 4 ülkesinden biri yapmaktadır.

Türkiye'nin tasarruf dengesi, döviz dengesi ve enflasyon sorunlarını yapısal ve kalıcı olarak çözmesi döviz fazlası vermesi ile mümkün olacaktır. Türk Lirası'na da istikrar ve itibar ancak bu koşullarda kazandırılacaktır. Dolar karşısında para birimini son 25 yıldır aynı seviyelerde tutan ve yüzde 1,0 enflasyon yaşayan Güney Kore buna en iyi örnektir. Türkiye ihracata hak ettiği önceliği verme konusunda yine önemli bir fırsat yakalamıştır. Covid-19 salgını sonrası oluşan koşullar içinde tüm tedarik zincirleri yeniden yapılanacaktır. Türkiye de bu fırsatı önce iyi analiz etmeli ardından da ihracata yönelik destekleri artırarak değerlendirmelidir. Türk Lirası'nda istikrar da böylece kalıcı olarak sağlanmalıdır.



ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ



2020 İÇİN BİZ

YARIN BUGÜNDENDEN DAHA GÜZEL OLACAK

2015 KARNE NOTUMUZ

2015'teki ilk başarı adımımızda en büyük destekçilerimiz birbirimiz olurken bu yolda hep birlikte ilerlemeye devam edeceğiz.

2016 KARNE NOTUMUZ

İkinci adımı, birinci adımdan daha büyük atarak 2016'da çalışmalarımızın sonucunda başarılı bir yıl hepimiz için bir ödüdür.

2017 KARNE NOTUMUZ

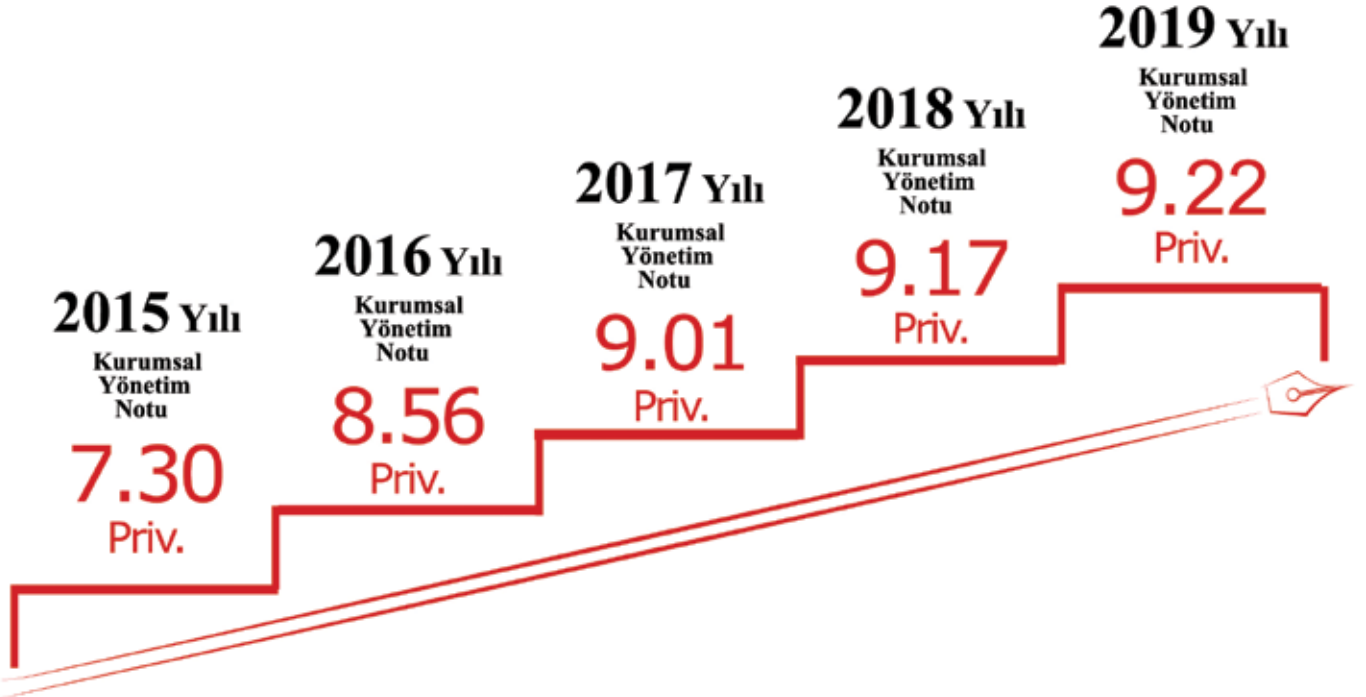
Toplumu bilgilendirme faaliyetlerimiz bizi daha başarılı yaptı.

2018 KARNE NOTUMUZ

Dün bitti! Bugün hep birlikte yarın için çalışıyoruz!

2019 KARNE NOTUMUZ

Durmadık !



Derecelendirme Kuruluşu : 

Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri A.Ş.



“Finans cephesinde son durum”

PROF. DR. EMRE ALKİN

Geçenlerde bankacılık sektörünün bazı yöneticileri ile bir araya geldik. Düzenleyici Otoritenin temsilcileri, bankacılar ve birkaç ekonomistin de bir arada olduğu sohbette, fonlanma piyasasındaki bazı gelişmeleri konuştuk. Konuşmaları aktarmayacağım. Ancak kendi görüşlerimi sizlere aktarmamda bir beis yok. Fonlanma piyasasına göz attığımızda, not edilmesi gereken bir durumla karşı karşıya olduğumuz anlaşılıyor. Kredi faizlerinin düşüş hızı fonlama maliyetlerinden daha hızlı. Özellikle banka harici finans kurumlarında bu durum, kâr marjının hızla daralmakta olduğunu gösteriyor.

Aktif Rasyosu uygulamasından sonra, bankaların kredi vermede neden tereddüt ettiği buradan da net olarak anlaşılıyor. Maliyetler olduğu yerde sayarken gelir tarafındaki düşüşün özel kuruluşlar için tolerans gösterilecek bir durum olmadığı aşikar. Buradan iki sonuç çıkacak gibi gözüküyor:

- Bilançoyu olabildiğince daraltmaya devam etmek
- Dayanamayıp tekrar kredi portföyünü hızla genişletmeye başlamak.

Bir yanda mevduat yükümlülüğü diğer yanda sermaye kârlılığının



giderek düşmesi finans kurumlarının yöneticilerini baskı altına alacak. Kamu bankaları, görev tariflerinin farklı olması sebebiyle bu gruptan ayrılmış durumdadır.

“MEVDUAT-KREDİ-FAİZ CEPHESİNDE İLGİNÇ GELİŞMELER VAR”

Bu arada ihtiyaç kredisi faizlerinin son kampanyalarla taşıt kredi faizlerinin altına gevşediğini de görüyoruz. Ticari kredi faizleri ile konut kredisi faizleri ise birbirleriyle düşüşte yarışıyorlar. Bu gelişmelerle beraber kamu bankalarının kredilerde özel bankalara göre en az 10 puan fark atarak yüzde 25'in

üzerinde genişlediğine de şahitlik ediyoruz. BDDK özel bankaların bu isteksizliğini görünce yeni ayarlamalar yaptı ve özellikle ihracat yapan firmalara kredi verilmesi için piyasayı zorluyor.

Aynı şekilde 13 haftalık ortalamalara göre, Aktif Rasyosu sebebiyle mevduat faizlerini düşürerek kabul etmeyen özel bankalara karşın, kamu bankalarının mevduatı yüzde 40'a yakın büyüttükleri gözüküyor. Aradaki fark neredeyse 20 puan diyebilirim. Özel bankaların isteksizliği kredi/mevduat oranlarından da anlaşılıyor. Kamu bankalarında bu oran yüzde 120'nin üzerinde seyrederken, özel bankalar yüzde 90'ların altına kadar düşmüş durumda.

Bu durum daha ne kadar devam edebilir bilemiyorum. Yukarıda da bahsettiğim gibi, önünde sonunda bankalar ve finans kurumlarını kritik bir karar bekliyor. Ya daralmaya devam edecekler ya da tekrar büyümeye karar verecekler. Orta ölçekli bankaların mecburen ikinci seçeneğe geçeceklerini söyleyebiliriz. Büyük bankaların hem müşteri hem de enstrüman çeşitliliğinde avantajlı olduklarını görüyoruz. Biraz daha dayanabilirler. Bu durumu banka ölçeklerine göre değişen kredi faizlerinden takip etmek de mümkün.

İhtiyaç kredisi faizlerinin son kampanyalarla taşıt kredi faizlerinin altına gevşediğini görüyoruz. Ticari kredi faizleri ile konut kredisi faizleri ise birbirleriyle düşüşte yarışıyorlar. Bu gelişmelerle beraber kamu bankalarının kredilerde özel bankalara göre en az 10 puan fark atarak yüzde 25'in üzerinde genişlediğine de şahitlik ediyoruz.



Türkiye'nin Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan Yükselen Gururu myTECHNIC Uçak Bakım ve Onarım Merkezi

Kuruluşumuzdan bu yana **700'**ü aşkın personelimizle **50** farklı ülkeden **150** havayoluna hizmet vererek, **1200'**ü aşkın uçak ve motor bakımı ile ülkemizin gururu olduk!

60.000 metrekare kapalı alanımızda, halen Türkiye ve civar ülkelerdeki en büyük özel uçak bakım onarım merkezimizde, **Boeing** ve **Airbus** uçaklarının gövde, komponent ve motor bakımlarının tamamını yapabilmekten mutluluk duyuyoruz!



Adres: Sabiha Gökçen Havalimanı
İstanbul/Türkiye

Telefon: +90 216 5880570 Faks: +90 216 5880572



@mytechnic



@mytechnic.aero



@myTECHNIC_MRO



www.mytechnic.aero

Kalitenin ve markalaşmanın önemi

CEM YILMAZ, MSC BAŞ DENETÇİ, SMMM

Türkiye'nin dış pazarlarda önündeki en önemli engellerden birisi Türk malı imajıdır.

İhracatımızı artırmak için ürün ve hizmet kalitemizi sürekli artırmak zorundayız. "Kalite satar" diye bir ödeyiş vardır ve birçok firma, alıcıları çekmenin en iyi yolunun daha üstün bir ürün üretmekten geçtiğine inanır. Kaliteye öncelik veren işletmeler, promosyon, dağıtım ve fiyat gibi başka faktörlerin de talebi etkilediğini ama bunların ürünün kendisinden çok daha az önemli olduğunu düşünür.

İlk başta, bu yaklaşım irrasyonel görünebilir. Ne de olsa bazı pazarlarda düşük fiyatlar kritiktir. Rekabetçi avantajı, düşük fiyat işletme modeline dayanır. Bu model, şirketlerin rakiplerinden daha düşük fiyatlar sunabilmesine imkân tanır. Fakat bazı düşük fiyatlı ürünler veya hizmetler, özellikle de ürünlerin kalitesi düşükse müşteriler için sahte bir tasarruf anlamına gelebilir ve bunları tamir ettirmek veya değiştirmek, müşterilerin ekstra harcamalar yapmasını gerektirebilir.

SATILAN ÜRÜNÜN HACMİNİ ARTIRIN

Gelirleri artırmanın bir diğer olası yolu, satılan ürünlerin hacmini artırmaktır. Bazı firmalar, rakiplerden pazar payı kapmak için reklam kampanyaları düzenleyerek bu amaca ulaşmaya çalışır. Fakat promosyon aracılığıyla gelirleri artırmaya çalışmanın problemi, genellikle pahalı olmasıdır. Kaliteli bir ürün sunmak, bu düşük fiyatlı veya yüksek hacimli yaklaşımlara alternatif olabilir. Bu strateji, müşterilere devam etmek veya tekrar tekrar satın almak isteyebilecekleri yüksek standartlarda bir ürün sunarak müşteri memnuniyetini



artırır ve böylelikle firmanın gelirleri artırma amacına hizmet edebilir.

Yüksek kalitede ürünler güven verir. Kalite, yalnızca en iyi bileşenlerin kullanılmasından ibaret değildir. Tasarım da yüksek kaliteli bir ürünün elde edilmesinde önemlidir. Çünkü tasarım, müşteriye yüksek fiyat ödeyebileceği yeni faydalar sunabilir. Ürünlerine fark getirebilecek özellikler dahil etmeyi başaran işletmeler, daha yüksek fiyatlar belirleyerek bu özelliklerin sağladığı katma değerden faydanabilir.

MARKA SADAKATI GELİŞTİRİR

Kalite, düşük fiyatlı ürünlerde bile önemli bir satış faktörü olabilir çünkü

marka sadakati geliştirir ve ürünün tekrar satın alınmasını sağlar. İyi kalitenin bir diğer göstergesi, müşteri beklentilerini aşan bir şekilde hizmet sunmaktır. Bu müşterinin sorunlarına hızla yanıt vermek veya etkin olmak şeklinde tezahür edebilir. Ürünün kalitesi kuşkusuz çok önemlidir. Ancak daha da önemlisi algılanan kalitedir. Ne kadar kaliteli ürün yaparsanız yapın eğer o ürün tüketiciniz tarafından kaliteli algılanmıyorsa ticari başarı yakalanamaz. Kaliteli olmak yetmez kaliteli olarak algılanmak da gerekir. Bunun için algılanan kaliteyi sürdürmek ve geliştirmek için programlar yapmak hatta kalite ve pazarlama gruplarının birlikte çalışmasını sağlamak gerekir.

Ülkemizin gelişme ve istihdam yaratmak için kaynağa ihtiyacı var. Ülke potansiyelini hayata geçirebilmek için iç kaynaklarımız yetersiz. Bu nedenle dış dünyadan borçlanıyor ve yarattığımız sınırlı kaynakları faiz olarak ödemek zorunda kalıyoruz. Büyüme ve gelişmeyi finanse etmekte zorlanıyoruz. Bunu aşmak için üretime ve ihracata daha fazla odaklanmalıyız. Eskiden neredeyse sadece tarım ürünlerinde oluşan ihracatımız son dönemlerde daha fazla bir oranda artarak sanayi ürünlerinden oluşur hale geldi. Sonuç olarak ekonomik gelişmemizi hızlandırmak ve kalıcı hale getirebilmek için, kalite ve markalaşmaya daha fazla önem vermek zorundayız.

Bir ürünün kalitesi kuşkusuz çok önemlidir. Ancak daha da önemlisi algılanan kalitedir. Ne kadar kaliteli ürün yaparsanız yapın eğer o ürün tüketiciniz tarafından kaliteli algılanmıyorsa ticari başarı yakalanamaz.

YURT DIŞI

GÖNDERİ NOKTASI!

INTERNATIONAL DELIVERY POINT

Türkiye'nin sınırlarını aşıyoruz!
Yurtiçi Kargo, çözüm ortağı Geopost
ile birlikte **220 ülkeye**, yani neredeyse
her ülkeye gönderilerinizi ulaştırmak
üzere yine sizin yanınızda.

Tabi ki, söz verdiğimiz gibi...



Hindistan Türk ürünlerini sanal ortamda tanıdı

İlk defa mayıs ayında hayata geçen Sanal Ticaret Heyeti programları, haziran ayında bu kez Hindistan'a yönelik düzenlendi. Türkiye'nin tarım ve gıda ürünleri Hindistanlı ithalatçı firmalara tanıtıldı.



ve mamulleri, meyve sebze mamulleri, su ürünleri ve hayvansal mamuller, süs bitkileri ve mamulleri, tütün, zeytin ve zeytinyağı, gıda ve gıda dışı hızlı tüketim ürünleri, tarım makineleri, soğuk hava depoları ve iklimlendirme başta olmak üzere çeşitli ürün yelpazesinden 21 ihracatçı firmayı 63 Hindistanlı ithalatçı firmayla bir araya getirdi.

TÜRKİYE'NİN İHRACATI İÇİN BÜYÜK POTANSİYEL TAŞIYOR

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: "Dünyanın en büyük nüfuslu ikinci ülkesi Hindistan, ciddi satın alma gücü bulunan 300 milyona yakın tüketicinin yaşadığı istikrarlı ve hızlı büyüyen pazara sahip. Hindistan'da tarımsal üretimin büyük ölçüde iklime bağımlı olması ve nüfus özellikleri nedeniyle tarım, gıda ve gıda dışı hızlı tüketim ürünleri, tarım makineleri, soğuk hava depoları ve iklimlendirme sektörleri, Türkiye'nin ihracatı için büyük potansiyel taşıyor. Sanal ticaret heyeti programının, bu potansiyelin ortaya çıkarılmasında ve uluslararası ticaret hacminin düştüğü bu dönemlerde Türkiye'nin ihracatına önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum."

Koronavirüs tedbirleri nedeniyle fiziksel olarak gerçekleştirilemeyen Genel Ticaret Heyeti Programları yerine, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın talimatıyla Bakanlığın öncülüğünde ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) organizasyonu ile ilk defa mayıs ayında hayata geçen Sanal Ticaret Heyeti programları, haziran ayında da hız kesmeden devam etti. İlk program, mayıs ayında Özbekistan ve Kenya'ya yönelik düzenlenmişti. Sanal Ticaret Heyeti programlarının üçüncüsü 15-19 Haziran'da Hindistan'a yönelik yapıldı.

Program kapsamında Ticaret Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) yetkilileri, Türkiye'nin Yeni Delhi Büyükelçisi Şakir Özkan Torunlar, 21 Türk ihracatçı firma arasında video konferans görüşmeleri yapıldı, ardından yine sanal ortamda ikili şirket görüşmelerine geçildi. Program, fındık ve mamulleri, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, kuru meyve

TEMMUZDA SIRADA NİJERYA VE PAKİSTAN VAR

Programlara 13-17 Temmuz'da çimento, demir-çelik, cam, seramik, toprak ürünleri ve enerji başta olmak üzere geniş bir alanda Nijerya ile devam edilecek. Pakistan Sanal Ticaret Heyeti Programı da 20-24 Temmuz'da makine ve aksamları, çelik, iklimlendirme, otomotiv ve yedek parça, çimento, cam, seramik ve toprak ürünleri, demir ve demir dışı ürünler, elektrik, elektronik ve medikal başta olmak üzere geniş bir ürün yelpazesine yapılacaktır.



Markanızı, buluşunuzu, tasarımınızı
37 yıldır koruyoruz.



destekphone: 444 43 44

www.destekpatent.com

Eclipse Business D Blok No:2, Maslak 34398 İstanbul
T. 0212 329 00 00 F. 0212 346 02 64



15



Beraberlik Ruhunun Uyanışı TEMMUZ

Türk milleti dört yıl önce FETÖ tarafından kalkışılan darbe girişimini Çanakkale ve Kurtuluş Savaşlarındakine benzer şekilde milli beraberlik ruhu ile topyekûn direnç göstererek ve bedenini tankların ve kurşunların önüne atarak bertaraf etti. Kalkışmayı şehitler vererek engelleyen Türkiye, bütün dünyaya örnek olacak bir milli beraberlik mücadelesi ortaya koymuş oldu.

Türkiye, 15 Temmuz 2016 tarihindeki darbe girişimi sonrası yerli ve milli üretim ilkesi ile savunma sanayii başta olmak üzere birçok alanda dışa bağımlılığını azaltmayı başardı. Kaynakların doğru alanlara yöneltilmesiyle de katma değerli milli teknolojilere ağırlık verilerek, yerli savunma sanayii projeleriyle dünyaya artık eski Türkiye'nin olmadığı mesajı verildi.

1 5-16 Temmuz 2016 Cuma günü Türkiye'nin siyasi, toplum ve ekonomi tarihinde önemli bir dönüm noktası olarak kayda geçti. Fethullah Gülen Terör Örgütü'nün (FETÖ) darbe teşebbüsü, milli beraberlik ruhu ile direnç gösterilerek başarısız hale getirildi. Kalkışma sonrası, üzerindeki ölü toprağını atan Türkiye, dünyada geri kalmış ve gelişmiş ülkelerin sömürmesine maruz kalmış ülkelerin hamisi ve abisi oldu ve bu ülkeler için örnek alınacak bir ülke konumuna geldi.

Bu, Türkiye'nin omuzlarına büyük bir sorumluluk da yükledi. Artık sadece kendi vatandaşının refahı için uğraşmanın yanı sıra dünyanın dört bir tarafındaki mazlum insanların da refahı için mücadele etmeye başladı ve onların uluslararası platformlarda sesi oldu.

Bir uyanışı başlatan Türkiye,

pandemi süresince birçok gelişmiş ülkenin aksine sergilediği kriz yönetimiyle virüsle mücadelede ve virüse yakalanan vatandaşlarının hayatını kurtarmada büyük başarı elde etti.

ARTIK DÜNYADA HİÇBİR ŞEY ESKİSİ GİBİ OLAMAYACAK

Yeni normal ile birlikte birçok ülke tedarik zincirlerinde aksamalar yaşadı ve Çin gibi sadece bir ülkeye bağlı kalmaktan rahatsız oldu ve yeni dönemde alternatif üretici ülke arayışına girdi. Hain kalkışma gibi pandemi ile de mücadelede başarı elde eden Türkiye, artık güçlü ordusu, teknolojik yatırımları, yerli ve milli üretimi ile dünyanın parlayan yeni yıldız ülkesi olma yolunda ilerliyor. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın da her ortamda belirttiği gibi dünyanın beş büyük ülkenin



kararları ile yönetilemeyeceği, Türkiye gibi ülkelerin de dünya ile ilgili karar verilirken artık masada olması gerektiği ve Türkiye'nin birçok ülkenin sözcüsü konumuna geldiği tüm dünyaya ispatlandı. Bunun en son örneklerinden birinin de Volkan Bozkır'ın Birleşmiş Milletler (BM) Genel

Kurul Başkanlığı'na seçilmiş olması gösteriliyor. Artık diplomasi masasında da kazanmaya başlayan Türkiye, sadece Irak, Suriye ve Libya'da değil, ihtiyaç duyan dost ve kardeş ülkelere yanında olacağı mesajını her platformda gösteriyor.

Uyanış sürecinde en büyük destek ise, ülkenin ihtiyacı olan döviz girdisinin en büyük kaynağı konumundaki 95 bin ihracatçının çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi'nden geldi.

Bu sayede ülke ekonomisi kısa sürede toparlanmaya başladı, yatırım-üretim-ihracat döngüsü daha da güçlenerek ülkenin kalkınmasına, istihdamına en büyük desteği verdi.

Kalkışmaya karşı oluşan milli birlik ruhunun covid-19 salgını süresince de aynı başarıyı ortaya koyduğu görüldü.

Ülkelerde aydınlanma başladı

FETÖ darbe girişimi Türkiye'nin siyasi ve ekonomisi anlamında yeniden dirilişi olurken, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde aydınlanma sürecini başlattı. Türk siyasetçiler, FETÖ yapılaşmasının olduğu ülke politikacılarını ve iş dünyasını ziyaret ederek tecrübelerini

anlattı ve her türlü desteğe hazır olduklarını vurguladı. Türkiye örneği, bu ülkelerde de bir aydınlatma başlattı ve örgütün yapılanmasının önüne geçti. Ziyaretler sonrası, Türkiye'nin çok sayıda ülke ile siyasi ve ekonomik ilişkileri de olumlu yönde gelişmeye başladı.

Kalkışma sonrası ölü toprağını üstünden atan Türkiye, kalkınmasına engel olan ve ayağına pranga vuran yapıdan kurtularak, kaynaklarını doğru alanlarda kullanmaya başladı.

güven mesajı verdi. Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak bizler de yurt dışında çeşitli ziyaretlerde bulunarak lobi çalışması yürüttük ve iyi ilişkilerin meyvelerini de toplamaya başladık” diyor.

SEKTÖR VE PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİYLE TOPARLAMA HIZLANDI

FETÖ ile bağlantılı olan şirketler üzerinden yurt dışına kaçırılan 100 milyar dolara yakın para da ekonomiyi bu süreçte olumsuz etkiledi. Tüm bunlara rağmen, darbe girişimi sonrası geçen dört yılda hükümet, bankalar, ihracatçılar birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışarak süreci çok iyi yönetti. Yurt içindeki yatırımlar hız kesmedi.

Örgüt mensuplarının siyaset ve askeriye dahil kamu kurumlarındaki örgüt bağlantılarının koparılması ile kurumların konsantrasyonu sorumluluk alanlarıyla sınırlandırıldı. Türkiye, önceliği yerli sanayi odaklı ekonomide büyümeye verdi. Son dört senede ülke ihracatı tarihi rekorlara imza atarken, üretim ve ihracatta yerlilik oranı artmaya başladı. Artan ihracatın yanında alternatif ihracat pazarları da oluşturuldu ve birçok ülke ile ikili yeni anlaşmalar imzalandı. Son dört senede cari açık biraz daha azaldı.

EKONOMİ İHRACAT İLE BÜYÜYOR

2015 yılında yüzde 6,1 büyüyen Türkiye ekonomisi, darbe girişiminin de olumsuz etkisiyle 2016’da yüzde 2,9 ile sınırlı bir büyüme gerçekleştirebildi. Siyasi ve özel sektörün birlik ruhu mücadelesi, 2017 yılında büyümeyi yüzde 7,4 seviyesine çekmiş olsa da 2018 yılı ile birlikte dünya ekonomisinde yaşanan belirsizlikler, ticaret savaşları ve engeller nedeniyle büyüme, 2018’de yüzde 2,6’ya 2019’da ise yüzde 0,9’a düştü. Covid-19 pandemisi nedeniyle büyük

İhracatçı sayısı son beş yılda

%30,7 arttı.

Yıllık İhracat

%19,8

5 Milyar Dolar Üzeri İhracat Yapılan Ülke Oranı

%25

1 Milyar Dolar Üzeri İhracat Yapılan Ülke Oranı

%11,8

Türk Lirası ile İhracat

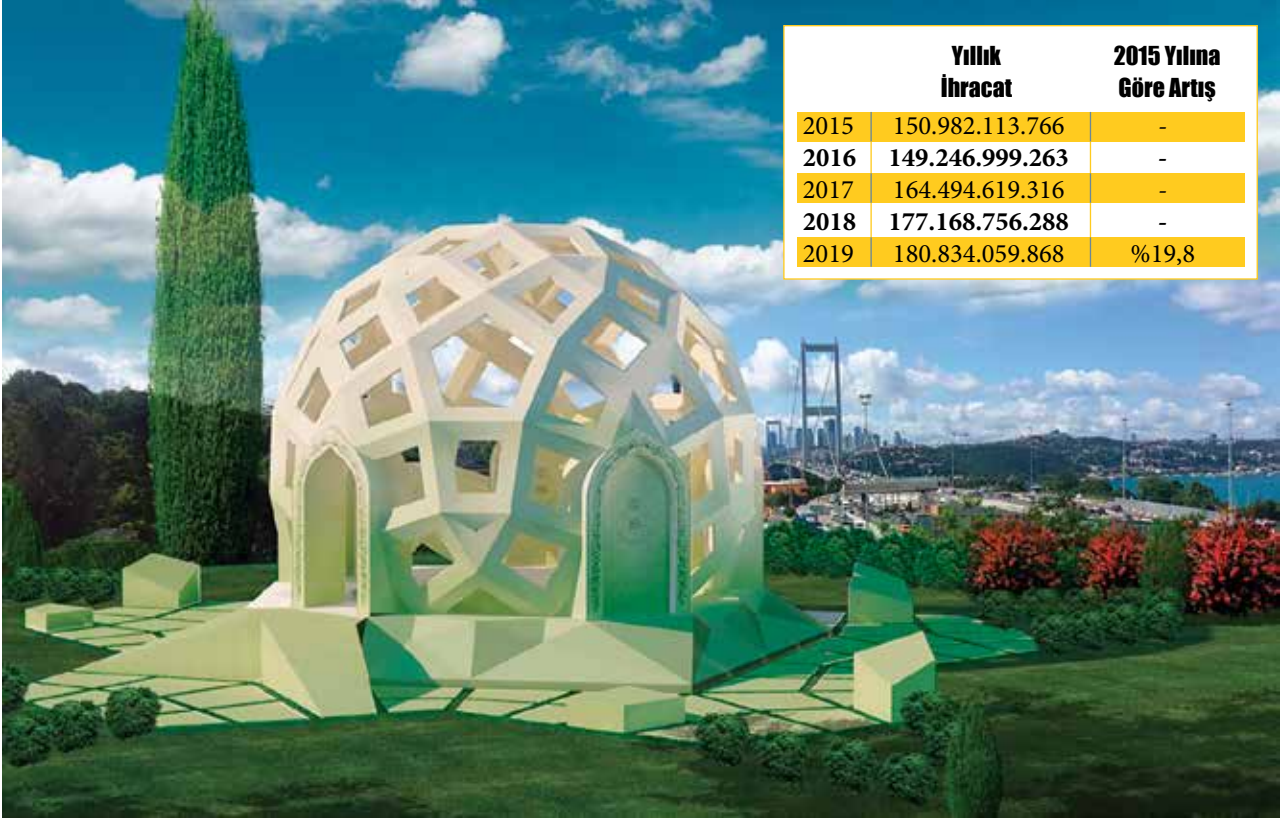
525,5

TÜRKİYE KRİZLERDE HIZLI AKSİYON ALABİLİYOR

“İhracatçılarımız başta olmak üzere Türkiye iş dünyamız, kriz dönemlerinde hızlı aksiyon alabilme kabiliyetine sahip” diyor Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Gülle ve bu özelliğinin dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde de öne çıktığını belirtiyor. Gülle, dünyanın eve kapandığı bir dönemde Türkiye’nin üretmeye devam ettiğinin altını çiziyor.

İhracatçılar olarak 15 Temmuz hain darbe girişiminde de üretimi durdurmadıklarını hatırlatan Başkan Gülle, “O dönemde ihracatçılarımız, bizzat üretimin başında durarak ülke için üretmeye devam edecekleri mesajını verdi. Her bir ihracatçı, yurt dışındaki müşterileriyle görüşerek

	İhracatçı Sayısı	2015 Yılına Göre Artış
2015	69.330	-
2016	72.195	-
2017	77.730	-
2018	83.279	-
2019	90.617	%30,7



	Yıllık İhracat	2015 Yılına Göre Artış
2015	150.982.113.766	-
2016	149.246.999.263	-
2017	164.494.619.316	-
2018	177.168.756.288	-
2019	180.834.059.868	%19,8

ekonomilerin küçüldüğü 2020 yılının ilk çeyreğinde Türkiye ekonomisinin yüzde 4,5 büyüyerek yıla hızlı bir başlangıç yapması dikkatleri çekti.

Ekonominin en büyük itici gücü ise ihracat oldu. Türkiye'nin genel ihracatı, 2019 yılında 180 milyar dolar ile

tarihi bir rekora imza attı. Türkiye'nin ihracatçı ordusu 100 bine yaklaştı.

TÜRKİYE EN ÇOK YARDIM YAPAN ÜÇÜNCÜ ÜLKE OLDU

Sahip olduğu sektör çeşitliliğiyle bölgesinin en önemli üretim merkezi olan Türkiye, salgın döneminde de başarılı bir sınav verdi. Kovid-19 salgınının en hızlı yayılım gösterdiği mart ve nisan aylarında dahi üretime ara vermeyen Türkiye, dünya genelinde evlerine kapanan insanların ihtiyaç duyduğu tarım ve gıda ürünlerinin tedarikini sağlayarak güven tazeledi. Türkiye, AB başta olmak üzere ticaret partnerleri için güvenilir bir liman olduğunu bir kez daha kanıtladı. Pandemi sürecinde maske ve koruyucu elbise tedarikinde öncü rol oynadı. Dışişleri Bakanlığı'ndan yapılan açıklamada, Türkiye'nin İngiltere, İtalya ve İspanya gibi önemli müttefiklerinin de aralarında bulunduğu yaklaşık 40 ülkeye yardım ulaştırdığı belirtildi. Türkiye pandemi süresince, Çin ve ABD'nin ardından, dünyada en çok yardım yapan üçüncü ülke oldu.



ÜRÜNLER ÇEŞİTLENDİ SEKTÖRLER BÜYÜDÜ

Savunma sanayii başta olmak üzere son 20 yıldır dışa bağımlılığı azaltmak için yerli ve milli teknolojiye yönelik çalışmalar yürüten Türkiye, darbe girişimi sonrası yerli teknoloji alanında yatırımlarını artırdı. 2019 yılında yayımlanan Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı ile orta-yüksek ve yüksek teknoloji seviyeli sektörlerdeki katma değeri yüksek ürünlerin ve bu sektörlerin gelişimi için kritik önemi haiz ürünlerin üretimini artırmaya yönelik yatırımlar desteklenecek. Türkiye'nin yıkıcı teknoloji olarak adlandırılan yeni alanların en az birinde, küresel marka olacak en az 23 akıllı ürün çıkarma hedefi bulunuyor.

SAVUNMA SANAYİİ ÖNCÜ ROL OYNADI

Milli teknoloji hamlesi ile savunma sanayisinde kritik teknolojilerin yerli üretimi ve yerli ürün kullanım oranı yüzde 20'lerden yüzde 68'lere yükseldi. 2023 yılı için belirlenen yerlilik oranı ise yüzde 75. Savunma sanayii ihracatı da ciddi yükseliş gösterdi. Savunma Sanayii Başkanlığı öncülüğünde finansal değeri 75 milyar doları bulan 700'e yakın proje bulunuyor.

İHRACAT %40 ARTTI

Savunma ve Havacılık Sanayii İmalatçılar Derneği (SaSaD) tarafından savunma sanayii performans verilerine yönelik hazırlanan 2019 yılı raporuna göre; savunma sanayii sektörünün ihracatı (yurt dışı satışlar) 3,1 milyar dolar oldu. 2019 yılı savunma sanayi yurt içi ve yurt dışı satışlar toplamı ise 10 milyar 884 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektörün ithalat değeri 3 milyar 88 milyon dolar olurken, Ar-Ge harcamaları ise 1 milyar 672 milyon dolar olarak gerçekleşti. Raporda, 2018 yılında toplam ihracatın 2,2 milyar dolar olduğu hatırlatılırken, yıllık bazda yüzde 40 artışa dikkat çekildi.

TÜRKİYE ARTIK SAVAŞ GEMİSİ VE HELİKOPTER İHRAÇ EDİYOR

15 yıl önce ALTAY, ANKA, ATAK,

ASELSAN ve BAYKAR'ın mühendislik ve teknolojik yetkinlikleriyle, seri üretimde de Arçelik'in destekleriyle çok kısa sürede prototipi geliştirilmiş olan ventilatör cihazları hastanelerde kullanılan bir ürüne dönüştü.

BAYRAKTAR, HÜRKUŞ ve MİLGEM gibi projelerle başlatılan milli üretim hamlesi, bugün Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtiyaç duyduğu kara, deniz, hava, silah ve radar sistemlerinin yerli firmalardan tedarik edilmesini sağladı.

	1 Milyar Dolar Üzeri İhracat Yapan İl Sayısı	2015 Yılına Göre Artış
2015	17	-
2016	17	-
2017	17	-
2018	18	-
2019	19	%11,8

Türkiye'nin yerli teknoloji kabiliyetlerini gösteren en iyi örnekler



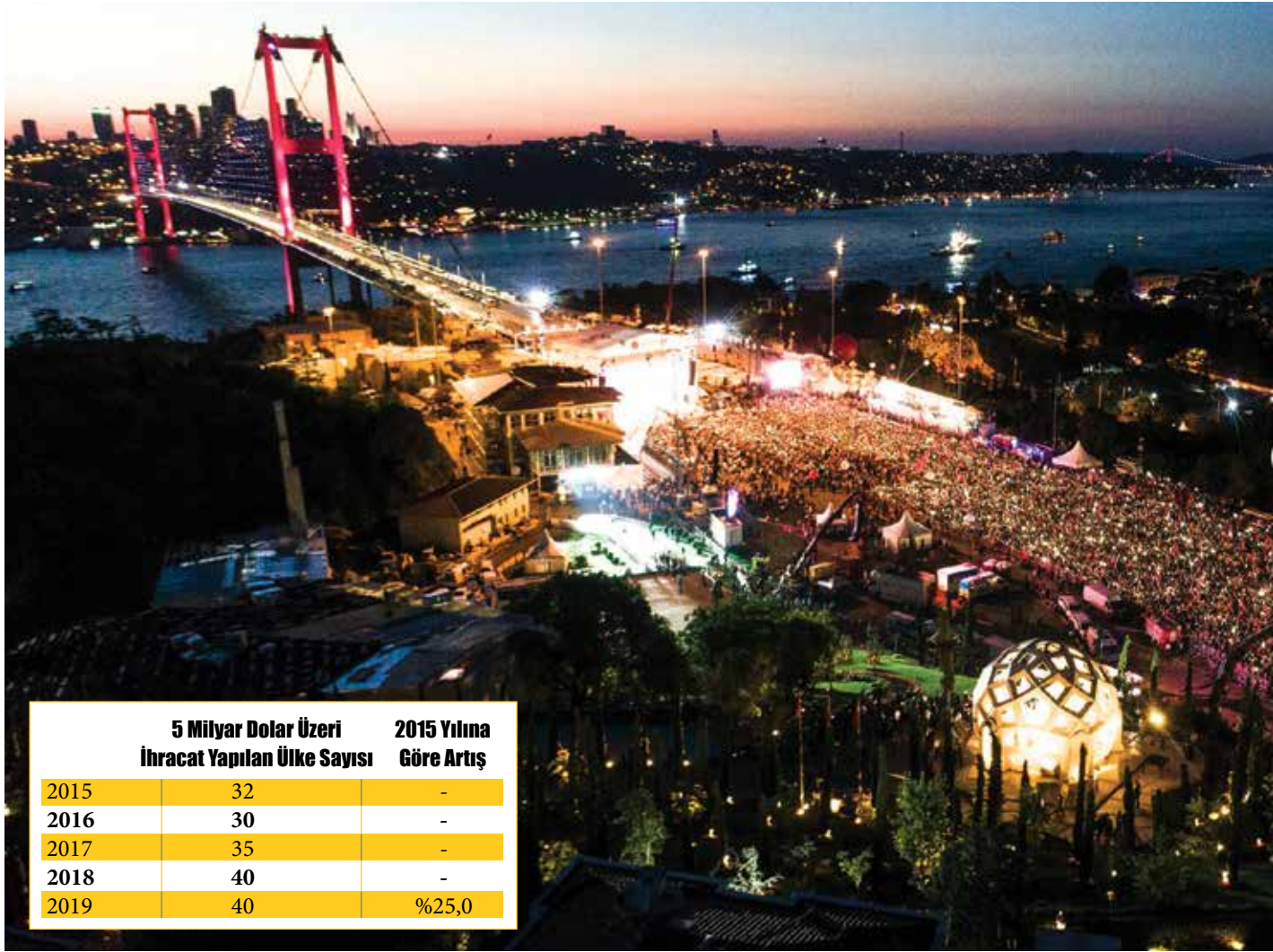
TUSAŞ/TAİ tarafından geliştirilen Millî Muharip Uçak'ın (MMU) ilk uçuşunu 2023 yılında yapması hedefleniyor. Projenin planlandığı gibi gitmesi halinde Türkiye'nin, ABD, Rusya ve Çin'den sonra 5. nesil muharip uçağı üretebilecek altyapı ve teknolojiye sahip bir ülke olması bekleniyor.

Tuzla tersanelerinde inşası devam eden Çok Maksatlı Amfibi Hücum Gemisi TCG Anadolu tamamlandığında ise, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin envanterinde yer alan en büyük deniz platformu olacak. 2021'de teslimi planlanan TCG

Anadolu ile Türkiye böyle bir ürünü inşa edip, ihraç etme şansına sahip olacak.

Savunma sanayii alanında teknoloji geliştiren Baykar, geliştirdiği İHA (insansız hava aracı) ve SİHA (insansız silahlı hava aracı) lar ile ithalatın önüne geçti.

Türkiye'nin uzaya kendi sistemlerini gönderme kabiliyeti de geçen yıl kurulan Uzay Ajansı ile artırıldı. Ajans milli haberleşme ve keşif gözlem uyduları, "Türksat 6A" ve "Göktürk yenileme" projeleri geliştirilecek.



	5 Milyar Dolar Üzeri İhracat Yapılan Ülke Sayısı	2015 Yılına Göre Artış
2015	32	-
2016	30	-
2017	35	-
2018	40	-
2019	40	%25,0



Ayrıca orta ve yüksek teknoloji ihracatta da ivme kazanıldı.

Müttefik ülkelere savunma sanayii ihracatının artırılmasına yönelik en büyük adımlar, Pakistan ile yapılan 30 ATAK helikopteri ve 4 adet MİLGEM projeleri oldu. İki anlaşma da tek kalemde savunma sanayiinin en büyük ihracatı olarak kabul ediliyor.

ATAK helikopterinde kullanılan motorun ABD ve İngiltere firmalarının ortak yapımı olduğu için ABD'den ihracat izni gerekiyor. Bu nedenle ihracatın henüz gerçekleştirilememiş olması, yerli üretimin önemini gözler önüne seriyor. T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir, yerli helikopter motoru konusundaki çalışmaların sürdüğünü ve yerli motorun iki yıl sonra ATAK

helikopterinde kullanılmasının planlandığının altını çiziyor.

TÜRKİYE, SAĞLIK TEKNOLOJİLERİNDE DE ÖNE ÇIKACAK

Türkiye'nin savunma sanayisinde elde ettiği kazanımları diğer sektörlerle transfer etmeye başlaması diğer bir kazanım oldu. "Savunma sanayisinde geliştirilen teknolojilerin çoklu kullanım mantığıyla, şirketlerimiz tarafından sağlık sektöründe de kullanılmasına salgından çok önce dikkat çekiyorduk" diyen Prof. Dr. Demir, bunun sonuçlarını kısa sürede aldıklarını belirterek, "ASELSAN devam etmekte olan bazı çalışmalarını hızlandırdı ve ventilasyon cihazı gündeme geldi. İkisi savunma sanayiinden dört firmamızın iştirakiyle

Türkiye, artık yeni dünya düzeninde kararları uygulayan değil, karar verici ülke konumundadır.



oldukça başarılı bir sınav verildi. Türkiye'nin çeşitli ülkelere verdiği desteklerin ülke imajımıza sağlayacağı olumlu katkıyla ihracatımızın da uzun dönemde artmasını bekliyoruz. Solunum cihazında olduğu gibi Türkiye'de yapılan çalışmalar dünyada da dikkatle izlendi ve çeşitli ülkelere yerelde üretim, ortak üretim ya da doğrudan tedarik konularında hızla talepler gelmeye başladı. Bu da Türkiye'deki teknolojilerin, sağlık alanında uygulanması konusunda tanınmasına vesile oldu" diyor.

ASELSAN ve BAYKAR'ın mühendislik ve teknolojik yetkinlikleriyle, seri üretimde de Arçelik'in destekleriyle çok kısa sürede prototipi geliştirilmiş olan ventilatör cihazlar hastanelerde kullanılan bir ürüne dönüştü.

Üç firmanın ve tedarikçilerinin bu süreçte yaptığı iş birliği, oluşturulan milli birlik ruhu için değerli bir örnek oldu.

MİLLİ ELEKTRİKLİ TREN DE HAZIR

Milli teknoloji hamlesinin devam ettiği bir diğer alan ise demiryolları oldu. Türkiye Vagon Sanayi Anonim Şirketi'nin (TÜVASAŞ) geliştirdiği Milli Elektrikli Tren Seti'nin fabrika testlerine geçen ay başlandı. Prototip sette yerlilik oranının yüzde 60 olduğu belirtilirken, seri üretimle birlikte yerlilik oranının yüzde 80'e çıkarılacağı vurgulandı.

Yerli elektrikli otomotiv projesi TOGG ile elektrikle çalışan otomobil sektörüne girmeye hazırlanan Türkiye sanayisinin, otonom denizaltı ve tank üretimlerinin yanı sıra yüksek teknoloji içeren ürün ihracatında büyük rol oynayacağı görülüyor.

	1 Milyar Dolar Üzeri İhracat Yapan İl Sayısı	2015 Yılına Göre Artış
2015	17	-
2016	17	-
2017	17	-
2018	18	-
2019	19	%11,8

	Türk Lirası ile İhracat	2015 Yılına Göre Artış
2015	6.082.015	-
2016	7.868.234	-
2017	13.185.729	-
2018	7.223.455	-
2019	7.635.051	%25,5

Birlik ve Sektör Konseyi Başkanları '15 Temmuz'u değerlendirdi



GÜÇLENEREK ÇIKTIK

Aradan geçen dört yılın sonunda 15 Temmuz hain darbe girişimini değerlendiren TİM Sektörler Konseyi Üyeleri, ihracatçılar başta olmak üzere iş dünyasının girişimden güçlenerek çıktığına vurgu yapıyor.

Sektör temsilcileri, kalkışma sonrası toplumun her kesiminde oluşan milli birlik ve beraberlik ruhu ile ülke ekonomisinin daha da güçlendiğini belirtiyor.



İBRAHİM PEKTAŞ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Çelik

“İHRACATIMIZ 15 TEMMUZ’DAN DAHA DA GÜÇLENEREK ÇIKTI”

15 Temmuz darbe girişimi, milletimizin birlik ve beraberlik duygusu içerisinde birbirine kenetlenmesi sayesinde başarıya ulaşamadı. İş dünyası özellikle de yurt dışı ile ticaret yapan kesim, hain darbe girişiminden olumsuz etkilense de bu durum fazla uzun sürmedi. Hatta Türkiye ekonomisi ve ihracatı bu elim olaydan daha da güçlenerek çıktı. Ekonomimizin lokomotiflerinden çelik sektörümüz ise, ülkemizin yurt dışındaki algısının daha da güçlenmesi için canla başla çalışmasını sürdürdü. Sektörümüz daha fazla üretim, istihdam ve ihracat hedefi ile faaliyetlerine hız kesmeden devam etmektedir.

Darbe girişiminin ülkemize vermiş olduğu en büyük zararlardan biri dış algı oldu. Yurt dışındaki iş ortaklarımız, hain girişimin Türkiye’nin ekonomik istikrarına darbe vuracağını düşündüler. Ancak bizler, darbe girişiminin başarıyla bastırıldığını ve Türkiye ekonomisinin istikrarını koruduğunu kendilerine birebir aktardık. Paydaşlarımızı Türkiye’ye davet ederek gerçek ile algı arasındaki farkı yerinde tespit etmelerine olanak sağladık. Bu durum ihracatımıza da ekonomimize de olumlu geri dönüşler sağladı.

Türk ekonomisi hain darbe girişiminden çok daha önce yerlileşme hamlesini başlatmıştı. Çelik sektörü, halihazırda 197 ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. 2019 yılını miktar bazında 21,2 milyon tonluk, değer bazında ise 13,8 milyar dolarlık çelik ihracatı ile kapattık. Haksız yere uygulanan korumacılık engellemelerine ve pandeminin neden olduğu daralmaya rağmen ihracatımızı artırmak için elimizden gelen her türlü gayreti göstermekteyiz. “Yeni Normal” olarak adlandırılan dönemdeki hedef pazarlarımızı ise Güneydoğu Asya, Batı Afrika ve Latin Amerika olarak sıralayabiliriz. Pandemi, dünyada hemen hemen her alanda yeni bir sistemin habercisi oldu. Özellikle iş dünyası, küresel ölçekte ciddi hasar aldı ancak bu hasarı alırken çok önemli dersler de çıkardı. Pandemi sonrasında sektör gözetmeksizin birçok birleşmeye ve güç birliğine şahit olabileceğimizi düşünüyorum.

**Pandemi sonrasında sektör
gözetmeksizin birçok birleşmeye ve
güç birliğine şahit olabileceğimizi
düşünüyorum.**



ZEKİ KIVANÇ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Tekstil ve Ham Maddeleri

“15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ SANAYİ ÇARKLARINI DURDURAMADI”

Türkiye, 15 Temmuz 2016 gecesi demokrasisine ve hukuk devleti yapısına kasteden hain ve alçakça bir saldırıyı geri püskürterek şunu açıkça göstermiştir; gücünü sandıktan, yetkisini milletten almayan bir idareyi asla meşru kabul etmeyiz. Demokrasi ve milletin iradesi dışında hiç bir seçeneğe de boyun eğmeyiz.

15 Temmuz bir siyaset meselesi değildir, bir ülkenin var olma mücadelesidir. 15 Temmuz farklı görüşten, mezhepten, meşrepten insanların vatan için verdiği mücadeledir. 15 Temmuz gecesi ülkemizin refahını, özgürlüğünü ve demokrasisini hedef alan emsali görülmemiş hain bir saldırıyla karşı karşıya kalınmış, ancak halkımız büyük bir özveriyle tam bir birlik içinde; iktidarı-muhalefeti, işçisi-işvereni, esnafı-sanayicisi, polisi, askeriyeye bir bütün olarak darbe girişimini başarısızlığa uğratarak yeni bir kahramanlık destanı yazmıştır.

Yaşanan darbe girişimi ertesinde ekonomi yönetimimiz, dirayetli kararları ile bu olumsuzlukları kısa sürede bertaraf etti. Gerek finansal gerekse üretim hayatımızda ciddi bir aksama olmadı. Öte yandan iş dünyasını oluşturan tüm sivil toplum kuruluşları olarak darbenin hemen ardından, ekonomimize yönelik yapılan dış algı çalışmalarına karşı bir güç birliği oluşturduk. Bu ortak duruşun yanında olarak ekonomimizin bu süreçten etkilenmemesi, yanlış algı çalışmalarının sonuç vermemesi için elimizden ne geliyorsa yaptık. Darbeyi takip eden ilk iş gününde sanayiciler olarak hepimiz işlerimizin başında olduk. Böylece üretim çarklarının hiçbir sorun olmadan dönüyor olduğu mesajını kamuoyuna verdik. 15 Temmuz darbe girişimi, sanayi çarklarını durduramadı. Bunun neticesinde 2017 yılında ülkemiz yüzde 7 büyüdü. İhracatımız yüzde 10 arttı ve ilave 1 milyon 500 bin kişi istihdam sağladık.

Türk iş dünyası olarak, aynı ruh, aynı inançla çalışmayı sürdürüyoruz. Türkiye’nin dünyanın en büyük ekonomileri arasında yerini almasını ve lider ülke haline gelmesini yine hep birlikte çalışarak sağlayacağız. Tarihe geçen bu destansı demokrasi mücadelesinde hayatını kaybeden milli direnişin kahraman şehitlerine Allah’tan rahmet, kıymetli ailelerine sabırlar diliyoruz, gazilerimizi minnetle anıyoruz.

“SÜRECE HIZLI BİR ŞEKİLDE ADAPTE OLDUK”

Kovid-19 salgını, global ölçekte, eşi benzeri olmayan bir kriz olarak dünyamıza ani bir giriş yaptı. Neredeyse tüm sektörler üzerinde geniş çaplı etki yaratan Kovid-19 salgınından sonraki iyileşme süreci için, tüm kurumlarımız iş birliği içinde hareket ederek normalleşme sürecini yönetmeye çalışıyor. Ülke olarak zor günlerden geçtiğimiz bu dönemi ancak birlik, beraberlik ve dayanışmayla atlatabiliriz.



KUTLU KARAVELİOĞLU
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Makine ve Aksamları

“BAĞIMSIZLIĞIN ASLI UNSURLARINDAN BİRİ TEKNOLOJİ GELİŞTİRMEKTİR”

Makine imalatçılarının genel vizyonu; üretim teknolojilerinin gelişmesini sağlayarak ülkesinin, dünyanın en rekabetçi ve ekonomik anlamda gelişmiş ülkeleri arasında yer almasına katkı sağlamaktır. Refah toplumu olmanın yolunun teknolojik egemenlikten geçtiğini iyi bilirler. Yatırım ve faaliyet ortamının sağlıklı biçimde oluşması ve sürdürülebilir kılınmasına destek olabilmek üzere; demokrasiye derinden bağlı, insanı önceleyen, doğayla barışık, bilimsel veri ve analizlere dayanan savlarla, katılımcı ve katkıcı bir anlayışla ilerlerler. 15 Temmuz darbe girişimi ise inandığımız tüm bu değerlere yönelik bir saldırıydı. Bu girişimde bulunanların asıl amacının Türkiye'nin menfaatlerine sahip çıkmak değil, milli egemenliği zaafiyete uğratmak olduğu açıktır. Farklı görüşlere sahip insanların demokrasi etrafında kenetlenmesi ve toplumsal barışı hedef alan bu girişime birlikte karşı koyması ise gelecek adına umut vericidir.

15 Temmuz'un ardından başlayan süreçte Türkiye'nin yerli üretime bakışındaki değişim, küresel ölçekte teknoloji savaşlarının yükseldiği bir döneme denk geldi. Üretimin ve tedarik zincirinin Doğu'da yoğunlaşmasının uluslararası rekabete olumsuz etkisi nedeniyle, gelişmiş ülkelerde korumacı önlemler yeniden gündeme gelirken “yerli ve milli” vurgusu Türkiye'de de öne çıkmaya başladı. Tüm dünya bu stratejik ifadenin gerçek anlamda altını doldurabilecek temel sektörlerden birinin makine imalatı olduğunun bilincinde. Almanya, Çin, ABD, Japonya ve Güney Kore başta olmak üzere tüm ileri ülkeler, işte bu sebeple 2030 strateji planlarında başrolü makineye verdi.

Hedef pazarlarımızdaki en güçlü rakiplerimiz üretim ve dış ticaret stratejilerini yeniden yazıp, dinamik biçimde güncellerken ne mutlu ki Türkiye de dönüşümün gerisinde kalmadı. Dünyadaki eğilimlerin de farkında olarak, ülkemizde makine sektörünün acil müdahale gerektiren ve eylem planlarına yön verecek birçok husus 11. Kalkınma Planı'nda ve Bakanlıklarımızın eş zamanlı ilan edilen Strateji Belgelerinde güçlü vurgularla yer aldı.

Unutmayalım ki; makine imalat teknolojisi, bağımsız ve hızlı ilerlemenin en önemli unsurudur. Ülkelerin ve ürünlerin marka değeri her alanda birbiriyle ilişkilidir. Dünyada makine imalatı ile öne çıkmış, özdeşleşmiş ülkelerin ve vatandaşlarının sempati ile karşılandıklarını, daha fazla saygı gördüklerini biliyoruz. Çünkü makineler insanın refahını, konforunu, sağlığını temin etmeye ve sürdürmeye yarayan temel gereçler olarak toplumsal hayatın her alanında ve herkese dokunurlar. Türkiye'nin makinecileri olarak, biz de bu bilinçle ülkemizin teknolojik bağımsızlığını korumak, uluslararası rekabette daha güçlü ve itibarlı bir ülke olarak varlığını sürdürmek üzere var gücümüzle çalışıyoruz.



BAŞARAN BAYRAK
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Gemi, Yat ve Hizmetleri

“YERLİLİĞİN ÖN PLANA ÇIKARILMASIYLA FİRMALARIMIZIN SAYISI VE ÜRETİM GÜCÜ ARTTI”

Gemi inşa sektörü siyasal gelişmelerden, ülkenin mevcut ekonomik ve siyasal konjonktürden fazlasıyla etkilenen bir sektördür. 15 Temmuz darbe girişimi gibi ülkemizin bütünlüğünü hedef alan hain eylemlerin ister istemez hem finans dünyasında hem de imaj anlamında ülkemize uluslararası anlamda olumsuz yansımaları ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple milletimizin iradesi ile ülke içinde başarıyla üstesinden gelinen hain girişimin ticari yansımaları, bir süre hissedilmiştir. Ülke imajı hem yeni siparişler alınması hem de mevcut siparişlerin eksiksiz şekilde teslimi açısından büyük önem taşımaktadır. 15 Temmuz döneminde ilk etapta bu sıkıntılar yaşandı. Bu dönemin ardından Bakanlıklar nezdinde sektörümüz adına karşılaşılan sorunların çözümü için birçok girişimde bulunuldu. Gemi ve yat sektörlerinin en önemli sorunu olarak devam etmekte olan ve Bakanlıklar nezdinde yoğun girişimlerde bulunulsa da yalnızca kısmi çözümler üretilebilen teminat mektubu sorunu hâlâ sektör ihracatının önündeki en büyük engel olarak yer almaktadır.

İhracatçı birlikleri de sektörel anlamda hedef pazarlarda ülke imajının yeniden kazanılması adına bu süreçte önemli etkinlikler gerçekleştirmişlerdir. Özellikle gemi ve yat sektörlerinin can damarı olan Nordik ülkelerde Gemi Yat ve Hizmetleri İhracatçıları Birliği tarafından gerçekleştirilen tanıtım etkinlikleri, milli katılım organizasyonları, kurum ve kuruluş ziyaretleri ile sektör ihracatının büyük yaralar almadan sürecin atlatılması mümkün kılınmıştır. Gemi ve yat inşa sektörleri için yerlilik uzun yıllardır hâkim olan bir kavram. Tersanelerin marifetlerini ön plana çıkarırken sektörün yabana atılmaması gereken ve dünya çapında kabul görmüş yan sanayi üreticilerini de atlamamak gerekiyor. 15 Temmuz'un ardından ülke politikası olarak yerliliğin ön plana çıkarılması ile bu firmalarımızın hem sayısı hem de üretim gücü her geçen gün artarak devam ediyor.

Türk milleti; ülkesinin birliğini ve beraberliğini etkileyen savaş, hastalık gibi her durumda birlik olma ve topyekün mücadele verme karakterine sahip olduğunu tarih boyunca birçok kez ispat etmiştir. Pandemi süreci de yine milletin tüm fertleriyle bir arada yer aldığı bir dönem olarak devam ediyor. İş dünyası da ilk vakanın ülkemizde görüldüğü ilk günden itibaren her konuda seferberlik göstererek devletin ve milletin yanında yer aldı. Türkiye İhracatçıları Meclisi öncülüğünde birçok yardım kampanyasına katkı sağlandı, defektan malzemeler temin edilerek ilgililere ulaştırıldı. Pandemi sonrası sosyal yaşamın olduğu gibi ekonomi dünyasının da bambaşka dinamikler etrafında gelişeceği ve hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı ortadadır. Ticaretin ve firmaların süreç sonrası evrilmesi ve iş modelinin değişmesi olasıdır. Pandemiyle birlikte yat turizmine bir yönelim olacağını ve orta vadede yat inşa sektörü için bir fırsat yaratacağını düşünmekteyiz.



MUSTAFA GÜLTEPE
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Hazır Giyim ve Konfeksiyon

“SEKTÖR OLARAK DÜNYAYI KORUDUK”

Demokrasinin, demokratik kurumların kök saldı, işlediği ülkelerde; her türlü darbeyi ve darbe girişimini lanetliyorum. Ülkemiz 15 Temmuz 2016’da demokrasinin her türlü imkânlarından yararlanarak devletin tüm kurumlarında yuvalanan bir terör örgütünün ihaneti ile karşı karşıya kaldı. İktidar, muhalefet ve halkımız o gece tek vücut halinde dini paravan olarak kullanan terör örgütü ve yurt dışındaki destekçilerine gereken dersi verdi. 16 Temmuz sabahı dahil, sektör olarak hiç ara vermeden üretmeye, istihdamımızı arttırmaya ve ihracata devam ettik. Fakat küresel sermaye, her şeyden önce kurumları ve kuralları ile işleyen bir demokrasi ve istikrar istiyor. Temmuz ayında yurt dışındaki ticari ortaklarımızda kısa dönemli endişeler olussa da toplumsal dayanışmamız ve muhataplarımız nezdinde yürüttüğümüz çalışmalarla bu kaygıları hızla gidermeyi başardık.

Yurt dışındaki iş ortaklarımızın kaygıları nedeniyle Temmuz 2016’da ihracatımızda yüzde 16’lık bir kayıp yaşadık. Ancak bu kaybı hızla telafi ederek yılı, 2015’in sembolik de olsa üzerinde bir ihracat performansı ile tamamlamış olmamızı, bu başarımızın bir göstergesi olarak görüyorum.

Darbe girişimi bize yerli üretimin önemini bir kez daha gösterdi. Hazır giyim ve konfeksiyon yerliliğinin zaten çok yüksek olduğu sektörlerin başında geliyor. Hemen hemen her türlü ihtiyacını yerli kaynaklardan sağlayan entegre altyapıya sahip iki ülkeden biriyiz. Halen yurt dışından tedarik etmek durumunda olduğumuz bazı ürünlerin yerli kaynaklardan sağlanması konusunda devletimizle her türlü iş birliğine hazırız. Ancak mevcut koşullarda yerli imkanlarla sağlanamayan ham madde ve ara mallara getirilen ilave gümrük vergileri bizim hızımızı yavaşlatıyor.

Dünya bugün tarihte eşi benzeri görülmeyen bir salgın ile yüzleşirken, özellikle ABD ve AB ekonomilerinin salgın karşısında ne kadar kırılgan olduğunu bizlere gösterdi. Olağanüstü durumlara alışık, deyim yerindeyse ‘antrenmanlı’ diyebileceğimiz Türkiye’nin, salgın sürecinde hem toplum sağlığı hem de ekonomik sürdürülebilirlik anlamında iyi bir sınav verdiğini düşünüyorum. Üç aylık gerileme sürecinin ardından hazıranda sektörel ihracatımızda yakaladığımız yüzde 25’lik artış, hepimiz adına çok büyük bir moral oldu. Ayrıca gururla söylemeliyim ki, 2020’nin ilk yarısında dünyaya 535 milyon dolarlık koruyucu giysi ve maske ihracatı gerçekleştirdik. Biz yıllardır ‘Dünyayı giydirdik’ diyorduk. Artık rahatlıkla ‘Dünyayı koruduk’ diyebiliriz. Tarihte benzeri görülmeyen salgın sürecinde küresel arenada kazandığımız prestijini sağladığı moralle dayanışmamızı çok daha güçlendireceğimize inanıyorum.



ORHAN SABUNCU
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Otomotiv Endüstrisi

“OTOMOTİV ZORLU SINAVLARDAN BAŞARIYLA ÇIKIYOR”

Dört yıl önce bu ay Türkiye olarak FETÖ terör örgütünün alçak darbe teşebbüsünün acı sonuçlarına tanıklık ettik. Ülkemizin milli iradesine, vatani ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, birlik ve beraberliğine sahip çıkan Türkiye Büyük Millet Meclisimize, güvenlik güçlerimize ve halkımızın üzerine bombalar yağdı, kurşunlara hedef olduk. Canlarını kahramanca feda eden yurttaşlarımız oldu, yaşanan acı kayıplarımız hepimizi yürekte üzdü ve derin yaralar bıraktı. Bu vesileyle 15 Temmuz demokrasi şehitlerimizi rahmetle, gazilerimizi de minnetle anıyorum.

Bununla birlikte; gerek gücünü her zaman yanımızda hissettiğimiz devletimizin yerinde tedbirleri gerekse Türk otomotiv sektörü ve tüm iş dünyası kuruluşları olarak el ele güç birliği oluşturmamız, finansal ve üretim açısından yaşadığımız zorlu süreci aşmamızı sağladı. Yaptığımız çalışmalarla üretim çarklarının hiçbir sorun olmadan döndüğü mesajını tüm dünyaya ilan ettik. O dönemlerden bugüne, ortak akıl ve irade ile dayanıklılık testlerinden defalarca geçmiş bir ülkenin lider ihracatçı sektörü olarak; zorlu küresel rekabet ortamında ekonomiye ve geleceğe odaklanmayı sürdürüyoruz.

Şimdi de tüm dünya olarak pandemi nedeniyle zor bir süreçten geçiyoruz. Tüm sektörleri durma noktasına getiren pandemi sürecinde, normalleşmenin başlamasıyla üretimin çarkları yeniden hızlanmaya başladı. Bununla birlikte küresel ticarete korumacı politikaların daha da artması, pandemi öncesindeki sürece dönmeye zaman alacağına işaret ediyor. Yerli kaynak kullanımının giderek büyük önem arz ettiği günümüzde, Türkiye’nin de öz kaynaklarını azami ölçüde verimli kullanmak gibi bir zorunluluğu olduğu aşikâr. Salgının yeni fırsatları da beraberinde getireceğinden hareketle, umutsuzluğa kapılmadan çalışmalarımızı sürdürmekte kararlıyız.

Türkiye otomotiv endüstrisi olarak temel hedefimiz; halihazırda dijitalleşme, hibrit motorlar, elektrikli araçlar, otonom sürüş, yapay zekâ ve bağlanabilirlik gibi yeni trendlerle çevrili otomotiv endüstrisindeki dönüşümün güçlü bir parçası olmaktır. Sahip olduğumuz nitelikli iş gücü ile yüksek teknolojiye dayalı, yüksek katma değer yaratan, verimli, güvenli, çevre ile uyumlu, dünya standartlarına uygun üretimi artırarak sürdürmeyi hedefliyoruz. Aksi takdirde küresel arenada şansız olmadığımızın bilincindeyiz. Hükümetimiz de otomotiv endüstrimizin bu vizyonu ve hedefleri doğrultusunda gelişimine büyük önem veriyor ve oluşturulan iktisadi stratejilerde otomotiv baş aktörler arasında yer alıyor. Bu noktada Türkiye’nin startını verdiği ve 2022 yılında piyasaya çıkarmayı hedeflediği TOGG elektrikli yerli otomobil yatırımının da Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan liderliğinde ülke olarak bu sektördeki vizyonumuzu ve iddiamızı ortaya koyan en önemli öğelerden biri olduğunu belirtmek isterim.



MAHSUM ALTUNKAYA
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Hububat, Bakliyat, Yağlı
Tohumlar ve Mamulleri

“SEKTÖRÜMÜZ ŞOKLARA DAYANIKLILIĞINI GÖSTERDİ”

Milletimizin o gece gösterdiği feraset, daha sonrasında hükümetimizin sergilediği dik duruş 15 Temmuz sonrası süreçte, bir iş insanı olarak ülkeme güvenimi tazelemiştir. 15 Temmuz mücadelesi, milletimizin demokrasiyi ne kadar özümsemişliğini, günümüz Türkiye’inde artık darbe gibi anti-demokratik hareketlerin önünün tamamen kapalı olduğunu ve bunun teminatının millet olduğunu gözler önüne sermiştir. İşte bu sebeple, birtakım felaket senaryolarının aksine ülkemiz gelişmeye, kalkınmaya devam etmiştir. Biz de şirket politikalarımızı bu doğrultuda, ülke ekonomimize duyduğumuz güven çerçevesinde şekillendirdik ve geleceğe yönelik yatırım planlarımızı sürdürdük. Doğal olarak, yurt dışındaki iş ortaklarımız yaşananlardan ilk aşamada tedirginlik duydular. Ama bu tedirginlik uzun sürmedi. Onlar da kısa sürede, Türkiye’nin darbe girişimlerinin yaşandığı diğer ülkeler gibi olmadığını anladılar. Biz de iş dünyası temsilcileri olarak bu süreçte hem üyesi olduğumuz sivil toplum kuruluşları aracılığı ile hem de bireysel çabalarımızla ülkemizin güvenli bir liman olduğunu var gücümüzle anlattık. Sektörümüz 15 Temmuz sonrası süreçte de yerli bir sektör olma ve küresel rekabette ön sıralarda yer alma özelliklerini muhafaza etmiştir.

Son dönemde yaşanan koronavirüs salgını küresel ekonomiyi etkisi altına aldı. Sektörümüz bu süreçte de şoklara karşı ne kadar dayanıklı olduğunu ve stratejik önemini bir kez daha ispatlamıştır. 2020 yılının ilk 6 ayında Türkiye’nin toplam ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 15 gerileme kaydederken; aynı dönemde 27 sektör içinde sadece 5 sektör ihracatını artırmayı başarabilmiştir. Bunlardan biri de yüzde 7,1 artış sağlayan hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri sektörüdür.

Sektörümüz gerek yerel gerek küresel birçok engele rağmen yükselen bir trend sergilemeye devam etmektedir. Irak ve Suriye gibi geleneksel pazarlarımızda yaşanan talep düşüşlerinin etkileri, yeni pazarlara açılma stratejimiz sayesinde ortadan kaldırılmaktadır. Bugün sektörümüzden dünya ülkelerinin neredeyse tamamına ihracat gerçekleştiriyoruz. Afrika ve Asya ülkelerindeki pazar hakimiyetimizi giderek artırıyoruz. Pandemi sürecinin, her zorlukta olduğu gibi birlik ruhunu güçlendirdiği kanaatindeyim. Ekonomide her sektör, her iktisadi unsur birbiri ile iletişim halinde. Misal, üretim yapıyorsanız, farklı sektörlerden ham madde tedarik ediyorsunuz, ürettiğiniz ürünleri bireyler satın alıyorlar. Gerek size ham madde sağlayan sektörlerin gerek sizin ürünlerinizi alan bireylerin işlerinin yolunda gitmesi, bir bakıma sizin işlerinizin yolunda gitmesini de sağlıyor. İşte, pandemi süreci de bunu bir kez daha idrak etmemizi sağlamıştır.



ALİ KAVAK
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Yaş Meyve ve Sebze

“DARBE SONRASI RATING KURULUŞLARININ KÖTÜMSER TAHMİNLERİNİ BOŞA ÇIKARDIK”

15 Temmuz darbe girişiminin hemen ardından enflasyon ve faiz oranlarında artış gözlemlendiği, istihdam verilerinin bozulduğu ve büyümede yavaşlamanın ortaya çıktığı bir gerçektir. Döviz kurlarında artış yaşandı ve borsada haftalık büyük düşüşler yaşanarak şirketler ciddi maddi kayıplara uğradı. Bu alçak darbe girişiminin hemen akabinde gerek hükümetimiz gerekse bankacılık, özel sektör ve STK’lardan yapılan ekonomiye ilişkin güven verici açıklamalar, hasarın önlenmesine büyük katkı sağladı. Bu darbe girişimi nedeniyle, 2017 yılı için dünyanın önde gelen ekonomik kurum ve kuruluşlarının, rating şirketlerinin son derece kötümser tahminleri boşa çıktı ve Türkiye ekonomisi 2017 yılı içinde yüzde 2’nin altında yapılan büyüme tahminlerine karşın yüzde 7,4 gibi güçlü bir büyüme ile dünyanın en hızlı büyüyen ülkelerinden biri olmayı başardı.

İş dünyasını oluşturan tüm sivil toplum kuruluşları olarak darbe girişiminin hemen ardından, ekonomimize yönelik yapılan dış algı çalışmalarına karşı tek ses olduk. Bu ortak duruşun yanında iş dünyasının birer temsilcileri olarak da ekonomimizin bu süreçten etkilenmemesi, yanlış algı çalışmalarının sonuç vermemesi için elimizden ne geliyorsa yaptık. Darbeyi takip eden ilk iş gününde sanayiciler olarak hepimiz işlerimizin başında, yatırım ve üretim kararlarımıza devam ettik. Böylece üretim çarklarının sorunsuz bir şekilde döndüğü, ekonomimizin istikrarlı bir şekilde büyümeye devam edeceğine ilişkin kamuoyunun güveni de artmış oldu. Üretim ve gerçekleştirilecek yatırım kararlarımızın değişmeden aynı şekilde devam ettirilmesine karşın, 15 Temmuz darbe girişiminin ardından Türkiye’ye gerçekleştirilecek yatırımların riskli olacağına ilişkin açıklamaların, yabancı yatırımcıların ülkemizi tercih etmesine engel olduğu yadsınamaz bir gerçek. Ticaret Bakanlığımızın koordinasyonunda, ihracatta tarihi rekorlara imza atılırken, ithalattaki pozitif görünüm ile cari açığımızın azalması noktasında da önemli bir performans ortaya koyuldu.

Türkiye pandemi sürecinde sağlık sektöründe olduğu gibi tarım sektöründe de önemli çalışmalara imza atmış ve salgın süresince tarımsal üretimde herhangi bir büyük olumsuzluğa meydan vermeden süreci olumlu bir şekilde yönetmeye istikrarlı bir şekilde devam etmiştir. Tarım sektörünün, insanların beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasında yani sıra ülkemizin dışa bağımlılığını önlemesi gibi önemli bir özelliği olduğunun farkında olan sektör paydaşları salgını önlemek amacıyla hükümetimizce uygulanan kısıtlamalara karşın yine hükümetimizin aldığı ekonomik tedbirlerle her türlü koşulda üretmeye devam etmiştir. Böylece ülkemiz, tarım sektöründeki gücünü göstermiş ve üretim konusunda önemli bir başarı elde etmiştir.

Bu başarının pandemi sonrasında da devam edeceğine olan inancım tamdır.



İLYAS EDİP SEVİNÇ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Fındık ve Mamulleri

“MİLLETİMİZİN BİRLİK RUHUNU PEKİŞTİRDİ”

Elbette ki ülkemizin uğradığı çok büyük bir ihanetin şokunu bir yurttaş ve iş insanı olarak yaşadık. Ancak, hiç vakit kaybetmeden hem şirket hem de Başkanı olduğum Karadeniz İhracatçılar Birliği ve Fındık Tanıtım Grubu bünyesindeki ihracatçı arkadaşlarımla, bir milli görev bilinciyle işlerimize daha da sarıldık. Yurt dışında yıllardır birlikte çalıştığımız müşterilerimize hemen ertesi günü, yaşananların bir ihanet şebekesinin kalkışması olduğunu ancak devlet ve milletin el ele vermesi ile hainlerin kalkışmasının bastırıldığını, suçluların tutuklandığını ve devletin vatanının ve milletin güvenliğini sağladığını aktardık. Hemen ardından elimizdeki kaynakların Türkiye'nin tanıtımı için tahsis edilebileceğini ilgili makamlara bildirdik.

Bugün gelinen noktada Türk iş dünyasının dış ülkelerdeki itibarının hem firma hem de ürün bazında mükemmel düzeyde olduğunu ve ülkemiz aleyhine yürütülen, özellikle dış kaynaklı, kara propagandaların; firmalarımızın muazzam iş kabiliyeti ve ihracat performanslarıyla, yabancı müşteriler nezdinde boşa çıkarıldığını rahatlıkla söyleyebilirim. Bu başarının sağlanmasında; ihraç ürünlerimizin kalitesinin de hiç şüphesiz büyük payı vardır. Fındık sektörü zaten yüzde 100 Türk fındığını satan, net ihracat getirisi sağlamanın yanında üretimde kullanılan teknoloji açısından da yıllardan beri millileşmeyi yüzde 100'e yakın tamamlamış bir sektördür.

15 Temmuz sonrası başlayan üretimde yerleşme hamlesini de büyük bir hayranlık ve gurur ile izliyoruz. Ülkemizin ulaştığı bilimsel düzey ve üretim altyapısı ile bu konuda süreklilik sağlanacağına ve önümüzdeki yıllarda yerli markalarımızın dünyada parmakla gösterilecek noktalara erişeceğine inancımız tamdır. Pandemi sonrası, devletimizin sadece iş dünyasına değil, toplumun tüm kesimlerine çok hızlı ve etkin bir şekilde sahip çıkması milletimizin birlik ruhunu pekiştirmiştir. Pandemi sürecinde, hızlı karar alma, organize olma ve uygulama kabiliyetlerimizin yardımıyla, Türk üniversiteleri ve sanayicilerinin güçlü bir şekilde el ele vermesiyle; dünyaya örnek teşkil eden bir sinerjinin ortaya çıktığı herkesin malumudur. Başarılı bir sınav vermiş bu birlikteliğin, önümüzdeki süreçte yerli üretim hareketimize daha da ivme kazandıracağını düşünüyoruz.



MELİSA TOKGÖZ MUTLU
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Meyve Sebze Mamulleri

“DARBE GİRİŞİMİYLE NEGATİF BİR İMAJ VERİLMEME ÇALIŞILSA DA ÜSTESİNDEN GELDİK”

Cumhuriyet tarihimizin kuruluşundan beri üretmeye ve üretim sürekliliğinin sağlanması adına çok çaba sarf ediyoruz. Biz ihracatçılar da “Türk Malı” imajımızın ve ülkemiz itibarının güçlenmesi adına çalışmaya devam ediyoruz. Ülkemizde yaşanan siyasi dalgalanmalar, dış ilişkilerimizdeki gerginlik, olağanüstü haller ve izlenen politikalar elbette ki biz ihracatçıları olumsuz etkiliyor. Nitekim dört yıl önce gerçekleşen ve milletimizin iradesinin sınıdığı darbe girişimi, bir anda ülkemizde risk algısı oluşturmaya ve negatif bir imaj vermeye çalıştıysa da Türkiye ekonomisi, alınan tedbirler ve önlemler ile beklentilerin üzerinde bir hareketlilik göstermiştir. Bizler bu süreçte ilgili bakanlıklar, birliğimizin çatısı Türkiye İhracatçılar Meclisi, sivil toplum kuruluşları ve firmalarımız ile iş birliği yaparak var olan pazar paylarımızın korunması ve genişletilmesi adına girişimlerde bulunduk. Şu an gelinen noktada, artan ihracat rakamlarımızda doğru bir çalışma yaptığımızı gösteriyor. Öte yandan tüm dünyada ve ülkemizde yaşanan pandemi sebebiyle ekonomimizde gösterdiğimiz bir olma duruşumuz ile bugünleri de atlarmaya çaba sarf ediyoruz. Bu kapsamda meyve sebze mamulleri sektörü olarak 2020 yılı ilk altı ay ihracat rakamlarımız, 2019 yılı aynı dönemi ile kıyaslandığında yüzde 7'lik bir artış sağladığımız gözükmektedir. Bu hem ülkemiz ekonomisinin sağlık adımlar attığını hem de gıdaya olan ihtiyacın her daim olacağını belirtisidir.



**2020 yılının ilk altı ayında
ihracatımızda yüzde 7'lik bir
artış sağladık.**

**BİROL CELEP**

*TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Kuru Meyve ve Mamulleri*

“DEMOKRASİ SINAVINDAN BAŞARIYLA ÇIKTIK”

Türk halkı demokrasiye olan bağlılığını ve demokrasiye sahip çıkma iradesini 15 Temmuz 2016 akşamı canı pahasına tüm dünyaya göstermiştir. Ülkemiz büyük bir demokrasi sınavından başarıyla çıkmıştır. Türk insanının bu sınavdaki başarısı tüm dünyaya örnek olmuş ve demokrasiye sahip çıkma kararlılığını perçinlemiştir. Biz ihracatçılar olarak, bugüne kadar hep Türk demokrasisine olan güvenimiz ve bağlılığımızla üretmeye ve ihracata devam ettik.

Dünyanın hemen her ülkesindeki ticari partnerlerimize, Türkiye’de demokratik rejimin tüm kurumlarıyla çalıştığı, istikrarın korunduğu ve Türkiye’nin her zaman olduğu gibi tüm dünya için istikrarlı ve stratejik bir çözüm ortağı olarak ilerlediğimiz mesajını verdik, vermeye de devam ediyoruz. Bu duruşumuz aynı zamanda ihracatımızın sürekli artışına da zemin hazırlamıştır. Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan Türkiye Cumhuriyeti, Türk milletinin demokrasiye bağlılığını muhafaza etmek ve muasır medeniyetler seviyesine ulaştırmak için var gücüyle çalışmaya devam ediyoruz. Bu duygu ve düşüncelerle “15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü”nü kutluyorum.

**DAVUT ER**

*TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Zeytin ve Zeytinyağı*

“AMACIMIZ İHRACATTA 100. YIL HEDEFİNE ULAŞMAK”

15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri’nde yuvalanmış bir azınlık grup tarafından yapılan hain kalkışma tüm halkımızın direnciyle karşı karşıya kalarak bertaraf edilmiştir. Bu, Türk halkının demokrasiye bağlılığının güzel bir göstergesi olmuştur. Söz konusu girişimde halkımızın canı pahasına demokrasiye olan bağlılığını göstermesi bizim için ülkemize daha fazla katkı yapmak, daha fazla ihracat yapıp ülkemiz ekonomisine ve ihracatına birer tuğla fazla koymak adına bir motivasyon kaynağı olmuştur. İçinden geçtiğimiz bu zorlu salgın dönemini de ülkemizin en az zararlar atlatması ve hatta içinde bulunduğumuz şartlara rağmen üretici ve çiftçimizle birlikte el birliği yaparak bu dönemi ülkemiz adına kazançlı bir şekilde geçirmek adına tüm gayretimizle çalışıyoruz. 100. kuruluş yıl dönümüne doğru emin adımlarla ilerleyen Türkiye Cumhuriyeti’ni, Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün ortaya koyduğu çağdaş uygarlık seviyesine yükseltme hedefi çerçevesinde Türk demokrasisine sahip çıkmak hepimizin ortak görevidir. Amacımız, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunun 100. yıl dönümü için belirlenmiş olan 226,6 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmaktır. Bu vesile ile 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günümüzü kutluyorum.

**ÖMER CELAL UMUR**

*TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Tütün*

“TÜRKİYE’DE ASKERİ DARBE DEFTERİ BİR DAHA AÇILMAMAK ÜZERE KAPANDI”

15 Temmuz 2016 tarihinde Türk demokrasisine karşı Türk Silahlı Kuvvetleri içindeki azınlık bir grubunun darbe girişimi, Türk halkının tüm gücüyle ve canı pahasına karşı koyması sonrasında püskürtüldü ve milletimiz demokrasiye sahip çıktı. Türkiye büyük bir demokrasi sınavından başarıyla çıktı. Türk insanının demokrasiye sahip çıkma kararlılığı, Türkiye’de darbe defterini bir daha açılmamak üzere kapatmıştır. Vatandaşlarımızın bu tavrı her türlü takdire layıktır. Biz de, bu süreçte Türk demokrasisine olan güvenimiz ve bağlılığımızla “İnadına üretim, inadına ihracat” mottosuyla hareket ederek üretip ihracat yapmaya ve ülkemize döviz kazandırmaya devam ettik.

Bu süreçte, Türkiye’den ithalat yapan dünyanın dört bir tarafındaki alıcılara, “Türkiye demokratik rejim varlığını koruyor, asayiş ve istikrar korunuyor, Türkiye, her zaman olduğu gibi, tüm dünya için istikrarlı ve stratejik bir çözüm

ortağı olmaya devam ediyor” mesajı verdik. İthalatçıların Türkiye ile ticari ilişkilerinin devamını sağladık. Türk ihracatçısının bu güçlü mesajı sayesinde Türkiye’nin 2015 yılında 151 milyar dolar olan ihracatını, sonraki yıllarda küresel piyasalarda yaşanan krize rağmen 2019 yılı sonunda 181 milyar dolara taşımayı başardık.

100. kuruluş yıldönümüne doğru emin adımlarla ilerleyen Türkiye Cumhuriyeti’ni, Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün ortaya koyduğu muasır medeniyetler seviyesine çıkarma hedefine ulaştırmak için Türk demokrasisine sahip çıkmak hepimizin ortak görevi. Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunun 100. yıldönümü için belirlediğimiz 226,6 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak adına çalışmalarımızı var gücümüzle sürdürdüğümüzü bildiriyor, “15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü”nü kutluyorum.



İSMAİL YILMAZ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Süs Bitkileri ve Mamulleri

"BU SÜREÇ FİRMALARIMIZIN BİRBİRİNE DESTEK OLDUĞU BİR DÖNEM OLDU"

15 Temmuz darbe girişimi nedeniyle ülkede yaşanan olağanüstü durumdan dolayı artan riskler, ekonomik açıdan olumsuzluklara neden oldu. Döviz kurlarındaki ani artışlar ve piyasadaki güvensizlik, ihracatı olumsuz yönde etkiledi. Ticari anlamda durağan bir dönem yaşandı.

15 Temmuz sonrasında yaşanan süreçte mevcut yabancı müşterilerimiz de, güvenli ve sürdürülebilir ticaretin devamı yönünde tedirginlik yaşadılar. Bu durum ihracatımızı olumsuz etkiledi, yeni bağlantılar yapmak güçleşti. Sektörümüzde yapılacak bazı yabancı yatırımlar iptal edildi. Yurt dışındaki müşterilerimizde güveni tekrar oluşturmak için biz de ihracatçı firmalar olarak büyük özveriyle çalıştık. Ülkemizin bu büyük tehdidi atlatarak demokrasisine sahip çıkması, yeniden istikrarlı güvenli yapısına ulaşması ile ticari ilişkilerimiz de yavaş yavaş eskiye dönerek, düzeldi. İhracatımız durağan dönemden çıkarak yeniden artmaya başladı.

Süs bitkileri sektörü; yüksek katma değer yaratan bir sektör, yüzde 95 yerli girdilerle üretim yapılıyor. Aynı zamanda ülkemizde 500 bin kişiye istihdam sağlıyor. Bu nedenlerle süs bitkileri sektörü olarak Türkiye ekonomisinde önemli bir yerimiz var. İhracat artışımız çok olumlu yönde gelişiyor. İhracatımız 2019 yılında ilk kez 100 milyon dolar üzerine çıktı. İhracat pazarlarımız her geçen yıl artıyor. Bugün dünya üzerinde 77 ülkeye ihracat yapıyoruz.

Ancak bu yıl dünya genelinde salgın haline gelen pandemiden en çok süs bitkileri sektörü etkilendi. Üretim en yoğun olduğu bu dönemde yaşanan bu olumsuz süreç, üretimimizi ve ihracatımızı çok ciddi derecede etkiledi. 2020 yılı ocak-mayıs döneminde bir önceki yıl aynı döneme oranla yüzde 17 azalış ile toplam 49 milyon 948 bin dolar ihracat yapıldı.

Süs bitkileri sektörünün yaşadığı daralmanın düzelmesi ancak uzun vadede mümkün görünmektedir. Bunun en büyük nedeni insanlar arası etkileşim ve sosyalleşmenin azalmasıdır. Çünkü çiçekler ve bitkiler özellikle sosyal etkinliklerin en büyük satış kalemidir, örneğin düğünler, kutlamalar, toplantılar gibi etkinliklerde yoğun kullanılmaktadır. Bu yüzden sektörün talebinin canlanması ve bu doğrultuda üretim ve ihracatın da normale dönmesi, insanlar arası etkileşimin normale dönebilmesine bağlıdır.

Bu dönemde sadece ülkemiz değil, dünya üzerinde önemli diğer üretici ve ihracatçı ülkeler de sektör açısından büyük kayıplar yaşadı. Örneğin, İtalya ve İspanya gibi rakiplerimiz, yaşanan süreçten dolayı düzenli ve yeterli dikim yapamadılar. Avrupa'nın en büyük tedarikçileri olan Kenya ve Kolombiya, artan hava kargo maliyetlerinden dolayı büyük sorun yaşıyorlar. Ülkemizin bu süreçte bu durumları lehine çevirmesi, rakiplerimizden pazar payı alması da mümkün görünmektedir. Bu zorlu süreç firmalarımızın birbirine destek olduğu bir dönem oldu. Güç birliklerinin artacağını düşünüyorum.



AHMET SAĞUN
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller

"PANDEMİ NEDENİYLE TARIM VE SU ÜRÜNLERİ DAHA ÖNEMLİ HALE GELDİ"

Türkiye'de 2023 vizyonu kapsamında başta devlet kurum ve kuruluşları olmak üzere diğer birçok özel sektör ve iş kolu, son yıllarda yerli ve milli üretimin ne kadar önemli olduğu bilinciyle hareket etmektedir. Bu bilinç ile hareket edilince yerli ve milli üretim sözü, artık hayatımızın her alanında yer almaktadır. Ülkenin gelişmesi, dışa bağımlılıktan kurtulması ve güzel yarınları için başlatılan bu seferberlik son derece yerinde ve stratejik açıdan da büyük önem arz etmektedir. Son yıllarda gelişen ticaret savaşları ile Aralık 2019'da ilk olarak Çin'de ortaya çıkan koronavirüs nedeniyle başta sağlık sistemleri olmak üzere birçok alanı olumsuz etkileyen bu süreç, ülkelerin ve toplumların kalkınmasında önemli rol oynayan tarımı ve su ürünlerini daha önemli hale getirmiştir. Türkiye, 2023 yılı hedefi olan 1 milyar dolar su ürünleri ihracatını 2019 yılında gerçekleştirmiş olup, yeni hedef olarak 2 milyar doları çoktan benimsemiş ve bu yönde çalışmalarını hızlandırmıştır.

Su ürünleri sektörü ekonomik değeri açısından önemli olduğu kadar sağlıklı nesiller için de büyük önem taşımaktadır. Günümüzde, özellikle gelişmiş ülkelerde insanlar, beslenmelerine çok daha fazla dikkat etmekte ve beslenme alışkanlıklarında sağlık açısından uygun gıdalara seçmeye özen göstermektedirler. Bu gıdalar içerisinde balık ve su ürünleri; zengin protein içeriği ve yapısında bulunan çoklu doymamış yağ asitleri ile vücudun temel besin maddesi ihtiyacını karşılamakta, insan fizyolojisi ve metabolik fonksiyonları üzerinde olumlu etki yapması yönüyle önemli besin maddeleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Tahminlere göre yüksek talep ve teknolojik iyileştirmelere dayalı varsayımlardan hareketle, dünya toplam su ürünleri üretiminin artmaya devam edeceği ve 2030 senesi itibarıyla 201 milyon tona ulaşacağı, artışın büyük kısmının ise yetiştiricilikten kaynaklanacağı beklenmektedir. Balıkçılık, günümüzde ve gelecekte tüm ülkelerin ekonomisine belirli bir yatırım ve çaba karşılığı sürekli girdi sağlayan önemli bir sektör olmaya devam edecektir. Dünya toplam su ürünleri üretimine yıllar itibarıyla bakıldığında avlanan su ürünleri miktarında dalgalanmalar varken, yetiştiricilik üretiminin yıllar içinde daha fazla arttığı görülmektedir. Yapılan bilimsel araştırmalara göre, önümüzdeki yıllarda su ürünlerine olan yatırımların daha da genişleyerek artacağı, bu da ülkemizdeki denizlerin ve iç suların öneminin her geçen gün artacağını ve su ürünleri yetiştiriciliğinin geleceğin önemli sektörlerinden biri olacağını göstermektedir.

Son 10 yılda su ürünleri yetiştiriciliğimiz miktar olarak 2 katın üzerinde bir seviyeye ulaşmış olup, darbe girişimlerine ve her türlü şoklara rağmen ihracat rakamlarımız da katlanarak artmaktadır. Türk balığı dünyada bir marka olmuştur ve her geçen gün bilinirliği artmaktadır. Son yıllarda ürettiğimiz Türk somonu büyük bir başarı yakalayıp ihracatta önemli bir katkı sağlayan yeni bir su ürünü olarak adından söz ettirmektedir. Bizim ürünlerimiz tam anlamıyla yerli ürettir.



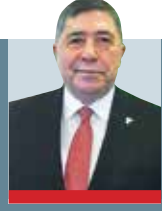
AHMET GÜLEÇ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri

"DARBE GİRİŞİMİ SONRASI İŞLERİMİZE DAHA ÇOK SARILDIK"

15 Temmuz darbe girişiminin sadece iş insanları değil tüm toplum üzerinde olumsuz etkileri oldu. Hem kurum hem şirketlerimiz işlerimize daha çok sarıldık, ihracat pazarlarımıza daha fazla önem gösterdik. Darbe girişiminin hemen ardından Sayın Cumhurbaşkanımızın tüm ihracatçıları toplayarak, bütün ülkelere giderek yaşananları anlatın tavsiyesi üzerine biz de Birlik olarak yurtdışında tüm faaliyetlerimizi artırdık. Mobilya sektörü olarak bugün 200 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu ülkelerden müşterilerimize, meslektaşlarımıza, kurum temsilcilerine 15 Temmuz darbe girişiminin altyapısını, olayları ve ülkemizin bu konudaki istikrarlı duruşunu anlattık. Yaşanan olaylardan sonra ülkemize ve sektörümüze karşı güven kaybı yaşanmaması için her platformda sektör olarak, şirket olarak, birey olarak elimizden geldiğince çaba gösterdik. Yurt dışındaki fuarlara milli katılım sayılarımızı artırdık. Geride bıraktığımız 4 yıl içinde, sektörel ilgili fuar, heyet, kurum ziyareti ve toplantısı gibi farklı faaliyetler çerçevesinde ayak basmadığımız kıta kalmadı.

O dönemde müşterilerimiz bilgi alma ihtiyacı hissediyorlardı. Ortada büyük bir bilgi kirliliği ve yanlış bilgilendirme mevcuttu. Özellikle sosyal medyadan aldıkları bilgileri teyit etme ihtiyacı hissetmişlerdi. Biz bu anlamda mobilya sektörü olarak özellikle ihracat pazarlarımıza daha çok önem verdik. Türkiye mobilya sektörüne karşı bir güven kaybı yaşanmadan bu dönemi atlattığımızın altında yatan gerçek, mobilyacılarımızın içine kapanmak yerine, gittikleri her yerde 15 Temmuz darbe girişiminin tüm toplum tarafından bertaraf edildiği, ülke olarak insanların kenetlenmesini katkı sağladığı ve tüm üreticilerin vakit kaybetmeksizin çalışmaya devam ettiklerini anlatmaları olmuştur.

Pandemi nedeniyle bugüne kadar görmediğimiz bir gelişme ile de karşı karşıya kaldık. Temel kriz reflekslerimizin sonuç vermediği bir kriz deneyimi bu. İnsanoğlu tehditlere karşı birleşerek, grup oluşturarak ya da birlikte hareket ederek mücadele etme refleksine sahiptir. Ancak bu krizin oluşturduğu tehditte bir de insanlardan uzaklaşmak, yalnız başına mücadele etmek ve korunmak gibi bir sonuç ortaya çıktı. Bu iki tehdit unsuru ile mücadele etmek için belli bir dönem geçip, insanların yeni döneme kendilerini alıştırmaları gerekecek. Bu alışma süreci ile beraber, iş dünyası birlikte hareket etmenin önemini daha fazla anlayarak birliklikler oluşturacaktır. Zira, pandemi bize şunu gösterdi ki, tedarik zincirini güvenli tutmak tehditlere ve krizlere karşı alınacak en önemli tedbir olarak öne çıktı. Firmalar, tedarikçilerini daha fazla gözetmek zorunda kalacaklar. Tüketicilerin önemi daha da çok anlaşıldı. Çevre, küresel ısınma, sürdürülebilir kalkınma hedefleri gelecekte en önemli tartışma başlıklarımız olacak. Belirsizliklerle mücadele etme bilinci, kriz yönetim kabiliyetlerimizi yeniden sorgulamamıza neden olacak. Bütün bu saydıklarımı insanların tek başına yapmaları mümkün değil. Ortak akıl, ortak bilinç, ortak hareket en önemli gücümüz.



TAHSİN ÖZTIRYAKI
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Demir ve Demir Dışı Metaller

"İŞ BİRLİKLERİMİZ ARTARAK DEVAM EDİYOR"

15 Temmuz 2016'da yaşadığımız menfur darbe girişiminde milletimiz tarihin akışını değiştiren şanlı bir direniş gösterdi. 15 Temmuz sonrasında güçsüz bir Türkiye bekleyenlere inat daha güçlü ve kendinden emin tek yumruk olarak yolumuza devam ettik. Dünyadaki tüm müşterilerimiz böyle bir durumda işlerinin duracağını, sistemin bozulacağını zannettiler. Ama hiç böyle olmadı. Bizler bütün kurum ve kuruluşlar olarak, ara vermeden çalışarak hayatın rutin akışına uygun bir şekilde gelen taleplere aksaksız cevap verdik. Ekonomik, sosyal ve siyasi her şey aralıksız devam etti. Yapılmak istenenin aksine; daha güçlü, daha dinamik daha azimle sergilemiş olduğumuz duruş, yurt dışındaki iş ortaklarımızı ziyadesiyle etkiledi ve iş birliklerimiz artarak devam etti.

Savunma sanayii başta olmak üzere Türkiye, birçok alanda yerleşme adımlarına hız verdi. En önemli adımlardan biri de kendi otomobilini, kendi trenini ve kendi insansız uçağını üretecek duruma gelmesi oldu. Gerekli adımlar atıldı ve yerli otomobil prototipleri kamuoyu ile paylaşıldı. Demir ve Demir Dışı Sektörü olarak bizler halihazırda gerek savunma ve otomotiv sanayii gerekse sağlık sektörünün ihtiyacı olan mamul ve yarı mamul ihtiyacını büyük oranda yerli üretim ile karşılıyoruz. Ancak Türkiye'de üretilmeyen ve üretim yapmak için ithal etmek zorunda olduğumuz bir takım ara mamuller mevcut. Bu ara mamulleri tespit ederek üretmek, sanayiciler olarak bizim görevimiz. Bizde bu bilinçle gerekli çalışmalar başlattık ve hız kesmeden devam ediyoruz.

Salgın nedeniyle özellikle bu yılın ilk üç ayında küresel ticaret durma noktasına geldi. 1 Ocak-30 Mayıs arasında baktığımızda geçtiğimiz yıla göre ihracatımızda yüzde 13,31'lik bir düşüş olduğunu görüyoruz. Bu düşüşün makul olduğunu ve önümüzdeki dönemde ülkeler normalleşmeye başladıkça sektörümüzün kendini toparlayacağına inanıyorum.

IDDMIB bünyesindeki sektör arkadaşlarımızın çoğunun fabrikalarında üretim hiç durmadı ancak elbette çalışanlarımızın sağlığı açısından çalışma alanları seyrekleştirilerek, üretim azaltılarak çalışmalara devam edildi. Ancak temmuz başından itibaren tüm sektörlerimizin tam kapasite üretimlerine başlayacaklarını düşünüyorum. Firmalarımızdan yurt dışından gelen ürün taleplerinin arttığını duyuyoruz, bu bize bu yılın sonuna gelmeden hatta önümüzdeki 2-3 ay içerisinde ihracatımızın artacağına inancımızı veriyor.

Artık Türkiye'de üretilen ürünlerin kullanılmasının çok önemli olduğu anlaşıldı ve uygulanmaya başlandı. Ben pandemi sonrası Türkiye'nin büyüme ivmesinin devam edeceğine inanıyorum.



MUSTAFA ŞENOCAK
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Deri ve Deri Mamulleri

“NET İHRACATIMIZ İLE ÜLKE EKONOMİSİNE DESTEK VERMEYE DEVAM EDİYORUZ”

15 Temmuz hain darbe girişiminin işsizlikten büyümeye, yatırım ortamından turizme kadar ekonomik olarak ülkemize pek çok alanda etkisi oldu. Darbe girişimi sonrası özellikle yurt dışında oluşturulmaya çalışılan negatif algı ve imaj kampanyası nedeniyle de iş insanları olarak bu olumsuz iklimten etkilenmek durumunda kaldık. Buna karşın, bu hain girişimin milletimiz tarafından tarihe geçen kahramanca bir direnişle birkaç saat içinde püskürtülmesi ve devletimizin dik duruşu ile kısa zamanda toparlanmayı başardık. Ayrıca ekonomi yönetiminin iş dünyası ve sivil toplum örgütleriyle birlikte güven ortamını ivedilikle tesis etmesi de bu toparlanmaya ciddi anlamda katkı sundu. Tüm ülkenin kenetlenerek gerçek bir dayanışma örneği sergilemesi neticesinde oluşan güven ortamı, ticaret hayatını da olumlu yönde etkileyerek, hedeflerimizi yukarı yönlü revize etmemize imkân sağladı.

Tabii ki, ülke sathında bu denli bir girişimin yaşanmış olması, yurt dışındaki iş ortaklarımızı ilk aşamada biraz tedirgin etmişti. Yurt dışındaki iş ortaklarımızla gerek TİM'in gerekse bakanlıklarımızın desteğiyle faaliyetlerimize her aşamada devam etme kararlılığını gösterdik. Ülkemizin ekonomik anlamda bu süreçten güçlenerek çıkmasına katkıda bulduk. Bu girişimlerimizin etkisini esasen pandemi öncesinde kırdığımız ihracat rekorlarında görebiliyoruz.

İDMİB olarak, yerli sanayimizin gelişmesi için bizler de hem sektör temsilcilerimiz hem de TİM ve Ticaret Bakanlığımızla istişare halinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu çalışmalarımızın meyvesini 2018 yılı sonunda net ihracatçı konumuna geçerek ve her yıl bu konumu daha da güçlendirerek aldık. 2019 yılında sektörümüz 505 milyon dolar dış ticaret fazlası vererek ülke ekonomisine katkıda bulunmayı sürdürdü. Bunun yanında ortaya koyduğumuz pazar çeşitliliği stratejimiz ile uzak coğrafyalara ihracat potansiyelimiz artarak devam ediyor. Hedef pazarımız olan ABD'ye, tüm siyasi krizlere rağmen ihracatımızı arttırdık. 2019 yılı aynı zamanda sektörümüz için rekorlar yılı oldu.

Pandemi sonrası süreçte yaşanan global durgunluk sektörümüzü de etkilemekle birlikte haziran ayı itibarıyla toparlanmanın başladığını görüyoruz. Ümit ediyoruz ki 2020 yılının üçüncü ve dördüncü çeyreğinde normalleşme süreci ile global pazardaki ihracat payımızı daha da artıracaktır.

Açıkça görüyoruz ki, küresel krizler dünyada dayanışma ruhunu daha da artırıyor. Türk iş dünyası olarak bizler de bu dayanışmanın güzel bir örneğini bu süreçte vermiş olduk. Devletimizin desteği ve STK'larımızın yoğun çabasıyla istihdamın ve firmalarımızın bu zorlu dönemde rekabet gücünü koruması iş dünyamızın önceliği oldu. Umut ediyoruz ki pandemi sonrasında da bu birlik ve dayanışma ruhu kalıcı olarak yerleşmiş olacaktır.



SALAHATTİN KAPLAN
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Halı

“İHRACAT RAKAMLARIMIZ DARBE GİRİŞİMİNDEN BU YANA YÜKSELDİ”

Hain darbe girişimi ve halkımızın buna verdiği yanıt, ülkemize olan güvenimizi artırdı. Şahsen benim firmamda ve sektörümüzdeki diğer firmalarda bir olumsuzluk yaratmak şöyle dursun, ülkemiz için daha da fazla enerjile çalışma azmimizi pekiştirdi.

Sektörümüz, dünya halı ihracatında uzun süredir lider konumunda. Darbe girişimi neticesinde sektörümüze ve ülkemize yönelik bakış açısında olumsuz bir değişim olmadı. Aksine, ülkemizin demokrasiye sahip çıkma tavrı pek çok kesimde övgüyle karşılandı. Sektörümüzün iş ortakları olan Orta Doğu coğrafyası ve batılı ülkeler, ülkemiz insanının tavrını takdirle ve imrenerek değerlendirmektedir. Biz de her platformda ülkemiz demokrasisinin olgunluğunu, kurumlarının oturmuşluğunu insanlara anlatıyoruz. Bunu aynı zamanda iş yapma şekillerimizde de tüm dünyaya gösteriyoruz.

Sektörümüzün üretim araçları ve ham madde tedariki bakımından büyük oranda dışa bağımlıyız. Bunu azaltmak için bazı girişimlerimiz ve projelerimiz devam etmektedir. Makinelerimizde kullanılan yazılımların ve programların millileştirilmesi ve yurt içinde üretilebilen ham maddelerin tercih edilmesi bu önlemlerin başında gelmektedir. Üniversitelerimizle iş birliği içerisinde üretimin tüm bileşenlerinin millileştirilmesi için ve ithalata bağımlılığı azaltmak için çalışmalarımız sürmektedir. Sektörde kaydettiğimiz ihracat rakamları darbe girişiminden bu tarafa ihracatımızın yüksek oranlı artışına işaret etmektedir. 2016 yılında 1,9 milyar dolar olan ülkemiz halı ihracatı, 2019 yılında 2,5 milyar dolara yükselmiştir. Pandemi sürecinde kısa bir süre sektöre uğrayan ihracatımız haziran ayıyla birlikte normale dönmüştür. Bundan sonraki dönemde de daha yüksek oranlı artışlar bekliyoruz. Kısa vadeli hedefimiz, yıllık 3 milyar dolar ihracatın aşılmasıdır. Bunu da çok kısa süre içerisinde başaracağımızı düşünüyoruz.

Ülkemiz insanı ve elbette iş insanlarımız zor durumlarda bir araya gelmek konusunda tüm dünyaya örnek olan bir tavı daima göstermişlerdir. Pandemiye karşı mücadelede de devletimizin önderliğinde bu birlik ruhunu sağladık. Koronavirüs sonrasında bu birlik ruhunun süreceğini ve ülkemizin pandemi yönetiminde gösterdiği başarının ardından pandemi sonrası dönemde de daha yüksek hedeflere ulaşacağına inancımız tamdır.



ADİL PELİSTER
İKMİB Başkanı
Kimya

"15 TEMMUZ İLE SEKTÖRÜMÜZÜN YERLİLEŞME POLİTİKASI HIZ KAZANDI"

Ülkemizin dört yıl önce yaşadığı 15 Temmuz darbe girişimine karşı milletimiz, birlik ve beraberlik içinde demokrasi zaferine imza attı. İş dünyası olarak bu süreçte bizler de üzerimize düşeni yaparak ekonomimizin ayakta kalabilmesi için ne gerekiyorsa yaptık. Her yıl 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü'nde darbe girişiminde hayatını kaybedenleri anıyoruz. Bu vesileyle, milli irademize sahip çıkıp hayatını kaybeden tüm şehitlerimizi saygı ile anıyor, gazilerimizi minnet duygularımızla selamlıyorum.

Dört yıl önce birlik olarak verdiğimiz mücadeleye sayesinde ülkemiz kısa zamanda toparlanmayı başardı. Birlikte hareket etmenin ve milletimizin darbe girişimi karşısında dik duruşunun ne denli büyük bir güç oluşturduğunu gördük. Ticaret ilişkisi içinde olduğumuz ülkelerde yanlış bir algı oluşmasını önlemek üzere hükümetimiz başta olmak üzere, iş dünyası olarak diplomatik süreçleri başarılı bir şekilde yürüttük. Dolayısıyla ticaretimizin ve ekonomimizin etkilenmemesi için iş dünyası olarak önemli bir sorumluluk üstlendik.

Bugün tüm bu çabaların karşılığını aldığımızı inanıyorum. Bunu ihracat rakamlarımızda da görüyoruz. Ülke ekonomimiz, 2016 yılından sonra hızla toparlanarak 2017 yılı itibarıyla ihracat rekorları kırmaya başladı. Kimya sektörümüz de bu büyük başarıda çok önemli bir role sahip. Sektörümüzün ihracatı 2017 yılından beri artarak yükselmeye devam ediyor. Geçen sene ise 20,6 milyar dolar ile şimdiki kadarki en yüksek ihracatını yaparak rekor kırdı. Yüzde 18'in üzerinde büyüdü ve Türkiye'nin en çok ihracat yapan ikinci sektörü oldu. Pandemi dolayısıyla bu sene başındaki hedefimizi güncellemek durumunda kaldık. Bu kapsamda 20 milyar dolar seviyelerini yakalayacağımıza inanıyoruz.

15 Temmuz ile devletimizin yerlileşme politikası da hız kazandı. Kimya sektörümüz ise ham madde bakımından yüzde 70 dışa bağımlı durumda. Bu kapsamda İKMİB olarak, kimya sektörümüzün ihtiyacı olan öncelikli yatırımları, beklenti ve önerilerimizi devletimize iletiyoruz. Özellikle petrokimya alanında faaliyet gösteren Star Rafineri'nin 2018 yılında hayata geçmesi sektörümüz adına çok önemli bir kazanım oldu. Benzer büyüklükte 5-6 tane daha petrokimya tesisine ihtiyacımız olduğunu her zaman dile getiriyoruz. Bununla birlikte pandemi sürecinde dezenfektan, ilaç, medikal gibi ürünlere artan ihtiyaçlar, bize kimya sektörümüzün ne kadar hayati bir öneme sahip olduğunu gösterdi. Bu açıdan stratejik önemi her geçen gün artan sektörümüze; yatırım desteklerinde öncelik verilmesini bekliyor, ülkemizin büyümesine sağladığımız katkıyı artırmayı hedefliyoruz.



MUSTAFA KAVAL
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Savunma ve Havacılık

"YURT DIŞINDAKİ ORTAKLARIMIZ ZORLU SÜREÇTE BİZİ DESTEKLEDİ"

Bu hain darbe girişimi esnasında demokrasimizi korumak uğruna canını veren şehitlerimizi rahmetle, gazilerimizi minnetle anmak istiyorum. İş insanı kimliğimden evvel ben, öncelikle vatanını seven bir yurttaşım. Allah bir daha ülkemizi böyle belalar ile sınamasın. Bu süreçte devletimizin yanında yer alarak daha çok çalışmaya, oluşan tahribatı azaltmaya uğraştık. Hain terör örgütünün sızmalarına karşı iç denetim ve bilgi güvenliği mekanizmalarımızı güçlendirdik. Daha çok çalışmanın en iyi reçete olduğunu biliyoruz.

Berber iş yapmakta olduğumuz yurt dışındaki ortaklarımız zaten hem bizi hem de Türkiye'yi yakından tanıyorlardı. Onlara durumu anlatarak, darbelerin demokrasimize ve adalete karşı yapmış oldukları bu eylemin amacını ve istedikleri neticenin nelere mal olacağını anlattık. Açıkçası muhatap olduğumuz özel firma temsilcileri başından beri bizim yanımızda yer alarak konuyu tüm gerçekleri ile kavradılar. İş insanlarının birbirini anlaması, gerçekleri görmesi gayet hızlı oldu. Çünkü bu insanlar, gerçekçi ve mantığın uygun gördüğünü çabucak kavrayan insanlar. Ancak iş devletlerin bakış açısına geldiğinde maalesef süreç bu kadar kolay olmadı. Bazı ülkeler, kendi menfaatleri gereği bu darbe girişimini farklı açılardan yorumladılar.

Konu savunma sanayisi olunca yerlileşme politikası aslında bir varoluş sebebi olmakta. Yerli ve milli ekipmanların üretimi için kurulan bir sanayi olduğumuz için bu politika bizim ana unsurumuz olmakta. Artık Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtiyaçlarının yüzde 70'ine yakını yerli kaynaklar ile çözebiliyoruz. Özellikle son yıllarda kaydettiğimiz ilerleme neticesinde yerli ve milli ürünlerimizi sahada görebiliyoruz.

İhracat verilerine bakıldığında Savunma ve Havacılık Sanayi İhracatçıları Birliği'nin kuruluşundan bu yana istikrarlı bir şekilde ihracatını artırmayı başardığını görmekteyiz. Ürünlerimizin dünya genelinde kullanımı yaygınlaştıkça, bize olan talep de artıyor. Pandemi tüm dünyayı derinden etkileyen bir süreç ve hala devam etmekte. Dünya genelindeki talep konusundaki gelişmeler, diğer üreticiler gibi bizim de ihracatımızın seyrini belirleyecek, muhtemelen bizler için yeni fırsat kapılarını aralayacaktır.

Savunma ve havacılık sanayisi açısından sektörümüzde yer alan firmalar, kendilerini her zaman milli takım oyuncusu gibi hissederek ve buna uygun şekilde davranırlar. Pandemiden önce sektörümüz zaten tek vücut olarak davranmakta, ihracat hedeflerini gerçekleştirmek için olanca gücü ile çalışmaktaydı. Pandemi dönemi ile karşımıza çıkan yeni sorunları doğru analiz edip, uygun önlemleri almak ve neticelendirmek, bu durumu bir fırsatlar kümesine çevirmek için tüm sektör olarak, milli takım ruhuyla çalışmaya devam edeceğimizden kimsenin şüphesi olmasın.



MUSTAFA KAMAR
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Mücevher

"ÜLKEMİZİ AYAKTA TUTAN TÜM DENGELERİ HEDEF ALAN BİR SALDIRIYDI"

15 Temmuz'da yaşanan darbe girişimi, yalnızca ülke iktidarını değil, ekonomiden sosyal yaşama, barıştan huzura kadar ülkemizi ayakta tutan tüm dengeleri hedef alan bir saldırı oldu. Hükümetimiz başta olmak üzere kolluk kuvvetleri ve toplum olarak bu darbe girişiminin boşa çıkmasını sağladık. Mücevher İhracatçıları Birliği olarak ülkemize yapılan bu girişimin ekonomik boyutlarını en aza indirmek adına da elimizden geleni yapıyoruz. Darbenin başarıya ulaşmamasının ardından sonraki yıllarda yine aynı odaklar tarafından tertip edilen döviz kuruna yönelik operasyonlarla ülkemizin ekonomisi çökertilmek istendiğinde, ekonomimize en çok katkısı mücevher sektörü gerçekleştirdi. Böylesi dönemlerde halkımız, yastık altındaki altınına ekonomi çarklarına katarak düzenlenen tezgâhı bir kez daha bozguna uğrattı. Böylelikle mücevher sektörümüzün önemi ve stratejik bir sektör olduğu bir kez daha öne çıktı. 35 bin kuyumcu ve 6 bin üreticisiyle birlikte toplam 1 milyon kişinin geçimini sağladığı stratejik bir sektör olarak, dün olduğu gibi yarın da ülkemizin yanında yer alarak anti demokratik girişimlerin karşısında duracağız. Allah, bir kez daha bu ülkeye böyle bir şey yaşatmasın.



FATİH KEMAL EBİÇLİOĞLU
TİM Sektör Konsey Üyesi
Elektrik ve Elektronik

"MUASIR MEDENİYETLER SEVİYESİNİ DE AŞACAĞIZ"

15 Temmuz süreci bizlere, ülkemize ve demokrasimize ne denli güçlü bir şekilde sahip çıkmamız gerektiğini gösterdi. Ülkemizin ve toplumumuzun refahını ve güvenliğini esas alan iş insanları olarak işlerimize daha güçlü bir şekilde sarıldık. Ülkemizin ve demokrasinin varlığının işlerimiz için ne denli önemli olduğunu yaşayarak gördük. Ülkemizi muasır medeniyetler seviyesine çıkaracağız. Hatta onu aşacak sorumluluk bilinciyle işlerimize sarıldık ve dünya ile güçlü bir iletişime geçtik. 19 trilyon dolarlık dünya ticaretinden ülkemizin ve insanlarımızın çalışmalarının karşılığı olan hak ettiği refah payını alması için çalışmaya devam ettik. Bu yöndeki çalışmalarımız kısa sürede ivmeli büyümemize imkân verdi.

Pandemi dönemi Dünya'daki birçok mega trendin hızla hayata geçmesi sürecini hızlandırdı. Süreçten önce gün yüzüne çıkan ticaret savaşları, bu dönemde tedarik zincirlerini daha çok güvenceye almaya çalışan birçok ülke için yeni kararların alınmasında tetikleyici unsur oldu. Ülkelerin tedarik zincirlerini yeniden yapılandığı bu dönemde ülkemiz ve sektörümüz için olağanüstü imkânların ortaya çıktığı bir döneme giriyoruz. Bu dönemde de en iyi şekilde değerlendireceğimize, ülkemiz için yeni fırsatların çıkacağına yürekten inanıyoruz.

"YENİ NORMALDE BİRLEŞMELERE ŞAHİT OLACAĞIZ"

Darbe girişimi ülkemize yapılan en büyük kötülüklerden biri olarak tarihteki yerini aldı. Özellikle yurt dışı ile ticari ilişkileri olan iş insanlarımız algı açısından olumsuz etkilendi ancak bu durum fazla uzun sürmedi. Devletimiz ve milletimiz bütünleşti ve en güzel cevabı verdi.

Bu noktada yabancı basının Türkiye'deki gelişmeleri dünyaya nasıl aktardığına dikkati çekmek gerekiyor. Algı ve gerçek arasında uçurum var. Bizler ihracatçılar olarak yabancı iş ortaklarımıza ülkemizin darbe girişimine maruz kaldığını birebir aktardık. Yabancı basına baktığımızda ise çok farklı sütunlar okuduk, olduğundan çok farklı TV yayınları izledik. Türkiye'ye iş için gelen yabancı iş insanları gerçek ile algı arasındaki uçurumu tespit etmiş oldu.

Maden sektörü'nde, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığımızın yerli ve milli enerji ve maden politikaları

uyarınca pek çok alanda yerli üretim devam ediyor. Metalik madenlerde yatırımların önünün açılması için Bakanlığımız elinden gelen tüm çabayı sarf ediyor. Bu süreçte maden sektörü tüm gücüyle ihracata katkı yapmaya devam ediyor. Pandemi sonrasında da en önemli pazarlarımız olan ABD ve Çin'deki gelişmelerden kuşkusuz etkileneceğiz. Çin pazarının, dünyanın geri kalan pazarlarından daha çabuk toparlanacağını umuyoruz. Bunun da maden sektöründe pozitif bir etki yaratacağını öngörüyorum.

Pandemi dünyada gerçek anlamda bir değişimin başlangıcına vesile oldu. Özellikle küresel ticaret bu süreçte ciddi hasar aldı. Dünya, sağlık dışında sosyal hayat ve ticaret anlamında olumsuz etkilendi ancak aynı zamanda çok önemli dersler de çıkardı. Post-korona sonrasında sektör ayrımı yapmaksızın birçok birleşmeye ve güç birliğine şahit olacağız.



RÜSTEM ÇETİNKAYA
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Maden



SALİH ZEKİ POYMAZ
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
İklimlendirme Sanayii

15 Temmuz 2016'da gerçekleşen hain darbe girişiminin üzerinden dört yıl geçti. Ancak bugün gibi hatırlıyorum. Evim Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne sadece iki kilometre mesafede. Uçaklar evimin üzerinden uçtular. Süperonik patlamalara şahit oldum. Her defasında yerimizden sıçrattı. Meclise atılan bomba binamızı kökünden salladı. Allah bir daha göstermesin. Bunları yaşarken savaş içinde olan ülkelerin halklarını düşünmeden edemedim. Gerçekleştirilenleri lanetliyorum. Ayrıca 15 Temmuz gecesi ve sonrasında hayatlarını kaybeden tüm vatanseverlere rahmet geride kalanlara baş sağlığı ve acil şifalar diliyorum. Yaşanan olaylar ülkemizin tüm kesimlerini milli irade bilinci altında birleştirmiş, ardından da birlik ve beraberliğin ön plana çıktığı bir diyalog ortamı sağlamıştır.

Bu olayın hemen peşinden yurt dışında irtibatla olduğumuz birçok paydaşlarımız iyi dileklerini iletiler. Biz de tüm paydaşlarımıza her şeyin normal olduğunu dün olduğu gibi bugün de aynı hizmete devam edeceğimizi bildirdik. Türkiye'ye olan güvenin artırılması ile hem ihracatın artışı hem de dışarıdan gelecek yatırımların devam etmesi için yurt dışı sektörel paydaşlar ile var olan ilişkileri geliştirmenin ve yurt dışında gerçekleşen organizasyonlara katılımların artmasını sağlamanın gerekliliği vurgulanmış ve aradan geçen dört yıl boyunca da ihracatçı birliklerimiz bu konuda var güçleriyle çalışmışlardır. Devletimizin ve iş dünyamızın güçlü ve inançlı duruşu sayesinde

“DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN SEKTÖR OLMA YOLUNDAYIZ”

söz konusu olaylardan sonra yurt dışından mal alım iptaline rastlanılmamış, bununla birlikte, yurt içinde yaşanabilecek tahsilat sorunlarına karşılık, iç piyasada yaşanabilecek olumsuzlukların önüne geçebilmek adına hükümetimizin aldığı bir takım önleyici tedbirler ve firmalara verilen teşviklerin bu süreçte artırılmasının çok olumlu etkileri geçtiğimiz bu dönem içerisinde görülmüştür.

İhracatçılar olarak bizler de 2019 yılında yeni bir misyon ve vizyon ortaya koyduk. “Dış Ticaret Fazlası Veren Türkiye” diyerek çıktığımız yolda 5G vizyonunu; yani, Güçlü Türkiye, Güçlü Ekonomi, Güçlü İhracat, Güçlü İnsan Kıymetleri ve Güçlü İhracat Altyapısı mottolarını oluşturduk. Bu bağlamda iklimlendirme sektörü olarak 2018 yılında yüzde 88,6 olan ihracatın ithalata karşılama oranını 2019 yılında yüzde 98,6 gibi çok önemli bir orana getirdik. 2020 yılında da bu oranı daha yukarı çekerek dış ticaret fazlası verir bir yapıya ulaşmayı amaçlıyoruz.

Son günlerde tüm dünyada yaşanan ve etkilerini ülkemizde de hissettiğimiz pandemi süreci de tıpkı 15 Temmuz darbe girişimi günlerinde olduğu gibi iş dünyamızda aynı birlik ve beraberlik ruhunu oluşturmuş ve bu zor günlerden ülke olarak başarılı bir şekilde çıkabilmemiz için yerli ve milli marka ve değerlere daha fazla önem verilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. İhracatçı birlikleri olarak yerli firmalar ve markalarımızın yurt dışında hak ettiği değeri görmesi için büyük çaba sarf etmeye devam edeceğiz.



2 günde 2 destan yazan bir millet

METEHAN DEMİR, GAZETECİ, YAZAR

15 Temmuz 2020... Ülkemizin tarihinde uğradığı en büyük ihanet girişimine karşı milletimizin yazdığı 15 Temmuz destanının 4. yıl dönümü.

Tankların önünde duran değil, önüne çıkıp savaşan, elinde olsa çatılardan F-16'ların üstüne atlayacak kurşunlara göğsünü siper eden bir milletten bahsediyoruz.

O kahramanların, o gün bu destanı yazanların hakkı asla ödenmez.

'Bugün ölmeyeceksek ne zaman öleceğiz' diyen bir millet!

Büyük dedemin İstiklal Madalyasını gururla hala taşıdığım Çanakkale Savaşı'nın, Kurtuluş Savaşı'nın destanını yazan bir milletin evlatları...

Tüm şehitlerimizin aziz hatıraları önünde saygı ile eğiliyoruz.

O gece FETÖ'nün bu hain kalkışmasına karşı bu yüce milletin verdiği mücadele dünya tarihine, tüm dünya halklarına bir örnek olacak şekilde altın harflerle yazılmıştır.

Milletimize emanetimiz gazilerimizi de bu millet asla unutmayacaktır.

Ama bu hain FETÖ darbesine karşı tek vücut olan bu yüce milletle ilgili bir noktaya daha dikkat çekmemiz gerekiyor.

16 Temmuz'a... Bir destanın daha yazıldığı o güne.

O cumartesi gününe... Yani sabaha kadar bu büyük milletin hainlere karşı savaştığı günün ertesine...

İŞTE O MESAJ!

Yani; düştüğü yerden kalkıp işine gittiği, hayatını devam ettirdiği, kepenklerini açtığı yani hainlere ve tüm dünyaya, 'Bu millet yıkılmaz; düştü sanırsınız ama düştüğü yerden daha güçlü kalkar' mesajını verdiği günden bahsediyoruz.

Diğer bir yabancı ülkede bu olsa vatandaşları yıllarca dağılmış şekilde dolaşırlardı.

İnanın bu ülke bitti diyenlere en büyük darbelerden biri de bu olmuştur.



Çünkü; o gün batı ülkelerinde bile 'Zaten bunlar birbirinden nefret ediyor; şimdi ortaklık karşısı' beklentisi ile sinsice bir bekleyiş dikkat çekmemiş miydi?

Bu ülkede siyasi kavgalar olur, birbirimizi yeriz, nefret ederiz ama yeri geldi mi de tüm millet olarak tek vücut, tek yumruk olmayı biliriz.

Biz bu ülkenin tüm vatanseverleri birlikte daha güzeliz. Ancak daima dikkatli olacağız. Ama çok da korkmayın. Neden mi?

Çünkü, bu milletin tek yürek olup 15 Temmuz'da hainlere karşı nasıl mücadele ettiğini ve 16 Temmuz'da nasıl yeniden ayağa kalkıp ülkesi için çalışmaya devam ettiğini görenler bir daha buna zor cesaret eder. Ederse de daha ağır yanıt alacağını bilir!

MİLLETİN AKINCILARI

Tıpkı ihracat dünyamızın verdiği o yanıt gibi. Bu ülkenin yurt dışındaki akıncıları, bayrağını

gururla ve başarıyla taşıyan ihracatçılar 15 Temmuz sonrası bu yüce milletin desteğiyle muazzam bir azimle inanılmaz bir çıkış gerçekleştirdiler. Yılmadılar ve daha 2016'nın son çeyreğinde başlayan müthiş bir artış ivmesi yakaladılar.

Her bir ihracatçımız bu süreçte gönüllü bir Türkiye elçisi oldu. İlk amaç da ürettiklerimizi satmak, ihraç etmek değil, önce bu ülkenin haklılığını ve mücadelesini yurt dışında anlatmaktı. Bu seferberliğin üzerine inşa edilen muhteşem bir ihracat çıkışıyla Türkiye ihracatçılarımızın sayesinde 15 Temmuz sonrasındaki dönemde muazzam bir grafik yakaladı. Türkiye'nin yılmayacağını, bu tür alçakça saldırılara prim vermeyeceğini ve her krizden daha da güçlü çıkacağını anlatanların en başında ihracatçılar geldi.

Bu azim ve irade her geçen gün artarak devam ediyor. Bir kez daha on binlerce ihracatçıya ve bu işte payı olan herkese yürekten teşekkürler.

Yerli ve milli olmak demek ihracatta da güçlü olmak demektir. Bu işe gönülden inanmak demektir.

İşte bu anlayış, Sayın Ticaret Bakanımız Ruhsar Pekcan'ın liderliği ve TİM Başkanımız İsmail Güllü'nün de vizyonu ile Türkiye'mizin ihracatçıları tarafından bugün de aynı çizgide sürdürülüyor.

Ne güzel sözdür;

Tek Yürek Olunca

Biz Oluruz.

Millet Oluruz.

Vatan Oluruz.

Bayrak Oluruz

Türkiye Oluruz...

En güzel günler sizlerle ve ülkemizle olsun... Sağlıkla kalın...

"Her bir ihracatçımız 15 Temmuz sonrasındaki süreçte gönüllü bir Türkiye elçisi oldu. İlk amaç da ürettiklerimizi ihraç etmek değil, önce bu ülkenin mücadelesini yurt dışında anlatmaktı."

Türk savunma sanayii pandemiye rağmen hız kesmiyor

STM Teknolojik Düşünce Merkezi mayıs ayında savunma sanayii şirketlerinin temsilcileri ve uzmanları ile "Covid-19 Süreci ve Sonrasında Türkiye'de ve Dünya'da Savunma Sanayii" adlı online bir panel düzenledi. Sektör temsilcileri, pandemi sürecinden Türkiye'nin başarıyla çıktığını ve Türk savunma sanayisinin özgün içerikler geliştirerek ihracat başarıları yakaladığını söyledi.



Türkiye'nin teknoloji odaklı ilk düşünce merkezi olan STM ThinkTech'in 20 Mayıs'ta online ve canlı olarak gerçekleştirdiği panel, savunma sanayisinin öncü şirketlerini ve uzmanlarını ağırladı. STM ThinkTech sosyal medya hesapları üzerinden ilk gün itibarıyla 250 bine yakın kişi tarafından izlendi. "Covid-19 Süreci ve Sonrasında Türkiye'de ve Dünya'da Savunma Sanayii" adlı panelin moderatörlüğünü gazeteci Hakan Çelik üstlendi. T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir, ASELSAN Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Prof. Dr. Haluk Görgün, TUSAŞ Genel Müdürü Prof. Dr. Temel Kotil, SETA Güvenlik Araştırmaları Direktörü ve Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Murat Yeşiltaş ve STM Genel Müdürü Murat İkinci katılarak görüşlerini paylaştı.

Katılımcılar, temsil ettikleri kurumların bugüne kadar yaptıkları çalışmalarını özetlerken ağırlıklı olarak pandemi sürecinde gerçekleştirilen ilave faaliyetleri ve bu süreçte atılan zorunlu adımları da anlattılar. Türkiye ve uluslararası endüstri çevreleri tarafından yakından takip edilen, İHA-SİHA sistemleri, helikopter, deniz platformları ve uçak projelerinde gelineyen son durum hakkında da bilgiler verdiler.

STRATEJİK PROJELERİMİZDE AKSAMA OLMADI



Paneldeki ilk konuşmayı T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir yaptı. Demir,

pandemi sürecinden genel olarak bütün ekonomilerin kötü etkilendiğini, fakat Türkiye'nin terörle mücadele ettiği şu günlerde savunma sanayisinde yer alan stratejik projeleri durdurmadığı bilgisini verdi. Projeler devam ettiği için yıl sonu ciro hedeflerinin çok fazla değişmeyeceği düşüncesinde olduğunu da sözlerine ekledi.

Savunma sanayisinin sağlık alanında yaptığı çalışmalar hakkında da bilgi veren

T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayii Başkanı Prof. Dr. İsmail Demir, pandemi sürecinden genel olarak bütün ekonomilerin kötü etkilendiğini, fakat Türkiye'nin terörle mücadele ettiği şu günlerde savunma sanayisinde yer alan stratejik projeleri durdurmadığı bilgisini verdi.

Demir, "Savunma sanayisinde geliştirilen teknolojilerin çoklu kullanım mantığıyla, şirketlerimiz tarafından sağlık sektöründe de kullanılmasına salgından çok önce dikkat çekiyorduk. Bu değerlendirme neticesinde, şirketlerimiz hızla ürün verme ve çoklu teknoloji kullanımını konusunda güzel örnekler sergiledi. ASELSAN devam etmekte olan bazı çalışmalarını hızlandırdı ve ventilasyon cihazı gündeme geldi. İkisi savunma sanayinden ,dört firmamızın işbirliğiyle oldukça başarılı bir sınav verildi. Salgın bir anlamda fırsat teşkil etti ve farkındalığın artırılması yönünde gerçekten olumlu adımlar atılmasını sağladı. Türkiye'nin çeşitli ülkelere verdiği desteklerin ülke imajımıza sağlayacağı olumlu katkıyla ihracatımızın da uzun dönemde artmasını bekliyoruz. Solunum cihazında olduğu gibi Türkiye'de yapılan çalışmalar dünyada da dikkatle izlendi ve çeşitli ülkelerden yerelde üretim, ortak üretim ya da doğrudan tedarik konularında hızla talepler gelmeye başladı. Bu da Türkiye'deki teknolojilerin, sağlık alanında uygulanması konusunda tanınmasına vesile oldu" dedi.

ÇİN'İN YERİNE GEÇMEMİZ MÜMKÜN
ABD'nin Çin'e alternatif arama politikalarında Türkiye'nin sadece savunma sanayiinde değil diğer başka konularda da alternatif üretici olmakla ilgili devreye girebileceğini söyleyen Demir, çeşitli sektörler bazında görüşmeler yapıldığını da ifade etti. Türkiye'nin büyük bir oyuncu olarak dünya piyasasında daha fazla görünmeye başladığını belirten Demir, "Türkiye olarak ihracat piyasasında artık kendimizi ispatladık. Bu anlamda Çin de dahil birçok geleneksel ve klasik ihracatçı ülkenin yerine geçmemiz mümkün. Cumhurbaşkanımızın sık sık yaptığı ziyaretlerde çeşitli ülkelerle kurduğu iyi ilişkiler bu yönde olumlu etkiler yaratacak.



650

ASELSAN'ın yılbaşından bugüne istihdam ettiği personel sayısı



% 23

TUSAŞ'ın 2020 yılı sonunda dolar bazındaki büyüme beklenti oranı

Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. (TUSAŞ) Genel Müdürü Prof. Dr. Temel Kotil, “2020 bütçemizde dolar bazında yüzde 23 büyüme planlamıştık. Bu hedefi tutturacağımızı öngörüyorum. Çok sayıda projemiz de salgına rağmen devam ediyor” dedi.

Kıscası, ihracat kaleminde şu andaki artış grafiğimizin çok daha üzerinde bir eğri yakalayacağımızı umuyorum” şeklinde konuştu.

“SALGINA RAĞMEN HASILATIMIZ ARTTI”



Yılın ilk döneminde hasılatlarının geçen yıla göre yüzde 50'lere varan oranda arttığını söyleyen ASELSAN Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Prof. Dr. Haluk Görgün, yeni pazarlar ve ihracat açısından yılın

ilk döneminin çok verimli geçtiğini, yılbaşından bugüne kadar 650'ye yakın yeni personel istihdam ettiklerini ifade etti. Görgün, “Şirket olarak 5 bine yakın firmayla çalışıyoruz. Salgının etkili olmaya başladığı yılbaşından bu yana bir Asya Pasifik ülkesine yaklaşık 10 milyon dolar civarında su altı savunma sistemi sattık. Ayrıca, bir NATO ve AB ülkesine 2,2 milyon dolar civarında silah sistemi, NATO'ya NSPA üzerinden termal dürbün satışı, başka bir AB ve NATO ülkesine 3 milyon dolar civarında elektro optik sistemler sattık. Endonezya'ya 5 milyon dolar civarında su altı akustik sistemi ihraç ettik. Suudi Arabistan'a 2 milyon dolar civarında telsiz satışı yaptık. Azerbaycan'a elektro optik satışlarımız var. Yani salgına rağmen üretiyoruz; yeni pazarlar, yeni müşteriler, yeni işlerle ilerlemeye ve gelişmeye devam ediyoruz” dedi.

ASELSAN'ın sağlık alanındaki çalışmalarından da bahseden Güngör, son dönemde özellikle ventilatör cihazıyla önemli bir adım attıklarına vurgu yapıyor. Güngör, “ASELSAN ve BAYKAR'ın mühendislik ve teknolojik yetkinlikleriyle, seri üretimde de Arçelik'in destekleriyle çok kısa sürede prototipi geliştirilmiş olan ventilatör cihazı hastanelerde kullanılan bir ürüne dönüşmüş durumda. Ayrıca, sağlıkta bir başka faaliyet alanı olarak ‘in vitro tanı sistemleri’ üzerine çalışmalarımız devam ediyor. Bu konuda son dönemde gündemde olan virüslerin farklı yöntemlerle hızlı tespit edilebilmesi için çalışmalar yapıyoruz. Geliştirdiğimiz bir cihazın şu anda bir üniversitede farklı virüslerle testleri yapılıyor. Aldığımız güzel haberleri yakında paylaşacağız” ifadelerini kullandı.

“AMACIMIZ İLK 10'A GİRMEK”



Panelin bir diğer konuğu Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. (TUSAŞ) Genel Müdürü Prof. Dr. Temel Kotil'di. Kotil, şirket olarak

salgının birinci gününden itibaren maksimum düzeyde tedbir aldıklarını aktardı. Çok sayıda projelerinin halen devam ettiğini, yıl sonundaki büyüme

“TÜRK UZAY AJANSI'NIN KURULMASI STRATEJİK BİR ADIM”

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi ve SETA Güvenlik Araştırmaları Direktörü Doç. Dr. Murat Yeşiltaş, pandemi ile ortaya çıkan konjonktür ile beraber Türkiye'nin teknolojik açıdan da bağımsızlığını ilan edebileceğini vurguluyor. Savunma sanayiinde, genel olarak teknolojiye iki önemli konudan bahseden Yeşiltaş, şunları söyledi: “İlk olarak inovasyon meselesi önemli. Üretebilme kabiliyetine sahip olmanız gerek. Bu kabiliyete sahipseniz ihtiyaç duyduğunuz birtakım kritik platformları kendi imkânlarınızla üretebiliyorsunuz. Bunun en güzel örneklerinden biri İHA ve SİHA'ların Türkiye'nin askeri stratejisinde ve siyasi stratejik hedeflerinde oynadığı kritik rol. Ama inovasyonun başka bir ayağı var ki çok önemli ve Türkiye'nin onu başarması gerekiyor. O da bir ürünü üretebilmek değil, o ürünü size üstünlük sağlayacak bir şekilde küresel ölçekte keşfedebilme kabiliyetine sahip olmak. Yani yeni bir ürünü ortaya koyabilmek ve dizayn edebilmek. Bu anlamda Türkiye'nin



savunma sanayii, üretmekten Ar-Ge aşamasına; yani kendi dizayn edebilen, araştıran, keşfeden bir noktaya geldiğini görüyoruz. Bu anlamda Türk Uzay Ajansı'nın kurulmasının çok stratejik bir adım olduğu kanaatindeyim. Bu Türkiye'deki teknoloji araştırmalarını bir adım öteye çıkaracak. Tabi ki bu uzun soluklu bir yolculuk ve mücadele. Daha fazla milli uydu fırlatmamız lazım. Önümüzdeki dönemde Türkiye yakaladığı ivmeyi devam ettirebilirse, kendisini özgünlük açısından da küresel pazarda bir oyuncuya dönüştürebilecek. Bu oyunculuk hali de Türkiye'nin teknolojiye bağımsızlaşmasını beraberinde getirecektir.”



Panel, STMThinkTech'in Twitter ve Youtube hesaplarından canlı yayınlandı ve ilk gün itibarıyla yaklaşık 250 bin kişi tarafından takip edildi.



hedeflerini tutturacaklarına inandığını söyleyen Kotil sözlerini şöyle sürdürdü: "2020 bütçemizde dolar bazında yüzde 23 büyüme planlamıştık. Bu hedefi tutturacağımızı öngörüyorum. Çok sayıda projemiz devam ediyor. Şu an üzerinde çalışılan beş tane helikopter projemiz var. Bunun dışında sabit kanatlarda Hürkuşumuz ve Hür jetimiz var. Milli Muharip uçağımızı da 2025'te teslim edeceğiz. İHA'larımız uçuyor, Anka üretimini hızlandırdık. Bunun yanında TUSAŞ olarak yapısal sistemlerinin geliştirilmesi, entegrasyonu ve testinden sorumlu olduğumuz Türksat 6A uydusu şu anda doludizgin gidiyor, orada da bir aksaklık bulunmuyor. 2020 planlandığı gibi geçmek zorunda. Personel sayımız 5 binden 10 bine, mühendis sayımız bin 200'den, 3 bin 200'e geldi. GÖKBAY helikopterimizin teslimatı 29 Ekim 2021'de yapılacak. Şu anda test uçuşlarını yapıyor. ATAK-2 helikopterimiz üç yıl içinde ilk uçuşunu gerçekleştirecek. Sikorsky'den lisansla yaptığımız Genel

Maksat Helikopteri'ni iki sene içinde teslim edeceğiz."

Pandemi nedeniyle üretme yeteneği açısından hiçbir eksiklik meydana gelmediğini belirten Kotil, "F-35 uçağının orta gövdesini, titanyum ve alüminyumdan kompozitini biz yapıyoruz. Sadece metal bir gövde yapmayıp içindeki bütün ekipmanlarını da yerleştiriyoruz. Gönderdiğimiz gövdeyi Lockheed Martin şirketi, uçağın diğer parçalarıyla bağlıyor. Bizden F-35'in kanadını yapmamız istenseydi onu yapacak deneyimimiz de mevcut. TUSAŞ olarak büyük yatırımlar yaptık ve çok ciddi bir yere geldik. Pandemi nedeniyle bazı konuları öne alma durumumuz var. 2028'e kadar dünya savunma sektöründe ilk 10'a girmeyi ve ilk 100'deki pazarı hedefliyoruz. Salgın, tüm dünya ekonomilerini değiştirdi. Türkiye'nin de bu değişimi yakalaması gerekiyor. Biz TUSAŞ olarak neye söz verdiysek daha erken bitirmemiz, ne kadar mühendise ihtiyacımız varsa, daha fazlası kadar mühendis almamız gerekiyor" dedi.

"ÜLKE OLARAK PROBLEMLERİMİZE HIZLI BİR ŞEKİLDE ÇÖZÜM BULABİLİYORUZ"



STM Genel Müdürü Murat İkinci, pandemi sürecinde Türkiye'nin çok hızlı bir şekilde kendi problemlerine kendi mühendisleri ve şirketleriyle çözüm bulabilmesinin çok önemli olduğunu söylerken, ASELSAN ve BAYKAR'ın geliştirdiği ventilatör cihazını da buna örnek gösterdi. Türkiye'nin hızlı bir şekilde aksiyon alabilmesine başka örnekler de veren İkinci sözlerini şöyle sürdürdü: "STM olarak ürettiğimiz, üzerinde çok ciddi görüntü işleme kabiliyeti, yapay zekâ ve siber güvenlik algoritmaları bulunan kamikaze drone'larımız mevcut. Bu süreçte arkadaşlarımız, koronavirüs hastalarını muayene etmeksizin, MR görüntülerine bakarak, otomatik olarak bu görüntü işleme kabiliyetiyle yüzde 80'in üzerinde doğru sonuçlar veren bir yöntem ortaya koyabildiler. Bundan sonraki süreçte ülkemizi çok çeşitli alanlarda tehlikelerin tehdit edeceğini söyleyebiliriz. Bu tehlikeleri şu anda öngörebilmek de çok mümkün değil. Özellikle biyogüvenlik anlamında ülkemizde, hatta dünyada katedilecek çok büyük bir mesafe olduğunu biliyoruz. Bu anlamda kendi mühendisimizle, teknolojiğimizle ve firmalarımızla dinamik olarak hareket edebilmek ve kendi problemlerimize hızlı bir şekilde çözüm oluşturabilmek, bizim açımızdan en büyük avantaj. Bu avantajı da savunma sanayiindeki birikimle bu süreç içerisinde yaşadık ve yakından gördük."



İhracatın saha neferleri yeni normale hazır

Ölüm sayılarının azalması ve salgının az da olsa etkisini yitirmesiyle birlikte iş yerlerine dönüş süreci hız kazandı. Biz de Anadolu, Ege ve Akdeniz'de ihracat şampiyonu olan illerin sektör temsilcilerine 'yeni normal'e geçiş sürecinde ihracatı artırmak için şirketleri yeni sürece nasıl hazırlayacaklarını sorduk.



Türkiye’de 2019 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin verilerine göre, 18 il milyar doların üstünde ihracat yaptı. İstanbul dışında, Kocaeli, Bursa, İzmir, Ankara, Denizli gibi şehirler de ihracat şampiyonu iller arasında yer aldı. 2020 yılının ilk beş ayında ise koronavirüs salgınının da etkisiyle, ihracatta iller bazında düşüşler oldu. Bu düşüşü durdurmak ve ihracatı yukarı çekmek için pandemi sonrası yeni normalde illerin sanayi odası başkanları ve ihracatçı birlikleri başkanları olağanüstü bir çaba sarf ediyor. Biz de TIMREPORT olarak, sektör temsilcilerine, normalleşme sürecine geçişle beraber, temsil ettikleri illerde yer alan şirketlerin ihracat rakamlarını yukarıya çekmek için ne gibi çalışmalar yaptıklarını sorduk.

“YENİ NORMALDE PROAKTİF OLMALIYIZ”



2019 yılını 3,2 milyar dolar ihracat ile kapatan ve 2020’nin ilk beş ayında 1,1 milyar dolar ihracat yapan Denizli, Türkiye’nin

en çok ihracat yapan dokuzuncu ili konumunda. Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Başkanı Hüseyin Memişoğlu, teknolojinin sunduğu fırsatların, önümüzdeki aylarda dijital pazarlamayı daha da önemli kılacağını belirterek, Denizli özelinde yapacakları işler için şunları söyledi: “Şehrimizde sayıları 3 bini aşan ihracatçı firmalarımız bugüne kadar dünyanın çeşitli noktalarındaki fuarlara aktif olarak katılım sağlıyordu. Yılın neredeyse 365 günü müşteri ziyaretleri gerçekleştiriyordu. Benzer şekilde yıl boyunca müşterilerini şehrimizde misafir ediyorlardı. Salgın döneminde bu durum maalesef, sekteye uğradı. Önümüzdeki dönemde de eski normale hızlıca dönmemiz

beklenmiyor. Bu noktadan hareketle, DENİB olarak, sanal fuar ve sanal ticaret heyeti organizasyonları konusunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İhracatçı firmalarımızın dijital pazarlama süreçlerinden en iyi şekilde yararlanmalarının ve değişen ticaret dünyasında güçlü bir şekilde yer almalarının, ilimiz ihracatına olumlu katkılar sunacağını öngörüyoruz. Yeni normalde daha proaktif olacağız.”

“SANAL ORGANİZASYONLARI ÖN PLANA ÇIKARACAĞIZ”



Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB), Ankara, Konya, Çorum, Çankırı, Kırşehir, Aksaray, Sivas, Nevşehir, Yozgat,

Kırıkkale gibi Türkiye’nin ihracatına çok önemli katkılar sunan illeri temsil ediyor. OAİB, 2020’nin ocak-mayıs dönemini kapsayan ilk 5 aylık dönemde 2019’un aynı dönemine göre yüzde 12,8’lik düşüşle 5,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu kaybı önümüzdeki aylarda çok rahat telafi edebileceklerini söyleyen OAİB Koordinatör Başkanı Şerafettin Ceceli, “Bu düşüş, pandeminin şiddetinin daha hızlı azalmasını sağlayacaktır ayrıca, küresel tedarik zincirinde baskın olan ülkelerin normale dönmesiyle birlikte ihracatın önümüzdeki iki ay içinde artış sağlayacağını düşünüyoruz. Fiziksel yoğunluğun neredeyse imkânsız olduğu bu dönemde, ihracatçı firmalarımız için sanal organizasyonları ön plana çıkaracağız. Mesela, 22-26 Haziran tarihlerinde Sanal Tarım Makinaları fuarı ile çeşitli hedef pazarlara yönelik sanal ticaret heyetleri düzenledik. Bu dönemde de teknolojiyle engelleri aşmak için yeni normal dönemde online organizasyonları sürdürülebilir hale getirmek istiyoruz. Ayrıca, dijital eğitim programlarımız ile mevcut

5,8

MİLYAR DOLAR

OAİB’in yılın ilk beş ayında yaptığı ihracat miktarı

677,3

MİLYON DOLAR

DAİB’in yılın ilk beş ayında yaptığı ihracat miktarı

4,8
MİLYAR DOLAR
EİB'in yılın ilk beş ayında
yaptığı ihracat miktarı

ihracatçılarımızın kapasitelerini artırmayı ve yeni ihracata başlayacak firmalarımız için ise yol gösterici olmayı hedefliyoruz” dedi.

GÜRBULAK'IN AÇILMASI İHRACATÇILARI SEVİNDİRDİ



Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB), Ağrı, Ardahan, Batman, Bayburt, Bingöl, Bitlis, Erzurum, Erzincan, Elazığ,

Iğdır, Hakkari, Muş, Şırnak, Tunceli, Van, Kars, Siirt gibi illeri kapsıyor. DAİB'e üye firmalarca 2020'nin ocak-mayıs döneminde toplam 677 milyon 266 bin dolar ihracat gerçekleştirilirken, geçen yıl aynı dönemde 766 milyon 680 bin dolar ihracat yapılmıştı. Pandemiden dolayı yüzde 11,6'lık bir düşüş söz konusu ama haziran

ayında Ağrı'nın Doğubeyazıt ilçesinden İran'a açılan Gürbulak sınır kapısının tekrar hizmete girmesi ihracatçıları sevindirdi. İhracatçılar kayıpları telafi edeceklerini de belirttiler. DAİB Başkanı Ethem Tanrıver, yeni normalde e-ticaretin ekonomik anlamda ülkelerin dış ticaretine büyük katkılar sağlayacağına vurgu yaparak, şunları kaydetti: “Haziran ayı itibarıyla hem ülkemizde hem de dünya ülkelerinde normalleşme adımlarının atılmaya başlanmasıyla birlikte, işletmelerin faaliyetlerini sürdürmesi ile ihracat taleplerinin ivmelendiğini görüyoruz. Pandemi, küresel büyüme ve ticarete yönelik öngörülerini değiştirdi. Teknolojinin sunduğu fırsatlar, önümüzdeki dönemde dijital pazarlamayı daha da önemli kılacak. Şu anda Ticaret Bakanlığı tarafından ‘Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi’ amacıyla, yeni destek mekanizmaları yürürlüğe girdi. Bu anlamda, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılım, e-ticaret sitelerine üyelik giderleri Bakanlığımız tarafından desteklenecek. Biz de Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği olarak, sanal fuar ve sanal ticaret heyeti organizasyonları konusunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İhracatçı firmalarımızın dijital pazarlama süreçlerinden en iyi şekilde yararlanmalarının ve yeni düzende güçlü bir şekilde yer almalarının bölgemiz ihracatına olumlu katkılar sunacağına inanıyoruz” ifadesinde bulundu.

Ankara Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı
Nurettin Özdebir



“İHRACAT PAZARI BULAN YAZILIMIMIZI KULLANIMA AÇIYORUZ”

Ankara Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Nurettin Özdebir, Ankaralı sanayici ve ihracatçılarla ilgili yaptıkları çalışmalar hakkında şunları söyledi: “İstanbul ile beraber Türkiye'nin en sofistike ve nitelikli üretim yapısına sahip olan Ankara'nın ihracatı bugün yalnızca kendi şehri için değil, aynı zamanda Türkiye ekonomisi açısından önem arz eden bir yapı haline geldi. İleri teknoloji patent/faydalı model başvurularının yüzde 14'ünü gerçekleştiren, Ar-Ge yapan üreticilerin yüzde 15'ine ev sahipliği yapan, ileri teknoloji üretiminin yüzde 13'ünü gerçekleştiren Ankara, dört bine yakın ihracatçıya ev sahipliği yapıyor. Üretiminin yüzde 40'ı yüksek ve orta yüksek teknolojilerden oluşan Ankara'nın ihracat potansiyelini korumak adına çok önemli çalışmalarını hayata geçiriyoruz. Türkiye'de ilk defa yapay zeka yöntemi ile ihracat

pazarı bulan yazılımımızı kullanıma açmak üzereyiz. Başta KOBİ'lerimiz olmak üzere ürünlerine ihracat pazarı bulmakta zorlanan firmalarımıza yönelik olarak hayata geçirdiğimiz 'yapay zeka temelli arama motoru' Türkiye için bir ilktir. 'Makine Öğrenimi' modeli ile çalışan, 112 ülke 5 bin 892 farklı ürün grubu bazında kullanıcılara potansiyel ihracat pazarı öneren arama motoru, birbirinden farklı 8 ayrı gösterge temelinde her bir ürün grubu için potansiyel ihracat pazarlarını sıralamaktadır. Ülkelerin ve dünya ticaretinin değişen ekonomik koşullarına bağlı olarak mevcut veriler ve tahminlerin yenilenmesi ile birlikte arama motorunun potansiyel ihracat pazarı önerileri de değişecektir. Bu şekilde yaşayan bir organizma olarak tasarlanan projemiz, güncel takip ederek Ankaralı sanayicilerimize sürekli hizmet verecektir.”

“PANDEMİ BİZİM İÇİN SIÇRAMA TAHTASI OLACAK”



Ege İhracatçı Birliği (EİB), İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Balıkesir ve Afyon illerine hizmet veriyor. EİB'in 2020'nin ocak-mayıs dönemindeki

ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14'lük bir düşüş gösterdi ve 5 milyar 637 milyon dolardan, 4 milyar 859 milyon dolara geriledi. İhracattaki düşüşün durması, en kısa vadede artışı geçmesi için bölgelerinde dijital pazarlamaya ağırlık vereceklerini söyleyen Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, “Pandemi sonrası gelen yeni dünya düzeniyle birlikte

*Geleceğin Kahramanlarına
İlham Olması Dileğiyle,
Demokrasi Bayramı ve
Millî Birlik Günümüz Kutlu Olsun.*

150
TEMİZ



4.4

MİLYAR DOLAR

AKİB'in yılın ilk beş ayında yaptığı ihracat miktarı

artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. Her zamankinden daha çok çalışacağız ve daha çok üreteceğiz. Bu süreçte dijital dönüşüme ön ayak olduk ve hedeflerimizi büyüttük. Bu yüzden pandemi süreci bizim için bir irtifa kaybı değil, bir sıçrama tahtası olacak. Dünya pazarından aldığımız payı genişletmek için sanal fuarlar, sanal ticaret heyetleri gibi teknolojik hamlelere odaklanmış durumdayız. 7-9 Temmuz tarihleri arasında gıda sektöründe, Dubai'ye yönelik 'Gıda Sektörü Dijital Ticaret Heyeti Organizasyonu' gerçekleştireceğiz. Dubai'nin yıllık 20 milyar dolarlık gıda ithalatından daha fazla pay almak için çaba içinde olacağız. Ayrıca, gıda sektörüne yönelik bir dijital fuar hazırlamak için çalışma başlattık. EİB bünyesinde bir komite oluşturduk. Dijital pazarlama ile ilgili doğal taş ve konfeksiyon sektörlerimizde 'Dijital Ticaret Heyeti Organizasyonu' düzenlemek için de görüşmelerimizi sürdürüyoruz" ifadelerini kullandı.

“LOJİSTİK MERKEZLERİMİZİ FAALİYETE GEÇİRECEĞİZ”



Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB), yüksek ihracat oranlarına sahip olan Mersin, Adana, Hatay, Kayseri ve Karaman illerini

temsil ediyor. AKİB'in 2020 yılı ocak-mayıs dönemindeki ihracatı 4 milyar 445 milyon dolar oldu. Yeni dönemde pandemiyle birlikte değişen iş yapma pratiklerine uyum sağlamaya yönelik adımlarını hızlandırdıklarını belirten AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, "Ticaret Bakanlığı'mızın devreye aldığı Yeni Nesil Ticaret Diplomasisi kapsamında teknolojinin tüm imkânlarını en üst düzeyde kullanarak ihracat pazarlarında etkinliğimizi daha da artırıp pandemi kaynaklı kayıplarımızı hızlıca telafi etmenin gayreti içindeyiz. Dijital çağın toplantı platformu webinar'lar üzerinden bölge ihracatçılarımızı ticaret müşavirleri ile buluşturup koronavirüs sürecinde küresel pazarlardaki güncel gelişmeleri ve ülkelerin mevcut durumlarını takip etmelerini sağlıyoruz. Değerli akademisyenler pandemi döneminde dayanıklılık, değişim, dönüşüm ve işletme stratejileri konularında üyelerimizi bilgilendiriyor. Önümüzdeki süreçte de e-ihracat, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara yönelik desteklerden yararlanıp, bölge ihracatçılarımızın rekabet gücünü artırmak için faaliyetlerimizi sürdüreceğiz. Mobilya, tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon sektörlerinde Çin'den uzaklaşan alıcıların en büyük tedarikçisi olmak için bu alandaki çalışmalarımızı artıracacağız. 1 milyar 300 milyon insanın yaşadığı Afrika'daki ticaret fırsatlarını Türk ihracatçıların lehine geliştirmek amacıyla 4 ülkede lojistik üsler kuruyoruz. Avrupa ülkelerinin etkin olduğu Afrika pazarında eşdeğer kalitede ve rekabetçi fiyatlarla söz sahibi olmak için ilk etapta Kenya ve Gana'da, ikinci aşamada ise Tunus ve Güney Afrika'da lojistik merkezlerimizi faaliyete geçireceğiz. Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai kentinde de benzer bir yapılanma içindeyiz. Hem Dubai Türk Ticaret Merkezi kurmak hem de lojistik depo faaliyeti yürütmek için anlaşmalarımızı tamamladık. Bu ülkede de şirketimizin kuruluşunu çok kısa süre içinde tamamlayacağız" dedi.

Kocaeli Sanayi Odası Başkanı
Ayhan Zeytinoğlu

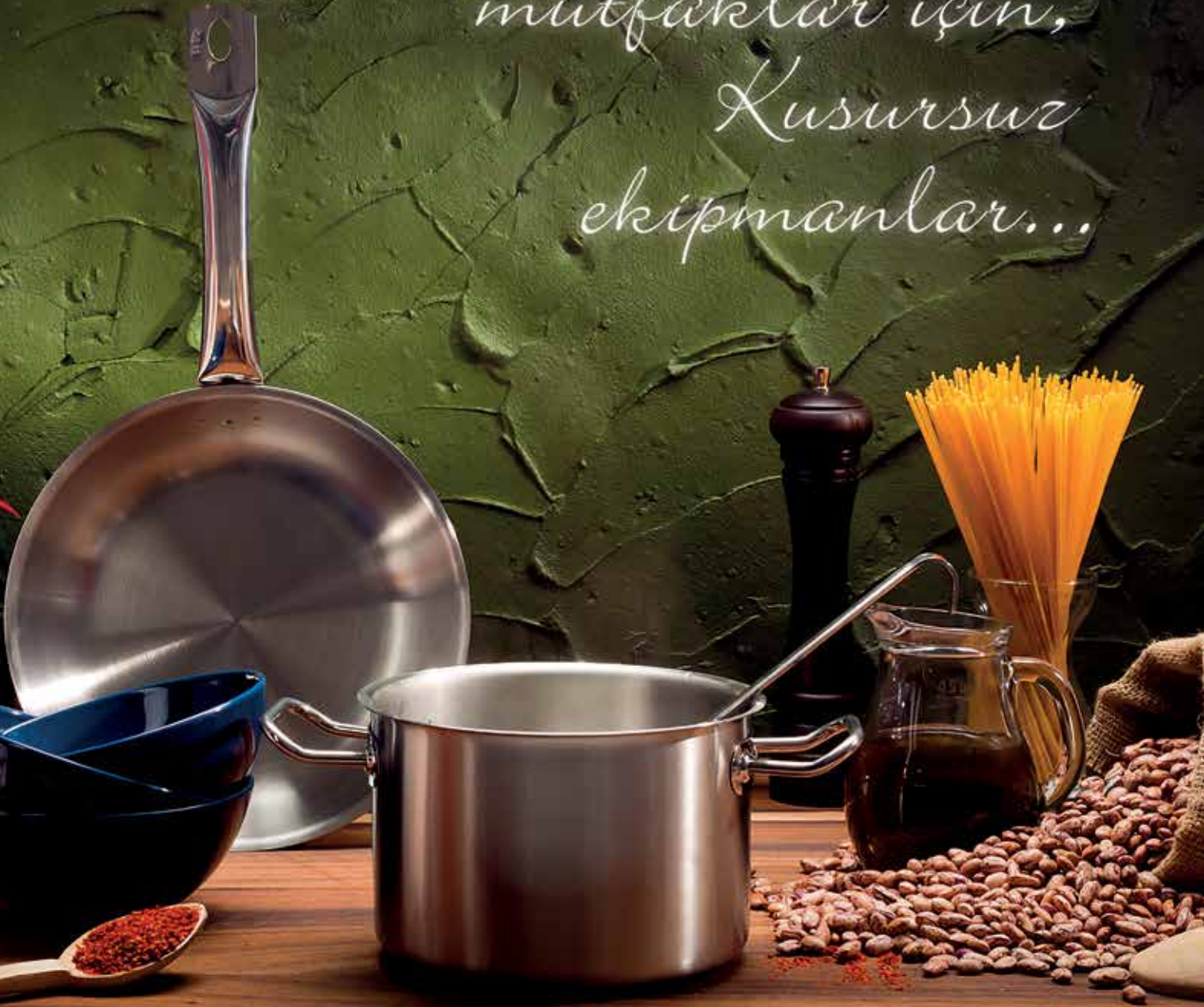


“ÜLKELERİN ALIM HEYETLERİNİ, İHRACATÇILARIMIZLA SANAL ORTAMDA BİRLEŞTİRECEĞİZ”

Kocaeli, geçen yıl 15,2 milyar dolar ihracat ile İstanbul'un hemen arkasından en çok ihracat yapan ikinci şehir olmuştu. Bu yıl ise yılın ilk beş ayında 4,5 milyar dolarlık ihracat yaparak İstanbul ve Bursa'nın hemen ardından üçüncü sırada geliyor. Kocaeli Sanayi Odası Başkanı Ayhan Zeytinoğlu, Kocaeli'de mart ve nisan aylarında ihracatta gerilemeler olduysa da mayıs ve haziran aylarında toparladıklarını söyledi. İstihdamın korunması ve işletmelerin devamlılığına yönelik destek paketlerini hayata geçirdiklerini söyleyen Zeytinoğlu, sokağa çıkma kısıtlaması olduğu dönemlerde bile, üretimlerine devam etmeleri gereken ihracatçı firmaları, kurallara uymak şartıyla kısıtlamadan muaf tuttuklarını ifade etti. Zeytinoğlu, yeni normalle birlikte yapacakları çalışmalar hakkında ise şunları

söyledi: "Kocaeli İl Sağlık Müdürlüğü iş birliği ile salgın kapsamında fabrikaların çalışma düzeni ve dikkat edilmesi gereken hususlara yönelik online seminerler düzenledik, bunlara devam edeceğiz. Ayrıca, firmalarımızın ihtiyaç duyabilecekleri konularda online bilgilendirme seminerleri de düzenlemeye devam ediyoruz. Pandemi öncesi birçok ülkeye heyet ziyaretleri gerçekleştiriyorduk. Bu süreçte bu mümkün olmadığı için, 'İhracat Sohbetleri' adı altında ülkelerin Ticaret Ataşelerini davet ederek, firmalarımızın ihracat potansiyellerini artırmaya yönelik, ülkelerin ticaret olanakları hakkında interaktif toplantılar düzenliyoruz. Bunların dışında da ülkelerin alım heyetlerini, ihracatçılarımızla sanal ortamda birleştirmeye yönelik platformlar oluşturmayı düşünüyoruz."

Mükemmel
mutfaklar için,
Kusursuz
ekipmanlar...



www.kapp.com.tr

www.kapponline.com.tr



Pandemi ile mücadeleye teknoparklar öncülük ediyor

Pandemi olarak ilan edilen koronavirüs salgınının Türkiye’de de görülmesiyle, teknoparklardaki şirketler, ventilatörden siperliğe ve maskeye kadar birçok alanda üretimi artırdı. Teknopark bünyesindeki bilim insanları da yeni ürün ve teknolojilerle bu mücadeleye katkı sağlıyor.

Dünya ekonomisinden önemli bir pay almak isteyen ülkeler artık bilim ve teknoloji üretimlerine ciddi yatırımlar yapıyor. Bu kapsamda Ar-Ge faaliyetlerinin gerçekleştiği bilim parkları, teknoparklar ve inovasyon merkezleri de büyük bir önem kazanıyor. Türkiye’de de son 20 yılda Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik alanında son derece önemli gelişmeler yaşanıyor. Teknoparklar (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri) ise bu ekosistemin bir parçası konumunda.

Türkiye’de teknopark çalışmaları 2001 yılına gelindiğinde mevzuatı oluşturularak belirli bir zemine kavuşturuldu. 2002 yılında yürürlüğe giren Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği ile de firmalara çeşitli destekler sağlanmaya başlandı. Bölgede faaliyet gösteren firmalara, yürütmüş oldukları Ar-Ge projeleri kapsamında çeşitli vergisel avantajlar sağlanıyor. Gelir ve Kurumlar Vergisi muafiyeti, Katma Değer Vergisi indirimi, personel ücretlerine ilişkin sağlanan indirimler dışında bölge dışında yapılan çalışmalar da yönetici şirketlerin uygun gördüğü süreler kapsamında teşviklere konu ediliyor.

Teşvikler sayesinde teknoparklar

Türkiye için katma değer üretmeye devam ediyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın verilerine göre; mayıs 2020 itibarıyla Türkiye’deki toplam 84 teknoparkın son 20 yılda yarattığı ciro 91,9 milyar TL’ye ulaşmış durumda. Teknoparklar üzerinden yapılan ihracat ise bugüne kadar 4,8 milyar dolar olarak gerçekleşti. Teknoparklarda Ar-Ge çalışmalarına devam eden firmalara sağlanan destek ve teşvikler, bölgeleri zamanla cazip kıldı ve girişimciliğin teşviki ve ekosistemin getirdiği iş birliği fırsatları gelişime ön ayak oldu.

PANDEMİ SÜRECİNDE TEKNOPARKLARIN ÖNEMİ

2020 yılına gelindiğinde hem dünyanın hem de Türkiye’nin gündeminde yer alan pandemi ile mücadelede teknoparklarda yer alan teknoloji şirketlerine büyük görev görevler düşüyor. Salgının mart ayından itibaren Türkiye’de de görülmesiyle birlikte birçok kurum ve kuruluş gibi teknoparklar da çalışmalarına hız verdi. Salgınla mücadele için pek çok inovasyona ihtiyaç var. Bu nedenle teknoloji girişimcileri bu yolda önemli görevler üstleniyorlar. Türkiye’nin önde gelen teknoparklarının pandemi sırasında yürüttüğü çalışmalar sürece ışık tuttu..

HYGGEFOODS KURUCUSU EMİNE YILMAZ

"HASTALIĞIN KONTROLSUZ YAYILIMININ ENGELLENMESİNİ AMAÇLIYORUZ"

Pandemi ile mücadele kapsamında gıda güvenliğinin sağlanması da çok önemli. Yıldız Kuluçka Merkezi bünyesinde yer alan gıda teknoloji şirketi Hyggefoods'un üzerinde çalıştığı antiviral yenilebilir kaplama sıvısı ise gıda güvenliği konusunda önemli bir boşluğu dolduruyor. Çünkü bu sıvı ile kaplanan meyve ve sebzeler virüsün doğrudan tüketiciye ulaşmasını engellemeyi amaçlıyor. Bu proje ile dünyada ilk defa koronavirüsü taşımadığı kanıtlanan özel etiketli meyve ve sebze ürünleri oluşturulabilecek. Bu şekilde yetiştirilen yerli meyve ve sebzelerin katma değeri yüksek şekilde ihrac edilmesine de olanak sağlaması bekleniyor. Tüketiciler ise bu ürüne internet üzerinden ulaşabilecek. Hyggefoods, Yıldız Teknopark'ın tahsis ettiği alanda gıda laboratuvarını kurarak yoğun Ar-Ge çalışmaları yürütüyor. Bitkisel içerikli et ve süt ürünleri çalışmalarının hızla devam ettiğini ve bitkisel içerikli yeni nesil havayarı ilk ürünleri olduğunu dile getiren Hyggefoods Kurucusu Emine Yılmaz, koronavirüs ile beraber gıda tedarik zincirinde yaşanabilecek problemlere karşı gıda güvenliğini



sağlayacak çözümler üretmeye başladıklarından bahsediyor. Şu an yenilebilir antiviral korona bariyeri BioCoBloc için çalıştıklarını söyleyen Yılmaz konuşmasını şöyle sürdürüyor: "Pandemi ile mücadeleye yönelik antiviral yenilebilir gıda kaplama malzemesinin geliştirilmesi projesi ile hastalığın toplumda kontrolsüz yayılımının engellenmesini ve hastalıkların önlenmesinde etkili koruyucu ürünlerin geliştirilmesini amaçlıyoruz. Çünkü tüketiciler doğrudan temas ettikleri meyve ve sebzeler ile virüsün yayılmasına olanak sağlıyor. Bu projede geliştirilen antiviral yenilebilir kaplama malzemesi ile kaplanan sebze ve meyveler, virüslere karşı korunacak. Tüketiciler BioCoBloc ile kaplanan meyve ve sebzeler üzerinde küçük etiketler görecekler. Özellikle soymadan yenilen ve kısa ömürlü çilek, kiraz, üzüm gibi meyveler için tüketici dostu bir ürün olacak."



MEDRON TEKNOLOJİ KURUCU ORTAĞI EREN MERT 1,5 METREDEN YAKINSANIZ ANLIK UYARI VERECEK

Medron Teknoloji, 2014 yılından bu yana Yıldız Teknopark içerisinde nesnelere interneti ve giyilebilir teknolojiler alanında faaliyet gösteren bir teknoloji firması. TÜBİTAK ve Avrupa Birliği hibe fon desteklerine defalarca hak kazanıp, Ar-Ge ödülleri aldılar. Nesnelere; İnterneti ve giyilebilir teknolojiler alanında Ar-Ge faaliyetleri ile iş sağlığı güvenliği ve endüstriyel IoT çözümleri üretiyorlar. Şirket, pandemi döneminde geliştirdiği akıllı bileklik ile ön plana çıkıyor. Medron Teknoloji Kurucu Ortağı Eren Mert, bileklik hakkında şunları söylüyor: "Harvard Üniversitesi'nde görevli bilim insanlarının, salgının gidişatı konusunda bilgisayar simülasyonu yaptığı modelleme çalışmalarına göre pandemi sebebiyle oluşan sosyal mesafeyi koruma farkındalığı, virüsün etkisini azaltsa da uyulması gereken bir kural olarak iş yaşamında karşımızda olmaya devam edecek. Kişilerin çalışma alanlarında 1,5 metreden fazla yakın ve belirli bir süreden fazla temasta olduğunda anlık uyarı verebilecek faydalı bir sistem geliştirmeye karar verdik. Özellikle bu veya başka bir salgın hastalık durumuna karşı kişilerin en son kimlerle ne süre ile temasta kaldığının bilinmesi, alınacak

önlemler açısından gereklilik arz ediyor. Fabrikalar veya ofislerde belirli bir kapalı veya açık çalışma alanında bulunan çalışanların veya ziyaretçilerin hangi katta ne kadar vakit geçirdiği ve bu esnada kimler ile aynı ortamda bulunduğu veya tehlikeli şekilde yakın temasa girdiğinin kayıtları tutularak geriye dönük takip edilebiliyor olması birçok fayda sağlayacak. Özellikle böyle bir pozitif vaka çıkması durumunda işveren için sadece ilgili alanın karantinaya alınması, ilgili kişilerin test edilmesi ve kayıtların tutulmasıyla resmî kurumlara karşı hesap verilebilmesi söz konusu olacak. Böylece Deviceye Personel Takip Sistemimize özel bir modül geliştirerek özellikle işveren ve yöneticiler için kolaylık, çalışanlar için önleyici ve yardımcı bir kişisel koruma sistemi geliştirmeyi amaçladık."



SCALAR VISION KURUCUSU BÜLENT DEMİRHAN**HOLOPORTER İLE TOPLANTILARINIZ DAHA VERİMLİ GEÇECEK**

Pandemi nedeniyle iki boyutlu video konferans sistemleri popüler olsa da yüz yüze etkinliklerin yerini alamadığı da bir gerçek. Bu noktada 3D teknolojilerinin önemi giderek artıyor. Teknopark İstanbul'un kuluçka merkezi Cube Incubation'da faaliyetlerini sürdüren Scalar Vision da 4 yıllık tecrübesiyle 3D teknolojileri üzerine odaklı çalışmalarını bu dönemde yoğunlaştırmış durumda. Holoporter adını verdikleri projeleri sayesinde, toplantıların büyük bir verimlilikle ve gerçek zamanlı olarak yapılmasına imkân sağladığını, hem sosyal mesafenin korunduğuna, hem de birlikte çalışmayı mümkün kıldığına dikkat çeken Scalar Vision Kurucusu Bülent Demirhan; "Geliştirdiğimiz teknoloji ile virüsün ülke ve dünya içerisinde yayılma riskinden uzaklaşıyor ve aynı zamanda seyahat, konaklama masraflarından da tasarruf sağlıyor. Mesafeye bağlı olarak, saatler veya günler süren iş seyahatleri yerine

masanızdan uzak noktalara ulaşma imkânıyla da büyük zaman kazancı sağlayacaksınız. Bunlara ek olarak, uluslararası /şehirlerarası ekip kurma ve birlikte çalışmanın önündeki pek çok sınır kalkmış oluyor ve bununla birlikte çok farklı iş ve sosyal imkânlar ortaya çıkarabilecek bir altyapı getirmiş oluyor. Holoporter, seri üretime geçilmesi ile bütçesel olarak zamanla son kullanıcıya da hitap edecek seviyelere gelecek" dedi. Demirhan ilk satış anlaşmasını yaptıklarını da belirterek, Türkiye'den büyük bir savunma sanayi kuruluşunun geliştirilen teknolojiyi mevcut projesine entegre etmek üzere satın aldığına vurgu yaptı.

**91,9****MİLYAR DOLAR**

84 teknoparkın 20 yılda ürettiği toplam ciro

BACPOLYZYME BIOENGINEERING KURUCUSU DİLEK KAZAN**MASKELERİN KORUYUCULUĞU ARTACAK**

Pandemi sürecinde Teknopark İstanbul'da Probiyotikli el dezenfektanı, taşınabilir mekanik solunum cihazı, hedefleme teknolojisiyle salgının ilacını doğrudan akciğere iletilecek kit, kitlesel pandemi yönetim uygulaması, nazal aparat ve ekspirasyon kiti, N95 kalitesinde maske üretimi için nano yapıda biyomalzeme üretimi gibi projeler yürütülüyor. Teknopark İstanbul'un kuluçka merkezi Cube Incubation'da Ar-Ge çalışmalarını yürüten Bacpolyzyme Bioengineering şu anda üretilen normal maskelerin koruyuculuğunu artırmak amacıyla maskenin yüzle temas eden bölümüne,

tamamen biyolojik olarak uyumlu olarak kabul edilmiş biyomalzemenin entegre edilmesi ve bu sayede havadaki hem viral hem de mikrobiyal kontaminantların filtrelenmesi noktasında kritik bir çalışma yürütüyor. Bacpolyzyme Bioengineering kurucusu Dilek Kazan, salgın için üretilen maskelerin N95 kalitesinde olması için nano boyutta bir malzeme üretim hazırlığı yaptıklarını ve böylece maskelerin koruyuculuğunun artacağını söylüyor.



TÜRGÜVEN KURUCU ORTAĞI VE CEO'SU ALP TİMURHAN ÇEVİK
"MASA BAŞINDA ÇALIŞANLAR HAREKETSİZ KALMASIN"

İTÜ Arı Teknokent'te faaliyet gösteren TürkGüven Yazılım Teknolojileri, iş sağlığı ve güvenliği süreçlerinin daha etkin bir şekilde yürütülerek iş kazalarının azaltılması için çalışmalar yapıyor. 10 ülkeye hizmet veren şirket, aralarında A101, ETİ, LC Waikiki ve Philip Morris'in de yer aldığı çok farklı sektörlerden 200'ü aşkın markayla çalışıyor. TürkGüven Kurucu Ortağı ve CEO'su Alp Timurhan Çevik, koronavirüs sürecinde yaptıkları çalışmalar hakkında şunları kaydetti: "Koronavirüs sürecinde çalışanlar işlerini her ne kadar evlerinden sürdürse de uzun saatler masa başında hareket etmeden çalışıyorlar. Biz de masa başında çalışanlar için ergonomi

egzersiz yazılımı Pergono'yu geliştirdik. Pergono masa başı çalışanların kas ve iskelet sistemindeki rahatsızlıkların önüne geçmek için çeşitli egzersizler ile çalışanlara ergonomik çözümler sunuyor. Uygulama ile sürekli ekran karşısında çalışanların egzersiz hareketleri yaparak daha sağlıklı bir şekilde işlerine devam etmelerini amaçlıyoruz. Burada sunulan egzersizlerimizin tamamı fizyoterapistler tarafından tasarlandı. Yazılımımız 8 farklı dilde ve 13 farklı seste sunuluyor."



84

Türkiye genelindeki
teknopark sayısı

5 BİN 778

Faaliyet gösteren şirket sayısı

59 BİN 13

Teknoparklarda istihdam edilen
personel sayısı

4,8

MİLYAR DOLAR

Teknoparkların ürettiği ihracat
miktarı

CEIBA TELE İCÜ YÖNETİM KURULU BAŞKANI AFŞİN ALP
MİLLİ MEDİKAL YAZILIMI SAĞLIK ÇALIŞANLARINI VİRÜSTEN KORUYOR

İTÜ ARI Teknokent firmalarından CEIBA Tele İcu, sağlık çalışanlarını koruyacak yüzde 100 milli ve yerli bir yazılım geliştirdi. Tüm odaklanmalarını pandemi önleyici çözümler üzerine yaptıklarını ifade eden CEIBA Tele İcu Yönetim Kurulu Başkanı Afşin Alp; "Tele-Sağlık teknolojimiz sayesinde doktor ve hemşireler, hasta ile aynı odada kalmadan onları izleyebiliyorlar. Yani CEIBA'nın 'eConnect Medikal Nesnelerin İnterneti' cihazını İzolasyon ve Karantina Odalarına kurduk ve bu sayede gerçek zamanlı olarak başucu cihazlarından anlık olarak veri akışını sağlıyoruz. Bugün bu ileri teknoloji Cumhurbaşkanımızın inanılmaz desteği ile en hızlı şekilde hayata geçirilen Başakşehir Şehir Hastanesinde de kullanılmaya başlandı. Ayrıca, sağlık çalışanlarımızı korumak ve hastalara zamanında müdahale edebilmek hem hekimlerimizin hem de hastalarımızın hayatını kurtarıyor. CEIBA'nın geliştirdiği "eClinics" yazılımıyla doktor ve hemşireler kendi cep telefonu

veya mevcut bilgisayarlarından adeta hastanın başındaymış gibi, hiçbir donanım yatırımına gerek kalmadan ve karantina odalarına dahi girmeden çok etkin bir şekilde hasta takibi, konsültasyon ya da hasta viziti yapabilirler. Hatta virüs tedavisi devam eden hastanenin doktorları, diğer başka hastanedeki doktorlarla CEIBA platformları üzerinden güvenli web konferans ile iletişime geçerek konsültasyon alıp hastalar ile de iletişim sağlayabilirler. Her bir hekim CEIBA Tele Sağlık Sistemi üzerinden 125 hastayı izleyip tedavi etme imkanına sahip. Bunu yaparken CEIBA'nın geliştirdiği Yapay Zeka motorumuz 'ZEQA'nın geliştirdiği akıllı alarmlar sayesinde olabilecek gelişmeler öncesinde hekim uyarılıyor ve hastanın hayatının kurtulması sağlanıyor" diyor.



Mal ticaretinde sürdürülebilirlik uyumu küresel ticareti yeniden şekillendiriyor



Pandemi nedeniyle 21. yüzyılda çevre ve ticaret en önemli uluslararası gündem konuları arasında yer alıyor. Alıcılar artık iklim değişiklikleri nedeniyle küresel mal ticaretinin sürdürülebilirlik ile uyumunu talep ediyor. Bu bağlamda ihracatçılara da büyük görevler düşüyor.

Bu yüzyılın başından beri SARS, MERS, Ebola, Zika gibi hastalıklar “pandemi” olarak adlandırılan ve dünya ölçeğinde yayılma gösteren bulaşıcı salgınlar oldu. Çin’in Vuhan kentinde ortaya çıkarak bütün dünyaya yayılan koronavirüs salgını da küresel ölçekte halk sağlığını tehdit etmeye devam ediyor. Koronavirüs, can kaybı ve yayılma hızı bakımından dünyanın son 20 yılda karşılaştığı bulaşıcı hastalık salgınlarının en yaygın ve şiddetlilerinden biri oldu. Salgın nedeniyle, iklim değişimi ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılması ihtiyacı, küresel ticareti de önümüzdeki yıllarda yeniden şekillendirecek. Bu açıdan hem Türkiye’deki hem de dünyadaki üreticiler, küresel ticarete ‘yeni normal’e daha hazırlıklı olmalı. Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin desteğiyle hazırlanan “Türk İhraç Ürünleri için Sürdürülebilirlik” raporu da ihracatçılara ışık tutacak.

Pandemiyle birlikte ticarete konu olan mal ve hizmetlerin sürdürülebilirlik ile uyumu giderek daha çok araniyor. Buna ilişkin tedarik aşamasında alıcılar satıcılardan bir malın sürdürülebilirlik ile uyumlu olmasını istiyor. Uluslararası piyasalarda talep edilen malların çevre dostu üretim süreçleri ile üretilmiş olması gerekliliği, üreticileri üretim süreçlerinde çevre-dostu teknolojileri kullanmaya yöneltiyor. Böylece üretici firmalar yeşil ürünler üretmek suretiyle, uluslararası piyasalarda yeni bir rekabetçi üstünlük elde ediyor.

ÜRÜN STANDARTLARINDAKİ KRİTERLER

Küresel mal ticaretinin yapılabilmesi için bir ürünün sağlaması gereken bazı kriterler var. Ürün standartları; ürünün şekil, kalite, içerik, kullanım, atık, ambalaj ve etiketine ilişkin tüm kriterleri kapsıyor. Çevrenin korunmasına ilişkin ürün standartları ise, ürünün nihai kullanımını ve yok edilmesi sırasında ortaya çıkabilecek çevresel riskleri azaltmak için uyulması gereken kriterler. Bilimsel kanıtlar ile geçerli nedenlere dayandığı, ayrımcı/haksız fiile neden olmadığı ve gereksiz bir ticari engel oluşturmadığı müddetçe, ürün standartlarına GATT/WTO çerçevesinde

Ulusal ve uluslararası sermaye yatırımları, kalkınmanın en önemli parçalarından biriyken küresel ticaretin de ayrılmaz unsurlarından birisi haline geldi.

izin veriliyor. Ancak, belirlenecek ulusal standartların ve test yöntemlerinin mümkün olduğu ölçüde uluslararası standartlara uygun olarak düzenlenmesi tercih ediliyor. Bunun mümkün olmadığı durumlarda ise çevre, güvenlik ve sağlık gerekçeleriyle oluşturulacak ulusal standartlarına, bazı kurallara uymaları şartıyla izin veriliyor. Bu kurallardan en önemlisi, ulusal standartların tek taraflı ve zorlamaya dayalı olmayıp, laboratuvar uygulamaları, test metotları, risk değerlemesi gibi süreçlerde uyumu temel alması. Özellikle gelişmiş ülkelerde çevre bilincinin giderek artması ve buna paralel olarak “çevre dostu” ürünlere verilen önem sebebiyle, bu ülkelere ihraç edilen ürünlerin de kullanım ve atık aşamalarında çevreye zarar vermeyeceğini belgeleyen belirli standartlara uymaları giderek bir zorunluluk haline dönüşmüş durumda.

ÇEVRE DOSTU TEKNOLOJİLER, ÜRETİM STANDARTLARIYLA İLİŞKİLENDİRİLİYOR

Ürünlerin ham madde aşamasından başlayarak, işleme, nakletme, satım, kullanım ve uzaklaştırma aşamalarına yönelik çevresel standartları beş başlık altında gruplandırmak mümkün. Üretim standartlarını çevrenin korunması açısından ele aldığımızda, bu standartların ‘çevre dostu’ teknolojilere ilişkin olduğu söylenebilir. Üretim standartlarının geliştirilmesindeki amaç, ürünlerin geçirdiği tüm üretim aşamalarında ortaya çıkabilecek olumsuz çevresel etkileri azaltmak veya önlemek ve olumlu çevresel faaliyetleri teşvik etmek şeklinde özetlenebilir. Bu standartların uygulanmasında kullanılan enstrümanlar olarak direkt kontroller (kirlilik standartları), çevresel vergi ve harçlar, etiketleme sistemleri gibi araçlar sayılabilir.

Uluslararası ticarete, üretim



20

TRİLYON DOLAR

2018 yılında küresel ölçekte gerçekleştirilen sabit sermaye yatırımı



Küresel ticarete yeni eğilim, çok taraflı anlaşmalar yerine ikili ve bölgesel anlaşmalar yapılması yönünde geliyor. Ülkeler hızla aralarında ikili veya bölgelerinde çoklu anlaşmalar yapıyor. Bu anlaşmaların önemli bir bölümü de yeni nesil olarak adlandırılıyor ve sadece ticareti değil, karşılıklı yatırımlar olmak üzere birçok farklı alanı kapsıyor.

standartlarına dayalı olarak uygulanan ticari yaptırımlar, genel olarak şu başlıklar altında toplanıyor: Belirlenen üretim standartlarına uygun olmayan ürünlere ithalat kısıtlaması getirilmesi, Eko-etiketleme, ISO 14000 Serisi ve EMAS gibi gönüllülük esasına dayalı uygulamalar, çevresel vergiler, telafi edici vergiler gibi vergisel önlemler. Tüm bu standartların anlamı; üreticilerin, ticaret yapanların ve tüketicilerin aldıkları ekonomik kararların çevreye olan etkilerini dikkate almalarının sağlanması. Diğer bir deyişle; sektörler, çevre standartlarıyla, maliyet hesaplamalarında dışsal çevresel maliyetleri artık içselleştirmeye başladı.

İKİLİ TİCARET ANLAŞMALARININ GELECEĞİ

Küresel ticarete yeni eğilim, çok taraflı anlaşmalar yerine ikili ve bölgesel anlaşmalar yapılması yönünde geliyor. Ülkeler hızla aralarında ikili veya bölgelerinde çoklu anlaşmalar yapıyor. Bu anlaşmaların önemli bir bölümü de yeni nesil olarak adlandırılıyor ve sadece ticareti değil, karşılıklı yatırımlar olmak üzere birçok farklı alanı kapsıyor.

Yeni nesil ticaret anlaşmalarının öne çıkması ile sürdürülebilirliğin bu anlaşmalar kapsamında nasıl yer alacağı önem kazanıyor. İkili ve bölgesel anlaşmalarda taraflar için iki olasılık bulunuyor. İlki sürdürülebilirlik konularının, anlaşmaların dışında bırakılması. Ancak ülkeler için bu olasılık Paris Anlaşması çerçevesinde verdikleri taahhütlerin gerçekleştirilmesinden uzaklaşılması anlamına geliyor. İkinci olasılık ise tarafların sürdürülebilirlik alanında karşılıklı uyum sağlayacakları düzenlemeler yapmaları.

İkili ve bölgesel ticaret anlaşmalarında sürdürülebilirlik ile ilgili anlaşmaya varılacak diğer konular şunlar: Çevresel ürün ve hizmetlere ilişkin gümrük vergilerinin indirilmesi veya kaldırılması, çevresel ürün ve hizmetlere ilişkin teknik engellerin kaldırılması ve standart birliği sağlanması, fosil yakıtı dayalı ürünlerin ticaretinin kapsam dışı bırakılması, karbon vergileri ve karşılıklı karbon ticaretinin olanaklı hale getirilmesi,

kamu ihalelerinin yeşil ihalelere haline getirilmesi, yenilenebilir enerji için verilen teşviklerin karşılıklı olarak eşitlenmesi ve kabulü, sürdürülebilirlik kalkınma hedefleri için birlikte çalışılması.

YATIRIMLAR, KÜRESEL TİCARETİN AYRILMAZ BİR UNSURU

Ulusal ve uluslararası sermaye yatırımları, kalkınmanın en önemli parçalarından biriyken küresel ticaretin de ayrılmaz unsurlarından birisi haline geldi. Küresel ölçekte 2018 yılında 20 trilyon dolara yakın sabit sermaye yatırımı gerçekleştirildi. İklim değişikimi ile mücadele ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında yatırımlara ilişkin politikalar ve düzenlemeler önem kazanmaya başladı. Yatırımlar hem ulusal hem de uluslararası düzeyde düzenlemelere konu oluyor. Yatırımların harekete geçirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacak şekilde gerçekleştirilmesi ülkelerin öncelikleri haline geldi. Ülkelerin yeni nesil yatırım politikaları bir yandan uygun yatırım iklimini sağlamayı hedeflerken diğer yandan sürdürülebilir kalkınma gündemi ile daha kapsamlı ve yakın ilişki içine girmeye başladı.

Yeni nesil yatırım politikalarında yatırımlardan olan beklentiler de değişti. Yatırımların kapsayıcı büyümeye ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasına artan katkı sağlaması isteniyor. Yeni nesil yatırım politikalarında öncelikli yatırım alanları ve yatırım destekleri bu değişen önceliklerine göre yeniden belirleniyor. Ulusal seviyede yatırım politikaları ile sürdürülebilir kalkınma gündemi ve hedefleri arasında da uyum artıyor. Kaynaklar ve destekler de bu alanlardaki yatırımlara öncelikte yönlendiriliyor.

Uluslararası alanda ise çok taraflı ve ikili yatırım anlaşmalarında sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasına katkı sağlayacak yatırımlar öncelikte düzenleniyor ve özendiriliyor. Sürdürülebilir altyapı, yenilenebilir enerji, su dağıtım ve arıtma sistemleri yatırımları, sorumlu tarım ve gıda güvenliği faaliyetleri ile sağlık ve eğitim yatırımları bunların başında geliyor.

plast | port®

Yıllarca beraber...



T H E R M O C A S E ☀️ ❄️

Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol

“Ambalajlı ürünlerimize olan talep ihracatımızı artırdı”

300'ün üzerinde ürün çeşidini, Türkiye'de 30 bini aşkın satış noktasına ve dünya çapında 4 kıtaya ulaştıran Muratbey Peynirleri; pandemiye rağmen ihracatını artırıyor. Tamamı markalı olan ihracatını Avrupa'nın ulusal zincir marketlerine de taşıyan Muratbey Peynirleri; Rewe, Kaufland, Edeka gibi zincirlerde Türkiye'de üretilmiş tek Türk peynir markası olma özelliğini taşıyor.



Pandemi nedeniyle sağlıklı beslenmenin her zamankinden çok daha önemli olduğu bugünlerde Muratbey Peynirleri'nden ihracatta güzel haberler geldi. Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, Avrupa Birliği ithalat kurallarının değişmesiyle başlattıkları ihracatla, markanın Avrupa marketlerindeki varlığını hem ülke hem de

ürün çeşidi olarak artırdıklarını açıkladı. Avrupa'nın binlerce satış noktasında Türk peyniri olarak raflarda yer alan Muratbey, Almanya, Hollanda, Belçika, Avusturya, Fransa ve İngiltere başta olmak üzere pek çok ülkeye ihracat yapıyor. Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, özenle ürettikleri peynirleri sofralara en hızlı, güvenilir ve kaliteli şekilde ulaştırmak için profesyonel ve kurumsal hizmet tedarikçileriyle yol aldıklarını söylüyor.

2020'de koronavirüs salgını, Muratbey'in gündemine nasıl etki etti? AB ülkelerine ihracat yaptığınızı düşündüğümüzde yılın ilk yarısında salgına yönelik ne gibi tedbirler aldınız?

Güvenilir gıda üreticisi olma sorumluluğumuzun bir gereği olarak; kuruluşumuzdan bu yana sağlık bilgisi ve sağlık konusuna her zaman büyük dikkat ve özen gösterdik. Dolayısıyla salgın; çalışanlarımız, üretimimiz, işimiz için bu açıdan bir risk yaratmadı. Tüm ortamlarımız zaten yüksek seviyede hijyen şartları sağlıyordu. Bu tecrübemizi ve kullandığımız sistemleri çalışanlarımızın evlerine, ailelerine, tedarikçilerimize ve tesisimizin bulunduğu Uşak ilindeki kamu kuruluşlarına da destek vermek üzere kullandık. Pandemi döneminde de tüm topluma güvenilir ve sağlıklı gıda ulaştırma misyonuyla önlemlerimizi artırdık. Süt üreticilerimizi bilinçlendirdik, çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliği için de tedbirlerimizi en üst noktaya çıkardık. Şu ana kadar hiçbir çalışanımız ya da ailesi virüs nedeniyle bir sağlık sorunu yaşamadı.

İnsanlar evde kaldığı zaman haliyle kolay tüketilebilecek, atıştırılacak

ürünlere ve daha güvenilir buldukları için ambalajlı ürünlere talep arttı. Dolayısıyla Türkiye'deki satış artışı gibi Avrupa ülkelerine yönelik ihracatımız da yüzde 20 civarında artış gösterdi. Üretim kapasitesi ve süt tedariki konusunda bir sorun yaşamadığımız için talebi rahatlıkla karşıladık. Pandemi sürecinde doğal olarak denetimler nedeniyle sevkiyatlarda yavaşlama olsa da buna göre üretim planlamamızı ve lojistiği ayarlayarak ciddi gecikmeler yaşanmamasını sağladık. Bu dönemde ticareti çeşitlendirmeye ve güvenilir ürünlerimizle yeni ülkelere ulaşmaya çalışıyoruz. Avrupa pazarında pek çok ürün çeşidimiz ciddi rağbet görüyor. Tamamı markalı olan ihracatımızı sadece etnik pazara değil, Avrupa'nın ulusal zincir marketlerine de taşıdık. Rewe, Kaufland, Edeka gibi zincirlerde Türkiye'de üretilmiş tek Türk peynir markasıyız.

Küresel tedarik zincirinde meydana gelen aksamalar Muratbey'in pazarlama sürecine nasıl yansdı? Yurt dışı gönderimlerinizde ve tedarik kısmında oluşan sorunları nasıl hallettiniz?

Ülkemiz başından beri pandemi ile mücadelede, çok etkin bir süreç yönetimi gerçekleştirdi. Bu sayede küresel tedarikte yaşanan çekinceler, Türkiye söz konusu olduğunda yerini güven algısına bıraktı. Uzun yıllardır uluslararası iş ortaklarımızla güvene dayalı bir zemin oluşturduk. Bu nedenle pazarlama sürecinde bir sorun yaşamadık. İhracat yaptığımız pazarlara gönderdiğimiz araçlar belirli yerlerde karantinada bekletiliyor. Avrupa'ya yaptığımız ihracatlarda araçlar Bulgaristan'da bir süre tutuluyor, testler yapılıyor. Aracın ondan sonra yola devam etmesine izin veriyorlar. Biraz gecikmeli olsa da ihracatta bir aksama olmuyor.

Gıda güvenliği, pandemi ile beraber daha bir hassasiyet kazandı. Şirketinizin buna ilişkin ekstra bir çalışması oluyor mu?

Uzun yıllardır büyük bir hassasiyetle üzerinde durduğumuz gıda güvenliği sürecini, pandemi sürecinde süt üreticisini de kapsayan yeni önlemlerle geliştirdik. Bu kapsamda tedarik sağladığımız üretici ekosistemini ve tüketiciyi korumak



adına alınması gereken önlemlerle ilgili tedarikçilerimizle iş birliği içindeyiz. Geçmişten bu yana sadece organize ve gelişmiş çiftliklerden ve güvenilir üreticilerden süt tedariki sağlıyoruz. Virüs salgınının ortaya çıkmasının ardından tüm yerel tedarikçilerimizi bilinçlendirerek, tüketiciyi koruma altına almış olduk. Önümüzdeki dönemde de bu yönde bir sorun yaşanmaması için tüm stok ve tedarik süreçlerini dikkatle takip edeceğiz. Diğer yandan üretim tesisimizde kullandığımız teknolojiler ile tüm mikrobiyal türlere karşı koruma sağladığımız gibi, virüslerden de sürekli korunuyoruz. Hatta elimizdeki cihazlar ile sadece kendi tesislerimizi, çalışanlarımızın evlerini dezenfekte etmekle kalmadık, tesisimizin bulunduğu Uşak İlinde, Valilik, Emniyet Müdürlüğü, polis uygulama noktaları, polis ekip otoları, tüm il karakolları, İl PTT Müdürlüğü, 112 acil servis, Türk Telekom müdürlüğü, KYK YURTKUR gibi hemen hemen bütün kamu kuruluşlarına ozonlama çalışması yaptık.

Muratbey Peynirleri'nin 55 yıllık bir geçmişi var. Şirketinizin yarım asırdır ayakta durmasını neye bağlıyorsunuz? Şirketinizin kendisini zaman içinde nasıl yeniledi, çağa nasıl ayak uydurdu?

İlk kez 1965 yılında temeli atılan Muratbey, aradan geçen 55 yıllık sürede Türkiye'de peynirciliğin gelişimine yön verdi. Uşak'ta, 2004'te modern anlamda ilk fabrikasını kuran Muratbey; bugün 35 bin metrekare kapalı alana sahip entegre üretim tesisi, yaklaşık 400 çalışanı ve günde 700 ton süt işleme kapasitesiyle Türkiye'de ve ihracat pazarlarında büyük bir marka değerine sahip. 300'ün üzerinde ürün çeşidimizle dünya genelinde 4 kıtada, Türkiye'de ise 30 bini aşkın satış noktasında tüketicilerle buluşuyoruz. Muratbey'in bu başarısında



300
MİLYON TL

Muratbey Peynirleri'nin
2019 yılı cirosu



% 21

İhracatın ciro içindeki payı

Peynir alanında Uşak'ta 35 bin metrekare kapalı alana sahip üretim tesisinde günde 700 ton süt işleme kapasitesi olan Muratbey, geçen yıl ihracatta ciddi bir atak yaptı. 300'ün üzerinde ürün çeşidine sahip olan şirket, ihracatın ciro içindeki payını yüzde 5'ten yüzde 21'e taşıdı. 2019 yılını 300 milyon TL ciro ile kapatan şirket, beş yıllık ihracat geliri hedefini ise cironun yüzde 40'ı olarak belirledi.

hiç kuşkusuz, yenilikçi olmamızın ve pazara inovatif ürünler sunabilmemizin etkisi büyük oldu. "Özel Peynirler" kategorisinde Türkiye pazar lideri olan Muratbey, dünya mutfaklarına kazandırdığı geleneksel Türk peynirlerinin yanı sıra; tuzu azaltılmış, D vitamini ile zenginleştirilmiş ve özel tasarımlı inovatif ürünleriyle öne çıkıyor. Özellikle pandemi döneminde D vitamini ile zenginleştirilmiş ürünlerimiz büyük ilgi gördü. İki Ar-Ge merkezimiz var. İnovasyon ve markalaşma olmazsa olmazımızdır. Başarımızı sürdürülebilir kılan da bu iki ana unsurdur.

Muratbey Peynirleri 2019'u nasıl bitirdi? Türkiye'de pazardaki konumuz nedir? Geçen yılki cironuz ve ihracat rakamlarınızı bizimle paylaşır mısınız? İhracatınızın ciro içindeki payı nedir? Şirketinizde kaç kişi çalışıyor?

Muratbey olarak 2019 yılını 300 milyon TL ciro ile tamamladık. 300'ün üzerinde ürün çeşidine sahip olan şirketimizde, ihracatın ciro içindeki payını yüzde 5'ten yüzde 21'e taşıdık. Beş yıllık stratejik planımızda ihracat hedefimizi ise cironun yüzde 40'ı olarak belirledik. Yaklaşık 400 çalışanımız bulunuyor. Türkiye pazarında, Nielsen'in verilerine göre "Özel Peynir" kategorisinde pazar lideriyiz.

2020'nin ilk yarısı hem iç hem dış pazarda nasıl geçiyor? Bu yılın ilk 6 aya ait ihracat ve iç pazar rakamlarını paylaşır mısınız? Yılın ikinci yarısı için öngörüünüz nelerdir?

2020'nin ilk yarısında, pandemi döneminin

birinci evresinde satışlarda yüzde 40 civarı büyüme yaşadık. Bu oran son aylarda bir önceki yıla göre yüzde 20 seviyelerinde devam etti. Öngörümüz; yılın geri kalanındaki bu hızlı artışla geçen yılın ciro seviyelerinin ortalama yüzde 5 civarı üzerinde olacak şekilde stabil bir hal alacağı yönünde.

Muratbey, Avrupa ülkeleri dışında ABD, Orta Doğu ülkeleri, Türkiye Cumhuriyetler, Balkan ülkeleri, Kongo, Güney Kore gibi dünyanın birçok ülkesine ürünlerini ulaştırıyor. Hangi ürünleriniz ilgi görüyor? Yeni pazarlara açılacak mısınız?

Muratbey olarak ürünlerimizle, dünya çapında 4 kıtaya ulaştırmaktayız. Peynirlerimizi dünya çapındaki dev zincir marketlerde de satışa sunuyoruz. Yurt dışı pazarına sunduğumuz Burgu'nun (Helix markasıyla) yanı sıra Anadolu lezzetleri, Tel Peyniri, Antep Peyniri, Sürmeli, Taze Kaşar, Dil Peyniri ve Örgü Peyniri de oldukça ilgi görüyor. İhracat yaptığımız ülke sayısını her geçen gün artırmaya devam ediyoruz. Yakın zamanda Çin'e süt ihracatı izni alan 54 firma arasına girdik. Çin, 6 milyar dolar ile dünyada süt ürünleri ihracatının başında geliyor. Çin'de pazar payı alabilmek adına uzun zamandır çalışmalar yapıyorduk. Çin çok büyük bir pazar, sektör için olumlu sonuçlar getireceğine inanıyoruz.

Muratbey Peynirleri Turquality programında da yer alıyor. Destek programının marka bilinirliğinize ve yurt dışında tanıtımınıza getireceği ne oldu?

Turquality programının üretici firmaların yurt dışında markalaşma sürecine büyük katkı sağladığını gözlemliyoruz. Turquality şirketlerin uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla küresel bir oyuncu olabileceğini destekliyor. Hangi sektörde faaliyet gösterirse gösterebilir, Türk firmalarının Turquality desteğiyle yurt dışında "Made in Türkiye" algısını güçlendirmesi hepimizin ortak menfaatinin bir gereğidir. Bu anlamda Turquality desteğinin ihracatçı firmalarımız için büyük bir fonksiyon üstlendiğine inanıyoruz.

"MAKİNE ÜRETİMİNE 5 MİLYON EURO'LUK KAYNAK AYIRDIK"

Ar-Ge'ye ciddi bir kaynak ayırdıklarını söyleyen Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı Necmi Erol, makine de üreteceklerini söyledi. Yıldız Teknopark'ta makinenin yazılım ve tasarımıyla ilgili çalışmaları tamamlayan şirket kısa bir süre içinde seri üretime geçecek. Erol, "Üretim teknolojileri Ar-Ge merkezimizin bir projesi ambalajlı gıda sanayinde yoğun kullanılan yerli ve gelişmiş bir injejekt yazıcı üretmektir. Gerek yazılım

gerekse donanımı içeren bir projedir. Bu çalışmayı Yıldız Teknopark iş birliği ile gerçekleştirdik. Bir sonraki adım olarak Uşak'taki tesislerimizde seri üretime başlamayı planlıyoruz. Bu işe toplam 5 milyon Euro'luk kaynak ayırdık. Yıllık ortalama 30 bin adet ithalatı olan bu cihazlara ödenen dövizin önüne geçmeyi hedefliyoruz. Bu girişimden ihracat geliri elde etmeye yönelik girişimlerde de bulunmak istiyoruz" diyor.

DÜNYA MUTFAKLARININ TERCİHİ İNOKSAN

MUTFAKTA
40
yıl

- INTERCONTINENTAL DUBAI MARINA BAY
- JUMEIRAH BILGAH BEACH HOTEL
- RADISSON BLUE HOTEL ST. PETERSBURG
- SHERATON JUMEIRAH BEACH DUBAI
- SOFİTEL BAHRAIN ZALLAQ THALASSA SEA & SPA
- GOLDEN TULIP SHARMA RESORT
- AKIRIFUSHI RESORT BY ATMOSPHERE HOTELS & RESORTS MALDIVES
- AMARI DOHA
- ELITE CRYSTAL HOTEL BAHRAIN
- BLUE BAY HOTEL GREECE
- BAKÜ HILTON
- DAMRO MARINO SANDS HOTEL SRI LANKA
- HILTON CORNICHE ABU DHABI
- IALYSSOS BAY HOTEL RHODES
- THOUSAND NIGHTS HOTEL JORDAN
- IRENE PALACE RHODES
- İSTA AHMEDABAD
- MAALU MAALU RESORT & SPA
- MARRIOTT JAIPUR
- PANORAMA HOTEL BAHRAIN
- PARK REGIS KRIS KIN HOTEL DUBAI
- AMISH MARKET - NEW YORK 9TH AVE.
- RADISSON SAS TİFLİS - GÜRCİSTAN
- RADISSON SAS KENYA
- ENKA HOLDING YATIRIMLARI / JAPAN
- FACEBOOK SINGAPORE OFFICE
- GAMA - GAZPROM BİLİM TEKNİK MERKEZİ / MOSKOVA
- HAWASA UNIVERSITY
- MERIT ROYAL CASINO
- T.C. DENİZ KUVVETLERİ KOMUTANLIĞI / ALBANIA
- U.S.A. EMBASSY - COLOMBO
- JUNGLE AQUA PARK
- YAKIN DOĞU UNIVERSITY
- AKTI IMPERIAL RHODES - GREECE
- LAKE NAIVASHA RESORT - KENYA
- ASTANA KAZAKİSTAN HAVALİMANI



TURQUALITY



Çağrı Merkezi
0850 290 44 00

www.inoksan.com

[inoksan](#) [inoksanmutfak](#) [incompany/inoksan](#)

İNOKSAN

SEKTÖR

TÜRK EKONOMİSİNİN LOKOMOTİF SEKTÖRÜ MAKİNE SANAYİİ

İhracatının yüzde 60'ını AB ve ABD'ye yapan Türk makine sektörü, 2019'u 17,9 milyar dolar ihracat ile kapattı. Bu yılın ilk beş ayında ise 6,2 milyar dolar ihracat yapan sektör, 220'den fazla ülkeye yüksek kaliteli ürünler satıyor.

Endüstri Devrimi ya da Sanayi Devrimi, Avrupa'da 18. ve 19. yüzyıllarda yeni buluşların etkisiyle doğduğunda, devrimler, birtakım teknolojik gelişmeler ile ağırlıklı olarak da makinelerin katkısıyla yapıldı. Buhar gücü, elektrik, seri üretim yaklaşımı gibi unsurların makine ile etkileşimi sayesinde sözü edilen gelişim ortaya çıktı. Bir anlamda sanayileşmenin temelinde makina sektörü var. Bugün dünyada, gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerde makine sektörünün özel bir konumu mevcut. Bir ülke istikrarlı sanayi ve ekonomiye sahip olmak istiyorsa güçlü bir makine sanayinin varlığına ihtiyaç duyar. Ekonomik kalkınma açısından da çok önemli olan sektörün üretim ve istihdam büyüklükleri sanayileşmenin temel göstergeleri arasında yer alıyor.

Makine sektöründe mühendislik ve Ar-Ge çalışmaları yoğun olduğu için teknoloji üretimi önemli bir yer kaplıyor. Ayrıca, yatırım maliyetlerini düşürmesi, nitelikli personele yönelik istihdam alanı oluşturması, dışa bağımlılığı ve dış ticaret açığını azaltması ve imalat sanayinin bütün sektörlerine girdi sağlaması nedeniyle önemli güce sahip lokomotif bir sektör. İmalat sanayinin en büyük sektörlerinden biri olan makine sanayi, gıda, tekstil, mobilya, otomotiv, gemi inşa, malzeme taşıma, tarım, inşaat, nakliye, kimya, tıbbi ekipmanlar, elektronik, uzay-havacılık, savunma sanayi gibi 22 sektörü de doğrudan etkiliyor.

TOPLAM İHRACATTAN YÜZDE 11 PAY ALIYOR

Türk makine sektörü de teknolojik gelişmeleri yakından takip edip, kaliteli üretim yapıyor ve Ar-Ge çalışmalarına önem veriyor. Sektörün ihracatı da her yıl artıyor. Bu rakam, 2019'da 2018 yılına kıyasla yüzde 4 artarak 17,9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Sektörün hedefi 2030'da dünya makine ticaretinden yaklaşık yüzde 1,5 pay almak ve Türkiye'nin toplam ihracatı içinde yaklaşık yüzde 11 olan makine payını makine sektöründe söz sahibi

Avrupa'nın en büyük ekonomisi Almanya geçen yıl yaşadığı durgunluğa rağmen en fazla Türk makinesi satın alan ülke oldu. Almanya'ya her ay ortalama 200 milyon dolarlık makine ihraç eden Türk makine sanayii en fazla artışı ABD, Fransa ve Rusya'da gerçekleştirdi.



olan ülkelerdeki gibi yüzde 20'ye çıkarmak. Yoğunlukla AB ve ABD pazarına yapılan makine ihracatında soğutma makineleri ve klimalar, içten yanmalı motorlar ve aksamaları, yıkama ve kurutma makineleri, inşaat ve madencilik makineleri ile pompa ve kompresörler öne çıkıyor. Türkiye, Avrupa'nın da klima santralleri üretim üssü pozisyonunda.

Avrupa'nın en büyük ekonomisi Almanya geçen yıl yaşadığı durgunluğa rağmen en fazla Türk makinesi satın alan ülke oldu. Almanya'ya her ay ortalama 200 milyon dolar makine ihraç eden Türk makine sanayii en fazla artışı ABD, Fransa ve Rusya'da gerçekleştirdi. Özellikle Rusya'ya yapılan makine ihracatında geçen sene yüzde 20'nin üzerinde artış yaşandı.

PANDEMİ, MAKİNE SEKTÖRÜNÜ DE ETKİLEDİ

Makine sektörü ihracatı, 2020'nin ilk beş ayında pandeminin de etkisiyle bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 18,5 geriledi ve toplam ihracat 6,2 milyar dolar oldu. Salgının makine ihracatına etkileri üzerine görüş aldığımız Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu, "Sektörümüz, ekonomik krizleri diğer sektörlerle göre 3 ila 6 ay arası bir

17,9
MİLYAR DOLAR

2019 yılı makine sektörü ihracat rakamı

245 BİN

Türk makine sektöründe çalışan kişi sayısı

TÜRK MAKİNE SEKTÖRÜNÜN AVANTAJLARI

Gelişmiş mühendislik becerileri ve yeniliklere çabuk uyum sağlama

Kalite bilinci

Uzmanlaşmış, yüksek vasıflı, orta ve üst düzey yöneticiler

Genç işgücü

Tesisleşme

Gelişmiş yan sanayi

Sektörün örgütlenme düzeyi yüksekliği



220

Türk makine ürünlerinin ihrac
edildiği ülke sayısı

%11

Sektörün 2019'da Türkiye'nin
toplam ihracatından aldığı pay

farla geriden takip ediyor. Salgın döneminde ancak elimizdeki siparişleri tamamladık. Bu dönemde hiç sipariş alamadığımız için birçok imalatçı firmamızın üretimi 2-3 ay içinde durma noktasına gelebilir. Fakat hâlâ fırsatlar var. Şu anda işlerini Çin'e kaptırmak istemeyen bazı Avrupa firmaları, yeniden faaliyete geçmeleri zaman alacağından ellerindeki siparişleri bizimle paylaşma arayışı içinde. Korumacı politikalarla katı defans yapılsa, yurtiçi siparişlerin katkısıyla istihdam gücümüzü kaybetmeyiz" dedi.

SEKTÖRDE KOBİ'LER AĞIRLIKTA

Türk makine sanayisi genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin yani KOBİ'lerin yoğun olduğu bir sektör. 245 bin kişi istihdam edilirken, 16 binden fazla yerel ve uluslararası firma var.

Makine sanayinde 2010 yılından sonra daha büyük firmaların sayılarında ve paylarında artışlar yaşandı. Makine imalat sanayi, Türkiye'de bazı iller çevresinde yoğunlaşmış konumda. İstanbul, Bursa, Kocaeli, Trakya dâhil Marmara Bölgesi, İzmir, Eskişehir, Ankara, Konya, Gaziantep ve Çukurova bölgesi bu kapsamda yer alıyor. Takım tezgâhı imalatı, daha çok Bursa, Kocaeli, İstanbul, İzmir ve Konya'da ön plandayken, Gaziantep ise tekstil ve gıda sanayi makinaları ile inşaat makinalarına öncelik veriyor.

YERLİ VE YENİ MAKİNE

YATIRIMINA DEVLET TEŞVİĞİ

Makine sanayi açısından teknoloji ve araştırma geliştirme faaliyetleri de büyük önem arz ediyor. Sektör, otomotiv, ilaç-kimya, elektronik,

savunma sanayi gibi kritik iş kollarına teknoloji ürettiği için devlet desteklerine de ihtiyaç duyuyor. Bu bağlamda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yaptığı önemli çalışmalar var. Türkiye'de devlet teşvikleri kapsamında kurulan Ar-Ge merkezleri en çok makine sanayisinde mevcut. Türkiye'de destekler kapsamında makine ve teçhizat sanayinde kurulan Ar-Ge merkezi sayısı 2017'de 117'idi, 2019 haziran ayında ise 176'ya ulaştı. Böylece, makine sektöründe 1,5 yılda 59 yeni Ar-Ge merkezi kurulmuş oldu. Ayrıca, makine sanayi en çok tasarım merkezine sahip dördüncü sektör.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOBİ'leri yüksek teknoloji ile buluşturuyor ve 'yerli üretime' de teşvik ediyor. Mesela KOSGEB desteklerinden yararlanacak şirketlerin alım yaparken "yerli ve yeni" makine ve teçhizatları tercih etmeleri gerekiyor. Destek programıyla yerli ve yeni makine alımına destek veriliyor.

EN BÜYÜK ÜRETİCİ ABD

Ülkelerin gelişme sürecine bakıldığında, makine imalat sanayinin imalat sanayi içerisindeki önemi giderek artıyor. Gelişen bir ülke için en önemli şey; ihracatın ithalatı karşılama oranının fazla olması. Ayrıca makine sanayinin gelişiminde ülkelerdeki makine ve teçhizat yatırımlarının büyüklüğü ve milli gelire oranı da önemli bir göstergedir. Bu bakımdan Güney Kore, Singapur, Tayvan gibi ülkelerin makine ve teçhizat yatırımlarının milli gelire oranları yüzde 25'e kadar yükseliyor. Hindistan, Endonezya, Rusya, Meksika, Polonya gibi ülkelerin makine sanayileri gelişim içinde ve bu ülkelerin çoğunda makine ve teçhizat yatırımlarının milli gelire oranları Türkiye'nin üzerinde yer almaktadır.

Dünya makine ihracatında ilk üçte Almanya, Çin ve ABD bulunuyor. ABD, makine sanayinde dünyanın en büyük üreticisi konumundayken, sektöre birçok ürün grubunda teknolojik olarak liderlik ediyor. ABD, dünyanın en

Dünya makine ihracatında ilk üçte Almanya, Çin ve ABD bulunuyor. Makine sanayinde dünyanın en büyük üreticisi konumunda bulunan ABD, sektöre birçok ürün grubunda teknolojik olarak liderlik ediyor.

büyük ihracatçılarından biriyken, aynı zamanda en yüksek makine ve teçhizat ithalatı yapan ülkelerinden. Bu da ABD'ye ihracat yapacak firmalar için büyük fırsat demek.



Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Başkanı
Kutlu Karavelioğlu

"İLAVE GÜMRÜK VERGİLERİ GÜNÜMÜZÜN MECBURİYETİ"

Makine İhracatçıları Birliği tarafından yılın ilk 5 aydaki toplam makine ihracatının 6,2 milyar dolar olduğunu açıkladı. İlk 5 aydaki makine ihracatı, pandemi nedeniyle geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 18,5 geriledi. Pandemi öncesinde başlayan teknoloji savaşlarında korumacı politikalar ve yerleşme stratejileriyle önemli bir eşige gelindiğinin altını çizen Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Kutlu Karavelioğlu şunları ifade etti: "Teknoloji üreten firmaları güçlendirmek için korumacılığın hacmi giderek genişliyor. Üretim teknolojilerini ilave gümrük vergileri ve tarife dışı engellerle korumak ticaretin yeni normaline geline geliyor. Ülkemizde de ilave gümrük vergileri ile başta makineler olmak üzere katma değeri yüksek nihai ürünlerin gözetilmesi yerinde bir karar oldu. Bağımlı olduğumuz aramalı ve komponentlerde hassas davranıldığını gözlemliyoruz. Yatırımların küresel olarak daraldığı bu dönemde Uzakdoğu'nun dampingli mallarına karşı hızlı tedbirler alınmalı; firmalarımızı haksız rekabete karşı korumak için alan daha da genişletilmeli, vergi oranları bize Doğu'da uygulanan oranlara eşitlenmelidir. Biz bütün dünyaya makine üretirken kendi sanayicimizin makine ithalatında ısrarcı olması,

ülkemizin kaynaklarını yabancı ülkelerin teknoloji geliştirmesine seferber ettiğimiz anlamına gelir."

"EN BELİRLEYİCİ FAKTÖR TEKNOLOJİ OLACAK"

Makine üretiminin ana merkezleri olan Çin, AB ve ABD'deki makine imalatının salgın nedeniyle felce uğradığını ve Batı'nın, üretim ve tedarikte Çin'e bağımlı olmasının ağır sonuçlarıyla yüz yüze geldiğini vurgulayan Karavelioğlu, "Küreselleşme anlayışıyla Çin'e tanınan imtiyazlar dünyanın aleyhine oldu fakat üretimin dağılımında oluşan büyük dengesizlik bu dönemin sonunu getirdi. Çin-ABD gerginliğinin, Trump tekrar seçilemezse dahi kalıcı hale geleceği düşünülüyor; çünkü Çin her yıl 400 milyar dolar makine ihraç ediyor ve dünya makinelerinin üçte birini üreten bu ülkenin ikamesi herkes için öncelikli mesele haline geliyor. Salgın sürecinde dünya mal ticareti miktar bazında yüzde 20'ye yakın düştü, sene sonuna kadar düşüş daha da artabilir. Bu süreçte en belirleyici faktör teknoloji olacak, ticari sınırları en kolay o geçecek. Türkiye'nin ekonomik büyüme performansına da yüksek teknoloji ürün ihracatından aldığımız pay yön verecek" dedi.

Küresel oyun pazarının gözü Türkiye’de



Türk oyun firması Peak Games’in, geçen ay şirket hisselerini 1,8 milyar dolara dünyaca ünlü oyun geliştiricisi Zynga’ya devretmesi ve Türkiye’den ilk “unicorn”un oyun sektöründen çıkması gözleri bu sektöre çevirdi.

2019’da 1 milyar dolardan fazla ihracat yapan Türk oyun sektörü, dünyada ilgi gören oyunlara ve önemli ekonomik başarılarla imza atıyor.

Dijital oyun sektöründe 2000’li yıllardan itibaren artan teknolojik olanaklarla birlikte hem Türkiye’de hem de dünyada çok büyük bir büyüme ivmesi yakalandı. Bu nedenle sektördeki büyüme ve pazarlama potansiyeli de önemli şekilde arttı. Oyunlar artık hayatımızın her alanında var. Oyun sektörü de gün geçtikçe büyüyor. Sektörde her yaşa uygun oyun bulmak da mümkün. Sanal gerçeklik gibi teknolojik olanakların da gelişmesiyle birlikte büyüme eğilimi daha da artacak.

Türk oyun geliştirme sektörü de son yıllarda uluslararası arenada zirveye çıkan oyunlarla dünyanın dört bir

yanındaki milyonlarca oyunsevere ulaşıyor. Türkiye’de oyun sektörünün büyümeye başladığını gören küresel firmalar bu alana yatırım yapmaya da başladı. Mesela Türk oyun firması Peak Games’in, geçen ay şirket hisselerini 1,8 milyar dolara dünyaca ünlü oyun geliştiricisi ABD’li Zynga’ya devretmesi ve Türkiye’den çıkan ilk “unicorn” olması dikkatleri bu sektöre çekti. Anlaşma ile sadece ortaklık yapısı değişen Peak, faaliyetlerini ekibinde ve yönetiminde hiçbir değişiklik olmadan kendi markası altında sürdürerek bir Türk şirketi olarak kalmaya da devam edecek. Hazine ve Maliye Bakanı Bakan Berat Albayrak’ın satışla ilgili,

“Peak’ın satışı Türk ekonomi tarihinin en büyük şirket satışlarından biri oldu” açıklaması Türk oyun sektörünün çok büyük bir katma değer ürettiğini gösteriyor.

160 MİLYAR DOLARLIK TİCARET HACMİ VAR

Dünyada yıllık yaklaşık 160 milyar dolarlık ticaret hacmi oluşturan sektörde iki milyar insan oyun oynuyor ve Türkiye’den de yoğun ilgi var. Oyun sektöründe Türkiye’den yaklaşık 32 milyon oyuncu olduğu belirtiliyor. “Zula”, “The Last One” ve “İstanbul” gibi yerli üretim oyunlarına büyük ilgi var. Zula, Türkiye’nin dışında, dünyada Brezilya, Avrupa, İran, Rusya ve Latin Amerika’da yerel yayıncılar aracılığıyla oyuncularıyla buluşuyor ve 25 milyon kişiye ulaşıyor. Türk oyunlarının zamanla dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca oyunsevereye ulaşması ihracatta da başarıyı getirmiş durumda ve oyun sektöründeki payı yerli firmaların atılımlarıyla her geçen yıl yükselmeye başladı. Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği (TOGED) verilerine göre; sektörün 2015’te 400 milyon dolar olan ihracat rakamı 2016’da 500 milyon dolara, 2017’de 700 milyon dolara, 2018’de 1 milyar 50 milyon dolara ulaştı. 2019 ihracat rakamları resmi olarak açıklanmadı ama 2018 yılını geçti. Bu yılın sonunda ihracat rakamının ise 1,5 milyar dolara ulaşması bekleniyor. İhracat rekorlarına koşan sektörün küresel oyun pazarından daha fazla pay alabilmesi ve ihracat rakamınının 10 milyar dolara çıkarılması hedefleniyor.

TURQUALITY PROGRAMINA DA DAHİL EDİLDİ

Oyun sektörünün gelişmesi için kamu desteklerine de ihtiyaç var. Bu bağlamda, Türk oyun geliştirme sektörü, cirosunun yüzde 90’ından fazlasını ihracattan elde ettiği için Ticaret Bakanlığı’nın destekleri de önem taşıyor. Özellikle Döviz Kazandırıcı Hizmet İhracatını Destekleme Tebliği, reklam, dijital pazarlara giriş, yazılım, istihdam

Ticaret Bakanlığı uzun yıllardan beri mal sektörlerine yönelik olarak uygulamakta olduğu ‘Turquality Programı’na dijital oyun sektörünü de dahil etti.



başlıklarında sunulan destekler, oyun geliştiricilerinin güçlenmesine katkı veriyor. Bakanlık, uzun yıllardan beri mal sektörlerine yönelik olarak uygulamakta olduğu ‘Turquality Programı’na dijital oyun sektörünü de dahil etti. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı da uzun süredir oyun geliştirme sektörüne destek sağlıyor. TÜBİTAK Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı ile KOSGEB destekleri, sektörün gelişiminde kullanılıyor. Bakanlık, bağlı ve ilgili kuruluşlarla oyun sektöründeki start-up’lara yönelik son 10 yılda 426,7



TÜRK OYUN SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLERİ

- Genç nüfus ile birlikte oyuncu sayısının yüksek olması (32 milyon)
- **Bireysel geliştirici potansiyelinin yüksek olması**
- Yurt dışı hedefli ve ihracata dayalı iş modellerinin oluşmuş olması
- **Paydaşları bir araya getirecek platformların oluşmuş olması**
- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi için lisansüstü programların olması



Monster Notebook CEO'su
İlhan Yılmaz

TÜRKİYE'NİN OYUN ALANINDA KÜRESEL REKABETTE BÜYÜK BİR GÜCÜ VAR

Türkiye pazarında lider üç markadan biri olan ve en çok bilinen oyun bilgisayarı markalarından yerli şirket Monster Notebook, 20 sene önce kurulurken Türkiye'den bir dünya markası çıkarma hedefi ile yola çıkmış. Satışlarının büyük bir bölümünü internette gerçekleştiren firmanın İstanbul Kadıköy'deki mağazasına ek olarak Ankara'da ve İzmir'de de mağazası mevcut. Global pazardaki çalışmalarına ağırlık vererek Dubai'de bir ofis, Lefkoşa'da bir mağaza açan Monster Notebook, önümüzdeki aylarda ise Berlin'de Alexandre Platz meydanında yaklaşık bin metrekarelik bir alana Avrupa'nın en büyük oyun ve deneyim mağazasını açacak. Türkiye'deki oyun sektörü ve ihracatına dair görüşlerini aldığımız Monster Notebook CEO'su İlhan Yılmaz, "Dünya oyun pazarının toplam gelirleri yaklaşık 160 milyar dolar. Bu rakam toplam geliri 136 milyar dolar civarında olan dünya film endüstrisini geride bıraktı. Biz de yerli bir oyun bilgisayarı üreticisi olarak dünyanın en önemli üreticileri ile iş geliştiriyoruz, Özellikle son beş sene dir çok ciddi

bir potansiyelin açığa çıktığını görmekteyiz. Türkiye oyun sektöründe pazar payı büyüklüğü ile dünyada 18. sırada yer alıyor. Türkiye pazarında yılda yaklaşık 150 bin oyun bilgisayarı satılıyor. Bu rakam, toplamda satılan bilgisayarların yaklaşık yüzde 15'i yapıyor. Türkiye'nin oyuna dair hemen her alanda küresel rekabette öne çıkabilecek büyük gücü var. Her geçen sene genişleyen bu pazarda oyun geliştirmeden e-spora farklı alanlarda çok ciddi bir hareketlilik var. Biz de Monster Notebook olarak başta oyun bilgisayarları alanında olmak üzere bu pazara yön veriyoruz. Monster Notebook olarak, şu an en iddialı olduğumuz alan yüksek performanslı cihazlarımız ile kullanıcılarımıza sunduğumuz oyun deneyimi ve bu deneyimin her zaman en üst seviyede devam edebilmesi için geliştirdiğimiz satış sonrası hizmetler. Yüksek performanslı cihazlara duyulan gereksinimin uzun vadede ortadan kalkmayacağını biliyoruz, ama aynı zamanda ilerleyen dönemde, özellikle yazılım alanında, bambaşka kapılar açma idealimiz var" diyor.

milyon lira destekte bulundu. Sektöre ayrıca Türkiye İhracatçılar Meclisi, Hizmet İhracatçıları Birliği, Ankara Kalkınma Ajansı, teknoparklar gibi kurum ve kuruluşlar tarafından çeşitli yöntemlerle destek veriliyor.

"KARİYER İMKANI VAR AMA FARKINDALIK YETERLİ DEĞİL"



Türk oyun sektöründe önemli derecede kariyer imkânları da mevcut. Oyun ve e-spor birçok ülkede olduğu gibi artık Türkiye'de de üniversitelerin ilgili

bölümlerinde müfredata dahil edildi. Fakat gençler, ebeveynler ve eğitimciler bu alanda yeterli bilgiye sahip değil. Bu konuda görüşlerine başvurduğumuz ESL Türkiye Genel Müdürü Gökhan Kazar, "Ülkemizin ihtiyacı olan katma değerli üretimin oyun dünyasından yükseleceğine ve daha pek çok yerli girişimin küresel rekabette öne çıkacağına inancımız tam. Ne var ki bu potansiyelin gerçek anlamıyla açığa çıkması için gereksinim duyduğumuz toplumsal farkındalık henüz yeterli değil. Hızla gelişen sektör önemli bir istihdam alanı oluşturuyor.

Oyun ve teknoloji ile iç içe olan genç nüfusumuzun yeteneklerini bu alana kanalize edilebilirsek, gençlerimizin teknolojiyi üreten tarafta olabilmelerini sağlayabiliriz. Bu anlamda gençler ile sektör profesyonellerinin bir araya geleceği buluşmalar önem kazanıyor. Biz de ESL Türkiye olarak bu konuda inisiyatif aldık ve oyun sektöründe kariyer hedefleyen gençlerin doğru bilgilere ulaşmasını sağlamak hedefiyle Next Level Gaming Talks etkinliğini hayata geçirdik. On hafta süren webinar programında sektör profesyonellerini oyun ve teknoloji tutkunlarıyla bir araya getirerek, oyun dünyasıyla ilgili merak edilen hemen her konuyu gündeme taşındık” diyor.

PAZAR PAYINDA ÇİN LİDER

Dünya’da günümüz itibariyle dijital oyunlar 3 farklı ana platform üzerinde sınıflandırılıyor. Bunlar, kişisel bilgisayar (PC), oyun konsolları (PS4, XBOX, Nintendo) ve mobil oyunlar. Son yıllarda tablet ve akıllı telefon pazarı da önemli bir pay elde etmiş durumda. Çünkü akıllı telefonların neredeyse herkesin elinde olması, yapımçı firmaların mobil oyunlara odaklanmasını sağladı. Dijital oyun sektörünün geçmişten beri en önde gelen ülkesi ise ABD. Ancak Çin, pazar payı konusunda lider konumunda. Kore, Japonya, Fransa da sektörde söz

“Zula”, “The Last One” ve “İstanbul” gibi yerli üretim oyunlarına büyük ilgi var. Zula, Türkiye’nin dışında, dünyada Brezilya, Avrupa, İran, Rusya ve Latin Amerika’da yerel yayıncılar aracılığıyla oyuncularıyla buluşuyor ve 25 milyon kişiye ulaşıyor.



sahibi ülkeler olarak ön plana çıkıyor. Çin’in sektördeki hızlı yükselişinde mobil oyunların küresel çapta yükselişe geçmesinin etkisi büyük. Sadece tek başına Çin, dünya dijital oyun pazarının yüzde 28’ine sahip ve oyun ihracatından yıllık 34 milyar dolar gelir elde ederken, bunu ABD yüzde 23 olan 32 milyar dolarlık ihracat geliriyle takip ediyor.

160

MİLYAR DOLAR

2019 yılında dünyadaki yıllık oyun ihracatı değeri



1,5

MİLYAR DOLAR

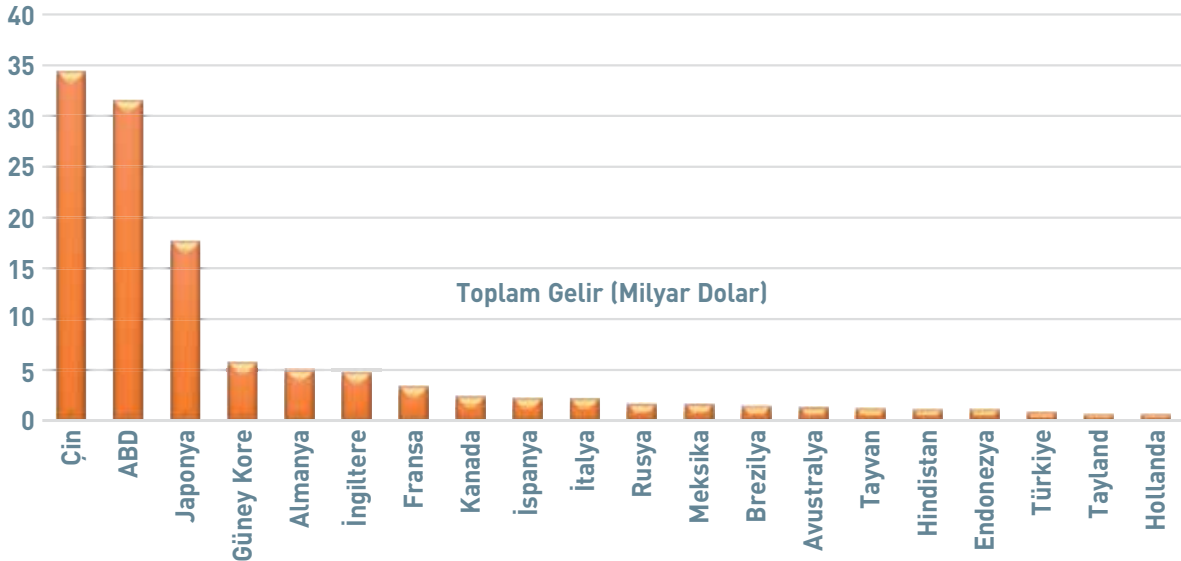
2020 sonunda Türkiye’nin oyun ihracatında hedeflediği miktar

2

MİLYAR

Dünyadaki oyuncu sayısı

KÜRESEL ÜLKELERE GÖRE PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ SIRALAMASI





İhracatçılar için dijital pazarlama tüyoları

Günümüzde artık hiçbir marka ve KOBİ, dijital pazarlamayı göz ardı edemez. Rekabetçi ortamda şirketler dijital pazarlamayı satış yapabilmek için çalışmalarının önemli bir parçası haline getirmek zorunda.

2000'li yılların başından itibaren internetin yaygınlaşmasıyla beraber şirketler, klasik pazarlama yöntemlerinin dışına çıkmaya başladı. Sosyal medya ve mobil cihazlar sayesinde iş dünyası dijital pazarlama kavramıyla tanıştı. Dijital pazarlama yöntemlerinde şirketler, radyo, televizyon, gazete ve fiziksel panoların aksine daha interaktif yöntemleri kullanarak tüketici ile iletişim haline geçtiler. Günümüzde bu yöntem artık Türkiye dahil birçok ülkede önde gelen bir pazarlama stiline dönüştü. Gelişen teknoloji ile çoğalan mobil cihazlar, yaşam biçimini değiştirmekle birlikte alışveriş ve satın alma alışkanlıklarını da tümüyle etkiledi.

İş hayatı açısından bakacak olursak; dijital pazarlamaya önem veren şirketler, hedeflemiş oldukları kâr düzeyine hem yurt içi hem de yurt dışında çok rahat ulaşabiliyorlar. Bu yüzden her firmanın bir dijital pazarlama ağı mutlaka olmalı ve bu pazarlama ağı her kesimden müşteriye hitap etmeli. Aynı zamanda interaktif pazarlama, online pazarlama, e-marketing ve web pazarlama diye de

çeşitli isimlerle anılan dijital pazarlama sayesinde kitlenizle doğru yerde bağlantı kurabilirsiniz.

ŞİRKETLER SANAL ORTAMDA KENDİNİ DOĞRU ANLATMALI

Özellikle genç ve orta yaştaki insanların sanal ortama erişim sağladığı son yıllarda, şirketler ve markalar için bu yöntem çok büyük bir önem arz ediyor. İnsanlara oturduğu yerden alışveriş yapabileme imkânının verilmesi, insanları sanal alışverişe teşvik ediyor. Kullanıcıların ayrıca dijital içerikleri artık hareket halindeyken veya herhangi bir görev yaparken de tüketmesi, satışları artıran bir diğer faktör. Bir şirket dijital pazarlamada ne kadar iyi ise kazancını da o oranda artırabiliyor. Bu yüzden çeşitli platformlarda kendini olabildiğince doğru aktarmalı. Bu platformların en çok rastlanılanı internet siteleri ve sosyal ağlar olarak göze çarpıyor. Ayrıca bloglar ve çevrim içi broşürler de es geçilmemeli.

Günümüzde televizyonlar artık eskisi kadar izlenmezken, online radyolar ve müzik uygulamaları, geleneksel radyolara ilgiyi azalttı. Basılı gazetelerin yerini online haber siteleri ve uygulamaları

DİJİTAL PAZARLAMA NERELERDE KULLANILIR?

- ✓ İnternet sitelerinde
- ✓ Blog yayınlarında
- ✓ E-kitaplar ve teknik sözlüklerde
- ✓ Sosyal medya kanallarında
- ✓ Online broşürler ve ders kitaplarında



aldı. Dev reklam panolarından ziyade küçük bir ekrandaki reklam içeriği daha çok ilgi çeker hale geldi. İşte bu noktada “dijital pazarlama ve satış” öğeleri devreye giriyor. Günümüzde artık potansiyel müşterilere ulaşmanın ve ürünleri pazarlayabilmenin tek yolu, dijital pazarlamanın farklı kanallarını kullanmaktan geçiyor.

İHRACAT İÇİN DİJİTAL PAZARLAMAYI KULLANIN

İhracat yapmak için dijital kanalları kullanmaya karar verdiyseniz, bir strateji planı hazırlamalısınız ve bazı yolları izlemelisiniz. Dijital pazarlamanın ilk adımı markanıza ait bir web sitesi oluşturulmaktır. Müşterilerinizin hakkınızda istediği zaman bilgi alabileceği, modern, gezinmesi kolay, güncel ve mobil uyumlu bir web sitesine sahip olduğunuzdan emin olun. Mobil reklam harcamalarının 2020 sonunda dünyada 187 milyar dolara ulaşacağı tahmin edildiğinden, mobil uyumlu bir web sitesi büyük önem kazanıyor.

Sayfanızı ziyaret eden müşterilerinizin sizinle iletişime geçmek isteyebilir. Bu sebeple; iş adresiniz, telefon numaralarınız ve çalışma saatleriniz gibi önemli iletişim bilgilerine web adresinizde yer verin.

Kullanıcılarınız için değerli içerikler üretmeye çalışın. Günümüzde işletmelerin çoğu sosyal medyayı mevcut ürünlerine

ait kampanyaları kullanıcılarla buluşturmak için kullanıyor; ancak yapılan araştırmalara göre, kullanıcıların büyük bir çoğunluğu kampanya görmekten pek de memnun değil. Bu yüzden direkt ürün satmaya odaklanmaktan ziyade, o ürünün tüketici için neden önemli olduğunu anlatın.

Videolar ve detaylı resimler gibi görsel materyaller de karşı ülkedeki dağıtıcıya veya kullanıcıya daha iyi fikir verebilir. Bu nedenle resimler ve videoları hedeflediğiniz ülkenin kendi dilinde hem sitenizde hem de sosyal medya hesaplarınızda bulundurmayı unutmayın.

İhracat Türkiye’de her dönemde teşvik ediliyor. Devlet ve bağlı kuruluşları; ihracatçı şirketlere, gerekli şartları sağlamaları halinde ciddi teşvikler veriyor. Devletin sağladığı teşvikleri doğru kullanarak dijital pazarlama maliyetlerinizi buradan karşılayabilir ve uluslararası pazara girmenizi kolaylaştırabilirsiniz. Bunun için Ticaret Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin internet sitesinden daha geniş bilgi edinebilirsiniz.

187

MİLYAR DOLAR

2020 sonunda mobil reklam harcamalarının ulaşacağı miktar

%89

Akıllı telefon sahibi kişilerin uygulama kullanma oranı



Pandemi sonrası iş hayatı



Çalışanlar geri dönmeye hazır mı? Yeni dönemde çalışanlar işverenlerden en çok ne talep edecek? Önümüzdeki süreçte en çok hangi önlemleri konuşacağız? Salgın sonrası oluşacak çalışma koşulları ve 'yeni normal'i anketler ışığında analiz ettik.

İlk koronavirüs vakasının görüldüğü mart ayından itibaren evden çalışmaya geçen ya da üretime ara veren iş dünyası, normalleşme adımları kapsamında ofislere dönmeye başladı. Uzaktan çalışan şirketler farklı çözümlerle işbaşı planlarken, kimi de kademeli geçiş için düğmeye bastı. Şirketler ve çalışanlar koronavirüs ile birlikte iş dünyasında çalışma şeklinin artık eskisi gibi olmayacağı konusunda hemfikir.

Yeni normale hazırlanan ve bir dizi yeni kural koyan birçok şirket önümüzdeki dönemde ofise dönse bile ziyaretçi kabul etmeyecek, toplantı ve eğitimlerini de uzun süre online olarak yapacak. Hatta bazı şirketler, salgın sonrasında da uzaktan ve esnek çalışma modelini benimseyecek. Kimi çalışanlar ise işlerini kaybetmemek için bu modelleri kabul etmek zorunda kalacak. Çünkü yeni normalin gerekleri bunlar olacak ve çalışma hayatının her alanına girecek.

UZAKTAN ÇALIŞMAK DAHA YORUCU

Tam da bugünlerde birçok dernek ve kuruluş yeni normal ile ilgili anketler düzenliyor. Genç Yönetici ve İş İnsanları Derneği de (GYİAD), üyelerinin katılımıyla genç iş insanlarına; normalleşme, alınan sağlık tedbirleri ve uzaktan çalışma ile ilgili konular hakkında sorular yöneltti. Araştırmadan çıkan çarpıcı sonuçlardan biri; katılımcıların yüzde 46,2'sinin 6-12 ay içinde normale döneceğini düşünüyor olması. Ankete katılan üyelerin yüzde 69,2'si alınan tedbirler kapsamında uzaktan çalışmaya başlarken, katılımcıların yüzde 35,9 uzaktan çalışmanın daha yorucu, yüzde 25,6'sı ise bu sistemin daha stresli olduğu görüşünde. Salgının en önemli psikolojik etkisi de sokağa çıkma kısıtlamaları olarak öne çıkıyor. Ankete katılanların yüzde 51,3'i salgın sürecinde en çok evde kalmak konusunda zorlandıklarını, yüzde 33,3'ü ise bu süreçte aile büyüklerinden

uzak kalmanın kendilerini zorladığını düşünüyor.

Anket sonuçlarını değerlendiren GYİAD Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Pamukçu, “Üyelerimizin ankete verdiği cevaplara baktığımızda, katılımcıların büyük çoğunluğunun düşüncesi alınan önlemlerin ekonomi anlamında genişletilmesi gerektiği yönünde. Salgının psikolojik ve sosyal etkileri zamanla azalmaya devam edecek. Alınan önlemlere uyulduğu takdirde normale dönüş süresinin de kısıllacağını öngörüyoruz. Özellikle istihdam konusuna odaklanılarak genç nüfus ekonomiyeye kazandırılmalı. GYİAD olarak bu konuda üzerimize düşeni yapmayı sürdürüyoruz” diyor.

İŞYERLERİNDE HİJYEN ÖNEM KAZANACAK

Pandemiyle ilgili araştırma yapan bir diğer şirket ise Avansas oldu. Normalleşme sürecinin iş dünyasına yansımaları hem çalışanlara hem işverenlere soruldu. Normalleşme süreci sonrasında işyerlerinin hijyen, sağlık önemi ve çalışma düzeni gibi beklentilerinin merkeze alındığı araştırmaya, 81 ilden toplam 5 bin 394 kişi katıldı.

Yapılan araştırmaya göre; normalleşme süreci öncesinde her iki kişiden biri işyerlerinden yürütmeye devam ederken, her 10 kişiden 7’si ise çalışma düzeni açısından tam olarak normalleşmenin Temmuz ayında gerçekleşeceğini öngörüyor. İşyeri sahiplerinin yüzde 21’i ise tam olarak normal çalışma sürecine geçişin Ağustos ayı ya da sonrasında kalabileceğini düşünüyor. İşyerlerinin yüzde 80’i işyerlerinin alacağı hijyen önlemlerinin çalışan bağlılığı ve motivasyonunda önemli bir kriter olacağını belirtirken, işyerlerinin yüzde 90’i ise yeni dönemde hijyen ve temizlik ürünlerinin işyeri harcama kalemleri arasında ciddi bir artış göstereceği görüşünde.

İşyerlerinin yeni normalleşme süreciyle ilgili beklentilerini üst düzeyde karşılayabilmek için bu araştırmanın oldukça önem taşıdığını belirten Avansas Genel Müdürü Sedat Anak, “İçinde bulunduğumuz salgın dönemi gerek ev gerek de işyeri hijyenini

Salgın süreciyle beraber yapılacak işler artık bize gelecek. Böylece çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler sanal ortamda daha sık buluşacak ve dijital dönüşüm daha da hızlanacak.

en önemli önceliklerimizden biri haline getirdi. Tüketici davranışlarını değerlendirdiğimizde; mart ayı itibarıyla temizlik ve hijyen ürünlerine talebin yüzde 30 oranında arttığını gözlemledik. Bu kategorilerin ağırlığı, toplam satışlarımız içinde yüzde 50’den yüzde 60 seviyesine yükseldi. Avansas olarak buradan çıkardığımız sonuç; ilk paniğin yerini uzun vadeli yeni bir hijyen anlayışına bıraktığı yönünde. Bu nedenle, hayatın normale dönmesinden sonra, özellikle yeniden bir arada çalışacağımız süreçte işyerlerindeki hijyen koşullarının daha fazla merkeze alınacağını öngörüyoruz” diyor.

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRDI

Sonuç olarak anketlerden ve son 4-5 aydaki deneyimlerden çıkarılacak önemli dersler mevcut. 2020’ye kadar işletmeler ve birçok organizasyon için işletim modeli olarak yerleşik ofis düzeni ön plana çıkıyordu ve insanlar işe gidiyordu. Müşteriler, vatandaşlar sağlık hizmeti almak, alışveriş yapmak için kendileri gitmek zorundaydı. Salgın süreciyle beraber ise yapılacak işler artık çalışanlara gelecek. Böylece çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler sanal ortamda daha sık buluşacak ve dijital dönüşüm daha da hızlanacak.

% 69,2

Pandemi sonrası uzaktan çalışmaya başlayanların oranı



% 35,9

Uzaktan çalışmanın yorucu olduğunu söyleyenlerin oranı

Çalışanları mobilde bir araya getirerek kurum içi iletişimi güçlendiriyorlar



Arneca Teknoloji
Genel Müdürü
Ahmet Akkök

Arneca Teknoloji
İş Geliştirme Müdürü
Mine Akça

Arneca Teknoloji'nin son projesi olan İç İletişim uygulaması, şirketlerin iş süreçlerini kolayca takip etmelerinin yanı sıra çalışanların da sosyalleşebildikleri, tüm içeriklerde görüş bildirdikleri bir platform olma özelliğini taşıyor. Arneca Teknoloji, mobil uygulamasına pandemi sonrası video konferans özelliğini de ekledi.



TEB

GİRİŞİM EVİ

TİMREPORT olarak, birçok şirketin işini kolaylaştıran bu ürünlerin detaylarını Arneca Teknoloji Genel Müdürü Ahmet Akkök ve İş Geliştirme Müdürü Mine Akça ile konuştuk.

İç İletişim projeniz nasıl ortaya çıktı?

Son dönemde gündemde olan İç İletişim uygulamamız, Türkiye'nin büyük bankalarından bir tanesinin talebi ile ortaya çıktı. Daha önce kullanılan intranet gibi sistemlere yoğun iş süreçlerinin dahil edilmesiyle, sistem hantallaşmış ve çalışan odaklı olmaktan çıkmıştı. Biz de sosyal içerikli, etkileşime yönelik bu uygulamamız ile şirketlerin anlık olarak çalışanlarına ulaşmalarını sağlıyoruz. Bir insanın günde dört saatini mobil cihazlarda geçirdiğini düşündüğümüzde en ulaşılabilir ve hızlı platformun mobil platform olduğunu düşünüyoruz. İç İletişim uygulamamız

"Pandemi sürecinde fiziksel etkinliklerin durdurulması sonrasında markalarımızdan da gelen talepler doğrultusunda SmartEvent mobil uygulamamızı dijital etkinliklerde kullanılabilecek şekilde geliştirdik."

Arneca Teknoloji, 2009'dan bugüne başta telekomünikasyon, finans, perakende ve FMCG sektörleri olmak üzere; farklı sektörlerde bağımsız çözümler sunan bir bilişim şirketi. Arneca Teknoloji'nin App ve Google Play Store'lardan indirilen İç İletişim uygulaması, SmartEvent etkinlik mobil uygulaması ve SmartQR ürünleri, müşterileri tarafından büyük ilgi görüyor.

bu talepler doğrultusunda kullanıcı dostu ve çalışan odaklı oluşturmaya özen gösterdik.

İç İletişim uygulaması nasıl çalışıyor? Bu uygulamayla ana amacınız nedir?

İç iletişim uygulamamız, kurumların ihtiyaçları doğrultusunda kurum kimliğine uygun tasarım ve ek modüllerle hazırlandı. App Store ve Google Play Store'lardan da indiriliyor. Uygulamaya yalnızca kayıtlı katılımcılar giriş yapabiliyor. Uygulamamızda ana amacımız, iş süreçlerinin takibinin yanı sıra çalışanların aynı zamanda sosyalleşebildikleri, tüm içeriklerde etkileşimde bulunarak görüş bildirebilecekleri bir platform oluşturmak. Ayrıca, uygulamaya içerisinde katılımcılar paylaşım duvarında içerik paylaşımı yaparak diğer paylaşımlara beğeni ve yorum bırakabiliyorlar. Anket modülü ile bir çalışma öncesi ya da sonrasında hızlıca geri bildirimleri alabiliyorsunuz. Anlık bildirim gönderimleriyle aynı anda birçok kişinin bilgilendirilmesini sağlayabiliyorsunuz. Haberler, kampanyalar, soru sor, dokümanlar gibi paylaşım ve etkileşim yaratacak birçok modül bulunuyor. Pandemi sürecinde yoğun olarak oluşan talep doğrultusunda video konferans modülünü de uygulamamıza ekleyerek, katılımcıların kendi video konferanslarını yaratmalarını ve uygulama üzerinden görüntülü görüşebilmelerini sağladık. Bu modüllere ek olarak bir kurumumuz için hazırladığımız sağlık uygulamaları modülümüz bulunuyor. Buradan konumunuza göre çevrenizde bulunan eczane, hastane vb. görüntüleyerek iletişim ve ulaşım bilgilerini görüntüleyebilirsiniz. Aynı modül içerisinde kan ihtiyaçları için hazırlanan bölümde ihtiyaçları görebiliyor ve eğer ihtiyaç sahibinin yakın çevresinde bulunuyorsanız bildirim almanız sağlanabiliyor.

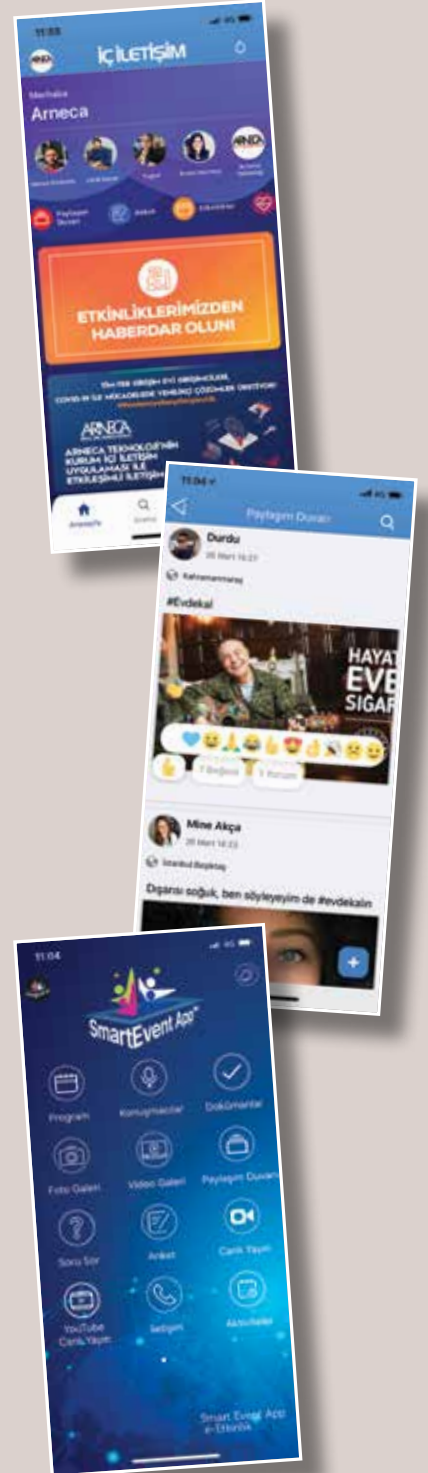
Etkinliklere özel geliştirilmiş olan SmartEvent ve SmartQR ürünlerinizden de bahseder misiniz? Pandemi sürecinde şirketiniz nasıl evrildi? SmartEvent etkinlik mobil uygulaması

“TİM-TEB’den İç İletişim ürününe özel danışmanlık alıyoruz. Aldığımız danışmanlık sayesinde, kendi başımıza uzun zamanda olgunlaşacak yaklaşım ve yapıları çok daha hızlı geliştirme şansı bulduk.”

Türkiye’de pek çok büyük firmanın etkinliklerinde tercih ederek kullandığı mobil uygulamamız oldu. Pandemi sürecinde fiziksel etkinliklerin durdurulması sonrasında markalarımızdan da gelen talepler doğrultusunda SmartEvent mobil uygulamamızı dijital etkinliklerde kullanılabilecek şekilde geliştirdik. Dijital etkinliklerde katılımcıyı her an uygulamada tutabilecek içerik çalışmaları planladık. Aynı zamanda pandemi ile gündemimizde ilk sıralara oturan, canlı yayın, eğitim videoları vb. modülleri uygulamamıza ekledik. SmartQR ürünümüz ise, etkinliklerde katılımcıların girişlerini cep telefonları üzerinden okutarak onları takip edebildiğimiz uygulamamız. Bu uygulama sayesinde kim hangi salona, kaç kez hangi saatlerde giriş yapmış, anlık olarak görüntüleyerek raporlama yapabiliyorsunuz.

Türkiye’den ve yurt dışından aldığımız yatırımlardan bahseder misiniz? Projelerinizde size danışmanlık ve finansörlük eden kurum veya kişiler var mı?

Arneca Teknoloji tüm ürün ve Ar-Ge çalışmalarını kendi özkaynakları ile gerçekleştiriyor. Çoğunlukla üniversiteler ile iş birliği, içerisinde bulunuyoruz. İstanbul Teknik Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Sütçü İmam Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Kalyoncu Üniversitesiyle iş birliklerimiz var. Bu ortaklıklar vasıtasıyla, konusunda uzman hocalarımızdan çok değerli bilgi ve yönlendirmeler alıyoruz. TİM-TEB’den İç İletişim ürününe özel danışmanlık alıyoruz. Aldığımız danışmanlık sayesinde kendi başımıza uzun zamanda olgunlaşacak yaklaşım ve yapıları çok daha hızlı geliştirme şansı bulduk.



Jazan Grup CEO'su Ümit Özalevli

“Türkiye'nin ihracatına katkıda bulunan bir Türk kadını olmaktan gurur duyuyorum”



Gözü kara bir girişimci olarak girdiği iş dünyasında yükselerek şirket sahibi olan Ümit Özalevli, bugün Erbil'in güçlü kadınlarından biri. Adana'da yaşayan Özalevli, “Irak'ta çalışan, yatırım yapan, üreten ve ülkem Türkiye'nin ihracatına katkıda bulunmaya çalışan bir Türk kadını olmaktan gurur duyuyorum” diyor.

Jazan Grup CEO'su Ümit Özalevli, memur bir babanın kızı olarak girdiği iş dünyasında başarılı bir girişimcilik örneği göstererek Erbil'in güçlü iş kadınlarından biri oldu. İşe ilk olarak, memleketi Adana'da kurduğu mobilya imalathanesi ile başlayan Ümit Özalevli, yaptığı iş ortaklığı ile birlikte şirketini Kuzey Irak'a taşıdı. Bu şekilde bölgedeki üretime ilk adımını atan Özalevli, zamanla farklı sektörlerde de imalata başlayarak bugünkü gücüne ulaştı.

"Çocukluğumdan beri hayalimde fabrika patronu olmak vardı" diyen Özalevli, birkaç yıl farklı işlerde deneyim kazandıktan sonra ilk adımını 2008 yılında kendi inşaat şirketini kurarak atıyor. Kendi inşaatları için mutfaktan dekorasyona dek üretim yapan bir fabrika kurmaya karar veriyor. Leasing yöntemiyle makineleri alıp 2010'da Adana'da fabrika kuruyor. "Her sabah adeta sevinçten uçarak inşaatlarımdan önce fabrikama gidiyordum. Makinelerin sesi, ahşabın tozu, çalışanlarıma 'günaydın' demek, beni mest ediyordu" diye anlatıyor.

2014 yılında fabrikasını Erbil'e taşıyan Özalevli, bunu, inşaat müteahhiti başka bir iş insanı ile güçlerini birleştirerek yapıyor. Özalevli sonrasını şöyle anlatıyor: "Kuzey Irak'ın yeniden yapılanma sürecinde çok sayıda inşaatın mutfak, mobilya, dekorasyon işlerini yaptık. Ama bu iş, içimdeki sürekli icat çıkarmaya hazır ruhumu tatmin etmedi. Katma değeri daha yüksek üretim yapmalıyım. Cam, inşaatın olmazsa olmazlarından ve bu ülkede cam işleme fabrikası yoktu. Yanına alüminyum ve PVC işleme üniteleri de ekleyerek Erbil'de bir fabrikayı hayata geçirdik. Ahşap işleme, cam, alüminyum ve PVC tedariklerinde etkin bir şirket olduk. Ülkedeki önemli eksikliği giderdik."

Gözü kara bir girişimci olarak girdiği iş dünyasında yükselerek şirket sahibi olan Ümit Özalevli, bugün Erbil'in güçlü kadınlarından biri olmasının yanı sıra Kuzey Irak'ın ilk cam işleme fabrikasını kuran bir sanayici. Başarılı işlere imza atan kadınları görmenin kendisini mutlu ettiğini söylüyor. "Dünyanın her sektöründe kalite

"Kuzey Irak'ın yeniden yapılanma sürecinde çok sayıda inşaatın mutfak, mobilya, dekorasyon işlerini yaptık. Ama bu iş, içimdeki sürekli icat çıkarmaya hazır ruhumu tatmin etmedi."

detayda saklıdır ve en iyi detaycı kadındır. Türkiye, kadın cevheriyle dolu. Ancak cevher, mücevhere dönüşmediği sürece toprağın altında kalıyor" diye konuşuyor. Erbil'deki fabrikasındaki çalışanlarının Türk olmasına özen gösteren Özalevli, "İhtiyacımız olan ham maddeyi de Türkiye'den tedarik ederek ülke ekonomimize katkı sağlamaya çalışıyorum" diyor.

Erbil'de bulunan Jazan Grup, her ne kadar Mart ayından bu yana bölgede uygulanan katı önlemler nedeniyle üretimde zorluklar yaşasa da geleceğe yatırım yapmayı sürdürüyor. Bu dönem e-ticaret modeline geçen Grup, artık tüm siparişlerini dijital platformda müşterilerin hizmetine sunacak. Dijitalleşme çalışmalarına pandemi öncesinde başladıklarını belirten Özalevli, "E-ticaret, değişen dünya ticaret sisteminin olmazsa olmazlarından biri. Şirketimizin dijitalleşmesi, departmanlar arasındaki bilgi akışının kesilmemesini sağladı ve çalışmamızı iyileştirdi. Irak'ta çalışan, yatırım yapan, üreten ve ülkem Türkiye'nin ihracatına katkıda bulunmaya çalışan bir Türk kadını olmaktan gurur duyuyorum" diyor.



80

Fabrikada istihdam edilen kişi sayısı



10

MİLYON DOLAR

2019'da Türkiye'den yapılan ihracat

MINIMUM

15

MİLYON DOLAR

Türkiye'den 2020'de yapılacak ihracat hedefi

"BÜYÜK MÜCADELE VERDİM"

"Rahmetli babam devlet memuruydu. Ay sonunu zor getirdiği halde çocuklarının iyi yetişmesi için fedakarlıklar yaptı. Dürüstlüğü, çalışkanlığın, yardımlaşmanın her fırsatta aşılandığı bir ailede yetiştim. Çukurova Üniversitesi İngilizce İşletme bölümünü birincilikle bitirip master yapmaya başladım. Hedefimde akademik kariyer vardı. Tek kişilik asistan kadrosu açılınca başvurduğum. Okulu üçüncülükle bitiren bir erkek öğrenci de bu pozisyon için gönüllüydü. Hayatımdaki ilk fırsat eşitsizliğini burada yaşadım. Çünkü erkeğin kadından daha iyi olacağını düşünen hocalarımız benden taraf olmadı. Büyük mücadele verdim. Neticede diğer öğrenci de teklifini geri çekti, ben de. Ama bu durum benim çalışma azmimi daha da artırdı. Kadının erkekten daha az performans sergileyeceği şeklindeki yanlış inancı kırmak için özel sektöre geçtim. Birkaç yıl farklı işlerde deneyim kazanıp 2008 yılında kendi inşaat şirketimi kurdum."

İhracatçılar, YYS ile gümrük işlemlerinde maliyeti azaltabilir

SDL Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği'nin Yönetim Kurulu Başkanı, Yetkilendirilmiş Gümrük Müşaviri Umut Şedele, ihracatçıların, Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü'nü (YYS) kullanarak gümrük işlemlerinde verimi artırıp, maliyetleri azaltabileceğini söyledi.



İhracatçı şirketlere gümrükleme ve lojistik alanlarında; maliyet düşürücü ve zaman tasarrufu sağlayan çözüm önerileriyle katkıda bulunan SDL Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği, iş ortaklarının dönemselsel olarak gümrük işlemlerini denetleyerek ve önceki dönemlerde yapılan hataların tespitini yaparak, firmaların bu hataları minimize etmesi için

çalışmalar yürütüyor. Bu süreçte şirket çalışanlarının gümrük dış ticaret ve tedarik zinciri konularında farkındalıklarını artırmak amacıyla eğitim faaliyetleri de düzenliyor. Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü (YYS) başta olmak üzere; gümrük ve dış



ticaret danışmanlığı SDL Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği'nin hizmet alanlarını oluşturuyor.

İŞ YÜKÜ HAFİFLİYOR

Gümrük işlemlerinde verimi artırmak için güvenilir firmalara verilen bu

statü, gümrük işlemlerinde kolaylık ve imtiyazlar tanıyor. SDL Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği Yönetim Kurulu Başkanı Umut Şedele, YYS'yi şu cümlelerle anlatıyor: "Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü tanınan firmalar basitleştirilmiş uygulamalardan yararlanırken, gümrük idaresinin de iş yükü hafifliyor. Böylece hem

sektör hem de kamu tarafı prosedürler açısından derin bir nefes alıyor."

TOMRA MAKİNELERİ SAYESİNDE DAHA FAZLA İHRACAT YAPACAK

Beş ayrı fındık işleme tesisinde TOMRA ayıklama makineleri kullanan Durak Fındık, yeni teslim adlığı beş adet TOMRA NIMBUS BSI+ makinesi ile otomasyon gücünü artırıp, daha fazla ihracat yapacak.

İki yıl üst üste Türkiye'de fındık sektöründe ihracat ciro liderliğini koruyan Durak Fındık, ihracat talebine daha yüksek ürün sağlamak üzere otomasyon yatırımları ile hem kapasitesini



hem de gıda güvenliğini artırıyor. Fındık işleme için Tomra ayıklama makineleri ve teknolojilerinden faydalanan Durak Fındık, son teslim aldığı beş makine ile Tomra makinelerinin sayısını 28'e çıkarttı. Durak Fındık Yönetim Kurulu Başkanı Kadir Durak, şunları söyledi: "2006'dan bu yana TOMRA ayıklama makinelerini kullanıyoruz. TOMRA makinelerimiz ile aynı üretim seviyesini baz aldığımızda

manuel ayıklamaya göre yüzde 15'lik ek verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlıyoruz. Ürün kalitemizi de müşterilerimizin sıkı

kalite beklentilerini karşılamak üzere artırdığımızdan, TOMRA makineleri, bizler için ideal yatırım oluyor."

"ÖZEL YAZILIM KULLANIYORUZ"

Kabuklu yemiş üreticilerinin natürel ya da kavrulmuş tüm ürünlerin ayıklanmasında TOMRA Nimbus BSI+1 tercih ettiklerine değinen TOMRA Food Türkiye Satış Müdürü Ahmet



Koçyiğit; "BSI teknolojimiz, günümüzde kullanılan çoklu spektral kameraların geldiği son nokta. Sektördeki en geniş dalga boyunu patentli poligon ayna tekniğimiz sayesinde en yüksek tarama hızı ve çözünürlükte tanımlarken geliştirdiğimiz özel yazılım, benzersiz bir başarı ile ayıklamayı gerçekleştiriyor" açıklamasında bulundu.

Geleceği Güvenilirlikle Şekillendiriyoruz

Biz iş ortaklarımız ve çalışanlarımızla birlikte büyük bir aileyiz.
Birlikte büyümek, gelişmek ve katma değer yaratmak için çalışıyoruz.
Her koşulda iş ortaklarımızın yanındayız.



Maisonette güvenli bir koruma sağlıyor

Sanko Tekstil'in, Ar-Ge çalışmaları ile geliştirdiği inovatif ürünü "pamuklu yıkanabilir yüz maskesi", Maisonette markası ile satışa sunuldu.

Koronavirüs salgınında virüsten korunmak için zorunlu kılınan sosyal mesafe uygulamasının yanı sıra, dünya genelinde en önemli koruyucu kabul edilen yüz maskeleri hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldi. Maske üretiminde çığır açan Sanko Tekstil, www.maisonette.com.tr web sitesi üzerinden Maisonette markasıyla piyasaya sunduğu yıkanabilir pamuklu yüz maskesinin satışına başladı.

ÜRETİM BELGESİ VERİLEN İLK ŞİRKET

Sanko Holding bünyesinde faaliyet gösteren Maisonette markası ile satışa sunulan pamuklu yıkanabilir yüz maskeleri, rahat kullanım ve güvenli koruma sağlıyor. Organik pamuk içeren kumaşının



hem de doğaya zarar vermiyor. Maisonette pamuklu yıkanabilir yüz maskesi, Yeni Koronavirüs salgınına karşı alınan önlemlerle Türkiye'de TSE tarafından yapılan denetimler sonucu "TSE Covid-19 Güvenli Üretim Belgesi"

yüzde 98'i pamuk, yüzde 2'si elastan olan ve lateks içermeyen yüz maskeleri 15 defa yıkamaya kadar dayanıklılığıyla hem tasarruf sağlıyor

verilen ilk şirket olan Sanko Tekstil İşletmeleri'nde üretiliyor. Sektör inovasyonlarına liderlik yapan Sanko Tekstil İşletmeleri'nde, doğaya ve insana saygılı, karbon ayak izi düşük üretim gerçekleştiriliyor.



"Markalaşan KOBİ'ler e-ticarette dünyaya kolayca açılabilir"

Sosyal izolasyon dolayısı ile yaşanan karantina günleri e-ticaret alanında büyük bir rağbete yol açtı. Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz, küçük işletmelerin bu dönemde markalaşarak e-ticaret alanında büyük başarılarla imza atabileceğini belirtti.

Karantina dönemi nedeni ile tüm zamanların rekor satış rakamlarına ulaşan e-ticaret sektörü, KOBİ'ler için dünyaya açılma fırsatı sunuyor. Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz ekonomide yeni bir döneme girildiğini belirterek şunları söyledi: "E-ticaret sektörü markalaşmanın önemini yaşadığımız bu süreçte çok önemli bir hale geldi. KOBİ'lerimiz çalışma ve potansiyellerini, markalaşma yoluna giderek e-ticaret alanında çok daha iyi yerlere taşıma şansına sahip. Destek Patent olarak geçtiğimiz yıllarda bunun güzel örneklerini hayata geçirdik.

Ancak sınırlı sayıda idi ve şimdi bunların örneklerini artırma zamanı."

KOBİ'LERİN ŞANSI ÇOK YÜKSEK
Yamankaradeniz sözlerine şöyle devam etti: "Yeni dünya düzenine uyum sağlamanın ve hayatta kalmanın yolu teknolojiyi hayata entegre etmek ve tüketicinin ihtiyaçlarına duyarlı olmaktan geçiyor. Bu konuda yaratıcı zekâlarını kullanarak evden çalışmayı seçenlerin ve sürece hızlı adapte olabilen küçük işletmelerin şansı çok daha yüksek. İş hayatında yaratıcılığı işine adapte edebilenlerin dönemi başlıyor."



AHLATCI

KUYUMCULUK



Ordu OSB'deki firmaların yüzde 70'i ihracat yapıyor

Ordu'nun Altınordu ilçesinde 5 bin kişinin istihdam edildiği Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB) faaliyet gösteren firmaların yüzde 70'i ürünlerini ihraç ediyor.

Ordu'nun Altınordu ilçesinde Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren firmalar, salgın nedeniyle üretimlerine ara vermişlerdi. 1 Haziran itibariyle üretimlerine tekrar başlayan şirketlerin çarkları yeniden dönmeye başladı. 600 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren OSB 1992 yılında kuruldu. OSB'de fındık kırma fabrikalarının yanı sıra tekstil, ağaç, beton, gıda ve plastik gibi çeşitli ürünler imal eden 70 firma bulunuyor.

HEDEF YÜZDE 80'E ÇIKARMAK

Ordu OSB Yönetim Kurulu Başkan Vekili Murat Şimşek, faaliyet gösteren firmaların yüzde 70'inin ihracat yaptığını söyleyerek,



bu firmaların daha çok Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleri ile çalıştığını söyledi. Şimşek, hedeflerinin ihracat yapan firma sayısını yüzde 80'e

çıkarmak olduğunu belirterek, firmaların bunun için gerekli kapasiteye ve altyapıya sahip olduğunu ifade etti.

Yıl sonu ihracat hedefi 1 milyon dolar

Yüzde 100 Türk sermayeli, dünya çapında bir ticari istihbarat firması olarak 10 yıldır faaliyet gösteren TradeAtlas.com, firmalara ihracat hedeflerini gerçekleştirme yol gösterici olurken, yeni iş birlikleri ve yatırımlarıyla büyümeye de devam ediyor.



Ana faaliyet alanı dünyada gerçekleşen ithalatların belge kayıtlarını depolayarak, ihracatçı ve ithalatçı firmalara bu veritabanı üzerinden, ihtiyaçları olan türde veriyi arama imkanı sağlamak olan TradeAtlas.com bir ticari istihbarat firması. Ayrıca, sektörel yetkinliği sebebiyle sanal fuar ve heyet organizasyonları, ticari danışmanlıklar, eğitimler, sektörel raporlar gibi pek çok alanda da ilgili kurum ve kuruluşlara talepler doğrultusunda hizmet sunuyor.

İKİNCİ ÇEYREKTE YÜZDE 50 BÜYÜDÜ

Üyelik temelli hizmetleri dünya ölçeğinde talep gören TradeAtlas.com'un yurt içinde ve dünyanın 30 farklı ülkesinde üyeleri bulunuyor. Hem yurt içi hem yurt dışında üye firma ve talepte bulunan kuruluşlara ek çözümler sunmak adına bu yıl İspanya, Latin Amerika ülkeleri ve ABD'de temsilcilikler kuran firma, ilerleyen dönemde BDT ülkeleri, Kuzey Afrika ve Orta doğu'da ofisler açmayı planlıyor. Hizmet kalitesini artırmak adına Hindistan, İrlanda, İtalya, Kazakistan, Vietnam, Tayvan gibi ülkelerde de çözüm ortaklıkları geliştiriyor. 2020'nin ikinci çeyreğinde yüzde 50 büyümeye gerçekleştiren TradeAtlas'ın yıl sonu ihracat hedefi ise 1 milyon dolar. Türkiye'nin 2023 büyümeye hedefleri doğrultusunda hizmet ihracatı hedefi de 5 milyon dolar olarak açıklandı.



BETA TEA



Demokrasi ve Milli Birlik Günü

Tüm Şehitlerimize Allah'tan Rahmet Diliyoruz.



İnoksan, dünyayı mutfakları ile donatacak

Toplam cirosunun yüzde 40'ını ihracattan elde eden İnoksan 40. yılında dünyada önemli bir çıkış yapmaya hazırlanıyor. 25 bin metrekare kapalı alanda üretim yapan ve sektörde önemli paya sahip olan İnoksan'ı, Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık'tan dinledik.



2018 ve 2019 yılında; FHA Singapore, Gastropan Romanya, Gulfhost Dubai, Hotelex Shanghai, Hoteq Tahran, gibi birçok fuarlara katıldık. Fuarlara katılmaya devam edeceğiz” dedi.

Proje kanalında ise ağırlığı Afrika'nın gelişen ülkeleri olan Kenya, Etiyopya ve Nijerya'da yoğunlaştırmakla birlikte Mısır, Irak, Azerbaycan, Gürcistan, Özbekistan pazarlarında da güzel projeler hayata geçirmeyi planladıklarını dile getiren Vehbi Varlık son dönemde yurt dışında tamamlanan başarılı projelerinden şöyle söz ediyor: “Mercedes Benz Moskova Fabrika Mutfağı, Intercontinental Colombo, Four Points Sheraton Kosova, One Africa Place Kenya, Albatros Group of Hotels Mısır, Ark Hotel Juffair Bahrain, Glee Hotel Kenya, Tekfen Ministry of Taxes Bakü, Merit Hotel KKTC. Özbekistan'da son dönemde gerçekleştirdiğimiz Taşkent Hilton projesinden de bahsetmeliyim. Toplamda 2,5 milyon euroluk; ana mutfak, açık büfeler, çamaşırhane ve soğuk odaların komple yapıldığı projeyi yaklaşık 4 ay gibi kısa bir sürede teslim ettik.”

“ABD PAZARI DAHA ÖNEMLİ HALE GELDİ”

İnoksan 2020 yılında özellikle perakende kanalını daha da hızlandırmak istiyor. ABD, İngiltere, Almanya ve Rusya öncelikli hedef olacak şekilde bu pazarlardaki perakende satışlarını artırmak için çalışmalar yürüttüklerini belirten Varlık bu çalışmalardan şöyle söz ediyor: “Dünyanın diğer büyük bir gücü olan Çin Halk Cumhuriyeti'nde de ürünlerimizi satabilmek için gerekli Çin Standartlarını (CQC) belge çalışmalarını sonuçlandırdık. Bunun yanında 5 yıldır aktif olarak ABD de fuarlara katılıyoruz. ABD mutfak cihazları ithalatının yüzde 70 ini Çin'den yapıyor. Koronavirüsün de etkisiyle ABD bizim için daha da önemli bir pazar haline dönüştü.”



Endüstriyel mutfak sektöründe 40. yılını kutlayan İnoksan, dünya çapında sektörün önemli markaları arasında yer alıyor. İnoksan Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Vehbi Varlık, sektörde yenilikçiliği ve teknolojiyle örnek, sınırsız çeşidiyle 40 yıldır mutfağın kalbinde yer alan İnoksan'ın hikâyesini şu sözlerle anlatıyor: “1980 yılında küçük bir atölyede başlayan İnoksan, bugün uluslararası platformlarda yabancı markalar ile rekabet ediyor. 6 büyük ilde bölge müdürlüklerimiz, 50'ye yakın yurt içi yetkili bayi ve yurt dışında temsilcilerimiz bulunuyor. Ciromuzun her yıl yüzde 2'sini Ar-Ge'ye ayırıyoruz. Ar-Ge merkezimizde 2020 yılı içerisinde, biri TÜBİTAK çalışması olan 10 yeni projeyi daha hayata geçirmeyi hedefliyoruz.”

“İHRACATTAKİ CİROMUZU YÜZDE 60 ARTIRACAĞIZ”

2019'da 100'ü aşkın ülkeye ihracat yaptıklarını sözlerine ekleyen Varlık, “2020'den itibaren ihracat ciromuzu artırmayı hedefliyoruz. Bunun yanında üretimden satışların minimum yüzde 60'ını ihracattan elde etmek istiyoruz.

%2

Ar-Ge'ye cirosundan her yıl ayırdığı oran

100+

İhracat yaptığı ülke sayısı

“2020 yılından itibaren ihracat ciromuzu artırmayı hedefliyoruz. Bunun yanında üretimden satışların minimum yüzde 60'ını ihracattan elde etmek istiyoruz.”



TOMRA 3C – BAKLIYAT, TAHIL, ÇEKİRDEK VE KABUKLU YEMİŞ ENDÜSTRİSİ İÇİN ÜSTÜN VERİMLİLİK SAĞLAYAN YENİ AYIKLAMA ÇÖZÜMÜ

Optik ayıklamada dünya lideri olan TOMRA Food, bakliyat, tahıl, çekirdek ve kabuklu yemiş işleyicileri için en yüksek üretim kapasitesi, nihai ürün kalitesi ve rakipsiz yabancı madde ayıklaması sağlayan yeni TOMRA 3C makinesini sunuyor. Uygun ilk yatırım maliyeti ile de avantaj sunan TOMRA 3C, bu zamana kadar kanal tipi makinalarda ayıklanması mümkün olmayan zorlu yabancı maddeleri en yüksek başarı ve minimum kayıpla ayıklıyor. Ayrıca renk ve şekil kusurları olan ikinci kalite ürünleri de beklentileri en üst noktada karşılayacak şekilde algılıyor.



Kimya ihracatı 5 ayda 7 milyar doları aştı

Mayısta geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 39,1 azalarak 1 milyar 180 milyon dolara gerileyen kimya ihracatı, yılın ilk 5 ayında 7 milyar 233 milyon dolar olarak gerçekleşti.

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İKMİB) açıklamasına göre, kimya sektörünün ihracatı, yılın ilk 5 ayında 7 milyar 233 milyon dolar olarak gerçekleşti. Mayısta 74,4 milyon dolarla en çok Hollanda'ya ihracat yapılırken, bu ülkeye en çok "mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünler", "plastikler ve mamulleri", "muhtelif kimyasal maddeler", "anorganik kimyasallar" ve "uçucu yağlar, kozmetikler ve sabun" ihraç edildi. Ocak-mayıs döneminde en çok kimya ihracatı yapılan ülkeler Hollanda, Almanya, İtalya, Irak, ABD, İspanya, İngiltere, Mısır, Belçika ve İsrail olarak sıralandı.

"TÜM OLUMSUZLUKLARA RAĞMEN İKİNCİLİĞİMİZİ KORUYORUZ"

Açıklamada görüşlerine yer verilen İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, otomotiv, hazır giyim ve benzeri diğer sektörlerle bakıldığında, kimya sektörünün salgından daha az etkilendiğinin görüldüğünü bildirdi. Tüm olumsuzluklara rağmen ikinciliği koruduklarını vurgulayan Pelister, "Türkiye'nin toplam ihracatında mayısta yüzde 40,9 düşüşü de göz önüne aldığımızda, ortalamanın üzerinde bir başarıya sahip olduğumuzu söyleyebiliriz" ifadesini kullandı.



DAİB 165 ÜLKEYE ÜRÜN GÖNDERDİ

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) verilerine göre, Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği'ne (DAİB) üye firmalarca yapılan ihracat, yılın beşinci ayında 130 milyon 648 bin dolar olarak gerçekleşti.

Geçen yılın mayıs ayında 186 milyon 335 bin dolar ihracat yapan Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği'nin (DAİB) bu yılki mayıs ayı ihracatı, yüzde 29,89 oranında düşüşle 130 milyon 648 bin dolar olarak kayıtlara geçti. TİM ve DAİB verilerinden yapılan derlemeye göre, mayıs ayında birliğe üye firmalar tarafından 165 ülke ve bölgeye ürün gönderildi. Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği'nin Mayıs ayında kayda aldığı sanayi ürünleri ihracatı 103 milyon 380 bin dolar, tarım ürünleri ihracatı 23 milyon 297 bin dolar olarak



gerçekleşti. Madencilik sektörünün ihracatı ise; 3 milyon 808 bin dolar oldu.

EN FAZLA İHRACAT İRAK'A YAPILDI

Birliğin mayıs ayı ihracatı ülkelere göre değerlendirildiğinde, 31 milyon 115 bin dolar ile ilk sırada Irak yer aldı. Bu ülkeyi 11 milyon 887 bin dolar ile Azerbaycan-Nahçıvan, 11 milyon 015 bin dolar ile Almanya, 4 milyon 813 bin dolar ile Romanya, 4 milyon 050 bin dolar ile Kırgızistan takip etti.

İstanbul'dan mayısta 487 milyon dolarlık ihracat

İstanbul İhracatçı Birlikleri, mayıs ayında 487 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirdiklerini açıkladı.

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB), mayısta 487 milyon doların üzerinde ihracat yaptı. İİB'den yapılan açıklamaya göre, mayısta ihracatı 487 milyon doları aşan İİB, ilk çeyrekte 155 ülke pazarına ürün sattı. İİB'nin Türkiye'nin genel ihracatındaki payı yüzde 5,4 oldu. İİB, mayısta, değer bazında en fazla ihracatı 46 milyon dolarla Irak'a yaparken, bu ülkeye en çok mobilya, kağıt ve orman ürünleri, kümes hayvanları, hayvansal mamuller satıldı.

“TÜRKİYE, BU ZORLU SÜREÇTEN GÜÇLENEREK ÇIKACAK”

Konuyla alakalı açıklamada bulunan İİB Koordinatör Başkanı Muhsin Çakıcı, salgın nedeniyle yaşanan ekonomik sarsıntılara rağmen ihracatı sürdürdüklerini belirterek, mayısta Irak'a 46 milyon dolar, Kanada'ya 40,5 milyon dolar ve Almanya'ya 33 milyon dolar ihracat yapıldığını bildirdi. En fazla ihracatı 121 milyon dolarla Orta Doğu ülkelerine yaptıklarını aktaran Çakıcı, şunları kaydetti: “Türkiye'nin ekonomisi için biz ihracatçılar bir an bile durmadan çalışmaya, üretmeye devam ediyoruz. Salgın sürecinde dijital pazarlama yöntemleri üzerine düşünmeye ve bunlara ağırlık vermeye başladık. Bu zorlu süreçten Türkiye'nin, ihracatta daha da güçlenerek çıkacağını düşünüyoruz. Normalleşme sürecine girdiğimiz ve bu sürecin sektörlerimize olumlu etkilerinin görülmeye başladığı haziran ayında, ihracatımızda artış öngörüyoruz.”



AHKİB ortak talep havuzuyla sipariş kaptırmayacak

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Başkanı Gürkan Tekin, pandeminin etkilerinin azaldığı mayıs ayında geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 13 artış sağlayarak, 33,2 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini belirtti.



Türkiye'de en çok istihdam sağlayan iş kolları arasında yer alan hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün mayıs ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 48,2 düşüşle 840,2 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğini söyleyen Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB) Başkanı Gürkan Tekin, söz konusu ayda AHKİB'in yüzde 13'lük artış yakalayıp, 33,2 milyon dolar dış satım başarısı gösterdiğini bildirdi.

“KAYIPLARI HIZLI TELAFİ EDECEĞİZ”

Salgının yaşattığı kayıpları daha hızlı telafi etmek için 'Ortak Talep Havuzu' oluşturacaklarını ifade eden Başkan Tekin, “İhracat pazarlarımızdan gelen talepleri toplulaştırıp, alıcı ile satıcıyı aynı platformda buluşturacağız. Bu sayede üretimde yoğunluk yaşayan firmaların karşılayamadığı yeni siparişleri, programı uygun olan diğer üyelerimizin almasına fırsat tanıyarak gelen siparişleri başka ülkelere kaptırmayacağız” dedi.

Hava kargoda indirim bekliyor

Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinden yüksek düzeyde yaş meyve ve sebze siparişleri aldıklarını belirten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdat Sin, talebe hızlı yanıt vermek için hava kargo ücretlerinde indirim beklediklerini söyledi.



talebe hızlı yanıt vermek için hava kargo ücretlerinde indirim beklediklerini söyledi.

POLONYA'YA İHRACAT YÜZDE 747 ARTTI

Yaş meyve sebze sektörünün salgını fırsata çevirdiğini vurgulayan Başkan Sin, "İhracatçılarımız krizi iyi yöneterek, Avrupa ülkeleri ve Bağımsız Devletler Topluluğu pazarlarından gelen yoğun talepleri karşılayıp, küresel ekonomide pandeminin etkilerinin devam ettiği bu dönemde de yaş meyve sebze ihracatını artırma başarısını gösterdi. Mayıs ayında en fazla ihracat artışı yakaladığımız ülke yüzde 747 artış ile Polonya oldu. Bu ülkeyi yüzde 130 artış ile Belçika, yüzde 104 artış ile Gürcistan takip etti. Makedonya, Ukrayna, Romanya ve Hollanda'ya yaptığımız ihracatta da dikkat çeken artışlar elde ettik" diye konuştu.

Türkiye'nin mayıs ayı yaş meyve sebze ihracatını değerlendiren Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Nejdat Sin, mayıs ayında 244 bin ton ürünü dış pazarlara ulaştırıp, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 13 artışla 159,5 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini bildirdi. Türkiye

genelinde sektörün koordinatörlük ve sekreteryaya hizmetlerini yürüten Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği'nin aynı dönemde 111 bin ton ürün satıp, yüzde 6 artış yakalayarak 62 milyon dolar ihracat rakamına ulaştığını belirten Başkan Sin, Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinden son süreçte yüksek sipariş aldıklarını ifade ederek,

MAYISTA EN FAZLA İHRACATI OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ YAPTI

Otomotiv endüstrisi, mayıs ayında 1 milyar 202 milyon 942 bin dolarla en fazla ihracat gerçekleştiren sektör oldu.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, otomotiv endüstrisi, mayıs ayında 1 milyar 202 milyon 942 bin dolarlık ihracata imza attı. Otomotiv endüstrisini, 1 milyar 177 milyon 318 bin dolarla kimyevi maddeler ve mamulleri, 840 milyon 203 bin dolarla hazır giyim ve konfeksiyon takip etti. Mayıs ayında en fazla ihracat artışı yüzde 13,4 ile yaş meyve ve sebze sektöründe gerçekleşti. Türkiye'nin toplam ihracatının geçen ay yüzde 71,5'ini gerçekleştiren sanayi grubunda yüzde 45,2'lik azalışla 7 milyar 120 milyon 709 bin dolarlık ihracat yapıldı.

MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE DÜŞÜŞ VAR

Söz konusu dönemde, toplam ihracatın 15,9'unu oluşturan tarım grubunda yüzde 21,4'lük düşüşle 1 milyar 581 milyon 57 bin dolarlık, toplam ihracattan yüzde 2,7 pay alan madencilik grubunda yüzde 40,5'lik azalışla 272 milyon 798 bin dolarlık ihracat yapıldı.



Güneydoğu'dan 5 ayda 184 ülkeye 3,2 milyar dolar ihracat

GAİB Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci, yılın beş aylık döneminde 184 ülkeye 3 milyar 225 milyon 925 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdiklerini bildirdi.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

Koordinatör Başkanı Ahmet Fikret Kileci, 2020 yılı ocak-mayıs dönemi ihracat rakamlarını değerlendirdi. Yılın ilk beş aylık döneminde Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden 184 ülkeye toplam 3 milyar 225 milyon 925 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilirken aynı dönemde Gaziantep'ten 2 milyar 800 milyon 925 bin dolarlık dış satım yapıldığını aktaran Kileci, "Mayıs ayında ise Gaziantep'in ihracatı yüzde 29,2 azalışla 483 milyon 745 bin dolar, bölgemizin ihracatı yüzde 29 azalışla 568 milyon 810 bin dolar olarak gerçekleşmiştir" ifadesini kullandı.

ORTA DOĞU ÜLKELERİ İLK SIRALARDA YER ALIYOR

Bölge ihracatında Orta Doğu ülkelerinin yüzde 41,7 payla ilk sırada yer aldığını bildiren Kileci, Irak, ABD, Suudi Arabistan, Suriye, İngiltere, Almanya, İtalya, İsrail, Libya ve Venezuela'nın bölge ihracatında başı çektiğini kaydetti. Kileci, makine halıları, pastacılık ürünleri, kumaşlar, plastikler ve mamulleri, iplikler, değirmencilik ürünleri, bitkisel yağlar, ağaç ve orman ürünleri, dış giyim ile demir-çelik mamullerinin en çok ihracatı gerçekleştirilen ürünler olduğunu belirtti.



AKİB, üretim ve ihracatta yılın ikinci yarısına odaklandı

Koronavirüs salgınının küresel ticaretteki etkilerinin her geçen gün azaldığını belirten AKİB Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, "Yılın ikinci yarısında hem üretim hem de ihracat rakamlarının daha olumlu bir seyir izleyeceğine inanıyoruz" dedi.



Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Huriye Yamanyılmaz, Mayıs ayında toplamda 650,7 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiklerini söyledi. Mayıs ayında AKİB'in Birleşik Devletler'de yüzde 33, Romanya'da yüzde 18, Belçika'da yüzde 17 oranında ihracat artışı yakaladığını da kaydeden Yamanyılmaz, "Koronavirüs salgınının küresel ticaretteki etkileri her geçen gün azalıyor. Haziran ayından itibaren çarkların daha hızlı döneceğine, yılın ikinci yarısında hem üretim hem de ihracat

rakamlarının daha olumlu bir seyir izleyeceğine inanıyoruz" dedi.

AKİB'İN 5 AYLIK İHRACATI 4,4 MİLYAR DOLAR

AKİB'in 2020 yılı ocak-mayıs döneminde 4 milyar 445 milyon dolar ihracat gerçekleştirdiğini, birliğin son 12 aylık ihracatının ise 12 milyar 47 milyon dolar olduğunu belirten Yamanyılmaz, ihracat pazarlarında pandemi kaynaklı daralmalara rağmen Mayıs ayında birliklerine 197 yeni ihracatçının katıldığını ve toplam üye sayısının 16 bin 731'e ulaştığını kaydetti.

Mobilya ihracatında kara bulutlar dağılıyor

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Onur Kılıçer, hükümetin desteği sayesinde ihracatçının gücünü koruduğunu belirtti.

Dünyayı sarsan koronavirüs salgını nedeniyle gerileyen ihracatta, normalleşme ile birlikte kara bulutların dağılmaya başladığının ipuçları görülüyor. Akdeniz Mobilya Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (AKAMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Onur Kılıçer, "Hükümetin desteği sayesinde iç piyasada hareketlilik bekliyoruz. Talebin gelmesiyle ihracata kaldığımız yerden devam edeceğiz. Habur ve Gürbülak sınır kapılarının açılmasıyla özellikle Irak, Orta Doğu ve Afrika pazarına ihracatımız artacaktır. Fas ve Tunus başta olmak üzere Kuzey Afrika'da şimdiden yeni bağlantılar yapılmaya başlandı" dedi.

İHRACATTA YENİ BAĞLANTILAR BAŞLADI

Mayıs ayında yapılan açıklamada ihracatın geçen yılın aynı ayına göre

yüzde 40 azalışla 43 milyon dolar olarak gerçekleştiğini belirten Onur Kılıçer, buna karşın normalleşmeyle birlikte ihracatta yeni bağlantıların da başladığı müjdesini verdi. Kılıçer, "Mayıs ayında sadece defne, adaçayı ve mantar tarzi bitkilerin bulunduğu orman tali ürünleri ihracatında artış yaşandı. Mayıs ayında ihracatını yüzde 47 artıran orman tali ürünleri sektörü, 4,5 milyon dolarlık ihracat ile birliğin toplam ihracatından yüzde 10 pay aldı. Birliğimizin ana ihraç ürünü mobilyada



ise koronavirüs etkisiyle Mayıs ayında da ihracat kaybı yaşadık. Ancak, ihracatın yeniden artacağına yönelik sinyaller gelmeye başladı" şeklinde konuştu.

UİB'in Mayıs ayı ihracatı 1 milyar doların üzerinde

Uludağ İhracatçı Birlikleri, Mayıs ayında 1 milyar 220 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin (UİB) Mayıs 2020 ihracat rakamları açıklandı. Mayıs ayındaki ihracatı, 1 milyar 220 milyon 454 bin dolar seviyelerinde olan UİB'in, geriye dönük 12 aylık dönemdeki ihracat tutarı ise 27,2 milyar dolar olarak gerçekleşti. Mayıs ayında 1 milyar 28 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği'nin (OİB), geriye dönük 12 aylık performansı ise 23,1 milyar dolar olarak açıklandı. Otomotiv endüstrisi geçen yılın aynı ayına göre yüzde 57 kayıp yaşadı. Endüstrinin 5 aylık kaybı ise, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 34 gerileme ile 7,7 milyar dolar oldu.

UTİB İHRACATI MAYISTA 44,3 MİLYON DOLAR

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) ise, Mayıs ayında 44,3 milyon dolarlık ihracata imza attı. UTİB'in geriye dönük 12 aylık dönemdeki ihracatı 1 milyar 21 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşti. Mayıs ayında 34,5 milyon dolar ihracat gerçekleştiren Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (UHKİB), geriye dönük 12 aylık ihracatı ise 614,2 milyon dolar olarak açıklandı.



Ege'den mayısta 793 milyon dolarlık ihracat

Ege İhracatçı Birlikleri'nin mayıs ayı ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 39 gerileyerek 793 milyon dolar oldu.

Ocak-mayıs döneminde 4 milyar 859 milyon dolarlık ihracata imza atan Ege İhracatçı Birlikleri, son 1 yıllık dönemde 12 milyar 511 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Ege İhracatçı Birlikleri'nin kayda aldığı ihracat verilerine göre, mayıs ayında EİB üyelerinin sanayi ürünleri ihracatı 380 milyon dolar, tarım sektörlerinin ihracatı 344 milyon dolar, madencilik sektörünün ihracatı ise 68 milyon dolar oldu. Mayıs ayında en çok ihracat gerçekleştiren ilk 3 il; 3 milyar 822 milyon dolarla İstanbul, 626 milyon dolarla Kocaeli ve 589 milyon dolarla İzmir.

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER ZİRVEYİ KORUYOR

Ege Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği 80 milyon dolarlık ihracatla birinci sırada, Ege Maden



İhracatçıları Birliği ise 68 milyon dolarla ikinci sırada yer alıyor. Üçüncü sırada ise 67 milyon dolarla Ege Tütün İhracatçıları Birliği ve Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri İhracatçıları Birliği var. Yaş meyve sebze ihracatı

yüzde 32'lik artışla 20 milyon dolara yükselirken, meyve sebze mamulleri ihracatı ise 39 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği toplamda 59 milyon dolarlık ihracata imza attı.

BURSA, MAYISTA TÜRKİYE'NİN İKİNCİ BÜYÜK İHRACATÇISI

Bursa, mayıs ayında geçen yılın aynı ayına göre ihracatta yüzde 60'lık kayıp yaşadı. Yılın ilk 5 ayında yapılan ihracatta yaşanan gerileme ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 28,70 oldu. Bu dönemde Bursa'dan 4 milyar 579 milyon dolarlık ihracat yapıldı.

Pandemi nedeniyle Bursa ihracatında yaşanan daralma mayıs ayında da etkisini gösterdi. Nisan ayında yüzde 64 gerilemeyle 437 milyon dolar olan aylık ihracat, mayıs ayında yüzde 60 kayıpla 575 milyon dolar olarak gerçekleşti.

LOKOMOTİF SEKTÖR OTOMOTİV

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre yılın 5 ayında Bursa'nın ihracatındaki gerileme geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 28,70 oldu. Bursa'nın 5 aylık ihracatı 4 milyar 579 milyon dolar olarak gerçekleşti. Açıklanan verilerle Bursa, Türkiye'nin İstanbul'dan sonra ikinci büyük ihracatçı kenti kimliğini korudu. Bursa'nın lokomotif sektörü otomotiv endüstrisindeki



gerileme, mayıs ayında yüzde 67 oldu. 5 aydaki toplam gerileme ise yüzde 32,32 ile 2.3 milyar dolar olarak gerçekleşti. Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe mayıs ayı kaybı yüzde 66,61 olurken, 5 aylık

gerileme yüzde 32'yi buldu. Tekstil sektöründe ise mayıs ayındaki düşüş yüzde 64,22, 5 aylık gerileme ise yüzde 32,22 oldu. Sektörün 5 aylık toplam ihracatı 325 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Yat kiralayıp gezebileceğiniz izole koylar

Normalleşme süreciyle birlikte yerli ve yabancı turistlerin tatil seçenekleri arasında yat kiralayıp koyları gezmek ilk sırada yer alıyor. 1 Haziran itibarıyla açıklanan tedbirler doğrultusunda ticari faaliyetlerine yeniden başlayan ticari yat turizmi, iş hayatının stresinden uzaklaşmak isteyen çocuklu ailelere de iyi bir fırsat sunuyor.

Salgın nedeniyle geleneksel tatil anlayışı da değişmiş durumda. Birçok kişi tatil döneminde ailesiyle beraber ne yapacağını düşünmeye başladı. Hem yurt dışına seyahat kısıtlamaları hem de hijyen endişeleri birçok kişiyi farklı arayışlara itti. İş hayatının stresinden biraz olsun uzaklaşmak isteyenler için yat kiralama seçeneğiyle Ege ve Akdeniz'in koylarını keşfetmek iyi bir alternatifte dönüştü. Böylece sevdiğinizle beraber daha izole bir tatil yapabileceğiniz olacak.

ÖZEL YATIN AVANTAJLARI

Özel bir yat ile istediğiniz zaman güzel bir koyda manzara değişikliği yapabileceğinizi unutmayın. Ayrıca, eğitilmiş yat personeli ve kaptanı ile ilginç yerleri ziyaret edebilir, yeni ve farklı bir deneyim yaşayabilirsiniz. Yat kiralayarak, kaliteli ve özel zaman geçirebilirsiniz. Sınırsız sayıda etkinliğe aile üyelerinizle birlikte katılabilirsiniz. Kalabalığa karışmadan yapabileceğiniz çok güzel etkinlikler mevcut. Mesela, balık tutabilir veya dalabilirsiniz. Jetski, Kano, wakeboard gibi su sporlarını yapabilirsiniz. Ailenizle beraber bir film seyrederek, akşam yemeği yiyebilirsiniz.

Yatta gezebileceğiniz sessiz, huzur dolu ve yazın tadını çıkarabileceğiniz bu harika koyları sizlere rehber olabilmesi için tanıtmak istedik.

FETHİYE - KELEBEKLER VADİSİ

Fethiye'nin Faralya Köyü'ndeki Kelebekler Vadisi, tam bir doğa harikası. Birçok kelebek türüne ev sahipliği yapan vadi, etrafta uçan rengârenk kelebekleri ve muhteşem konumu ile sizleri kendisine hayran bırakacak. Burada denize girebiliyorsunuz ve denizi son derece temiz ve sakin. Kelebekler Vadisi'nde koy turları oldukça meşhur. Şövalye Adası, Samanlık, Hillside, Akvaryum, Dalyan, Kızılada ve Çalış Plajı'nı kapsayan pek çok tura katılabilirsiniz. Kelebekler Vadisi, trekking ve tırmanış için de oldukça uygun.



Fethiye - Kelebekler Vadisi

KAŞ - KAPUTAŞ KOYU

Akdeniz'in güzel koylarından biri olan Kaş - Kaputaş Koyu'nun en önemli özelliği, Maldivleri kışkırtan güzellikteki ve berraklıktaki denizi. Akdeniz ikliminin bütün özelliklerini sergileyen bu koya gelinebilecek en ideal saat sabah saatleri. Bu koya yolculuğunuz sırasında bol miktarda balık yakalama şansınız da olacak.

MARMARİS - HİSARÖNÜ KOYU

Marmaris'ten 20 kilometre mesafede yer alan Hisarönü Koyu, kalabalıktan uzaklaşıp stresten arınmak isteyen ailelerin uğrak yerlerinden biri. Koy, son yıllarda dünyanın dört bir yanından gelen turistlere de ev sahipliği yapıyor. Trekking ve kamp gibi aktiviteler için de uygun. Havaasının nemsiz ve tertemiz olması nedeniyle, koyun astım ve kalp rahatsızlığı olanlara iyi geldiği söyleniyor.



Kaş - Kaputaş Koyu



Marmaris - Hisarönü Koyu



MUĞLA - KLEOPATRA KOYU

Muğla'daki Kleopatra Koyu'nun etrafı ağaçlarla çevrili, denizi berrak ve irili ufaklı adalarla süslü. Bu koy, her yıl binlerce yerli ve yabancı turist'in akınına uğruyor. Bölge, altın sarısı kumsalı ve denizi ile meşhur. Kleopatra'nın da

burada yüzdüğüne inanılan çok orijinal ve muhteşem bir plaj mevcut. Denizin ve kumsalın tadını çıkararak aynı zamanda piknik ve gezi eğlencesi yapabilirsiniz.

İZMİR - DOLUNGAZ KOYU

Dolungaz Koyu, İzmir ilinin Karaburun ilçesi sınırları içerisinde yer alıyor. Karaburun'un kuzey sahil kesimlerinde bulunuyor. İzmir şehir merkezinden yaklaşık 105 kilometre uzaklıkta yer alan Dolungaz Koyu'nun, etrafı kayalıklarla ve ormanlık ağaçlarla çevrili. Karaburun'un en sakin, sessiz ve doğa ile baş başa vakit geçirilen yerlerinden. Denizi oldukça temiz ve sahili ise çakıl taşlarından oluşuyor.

ANTALYA - ADRASAN KOYU

Adrasan, Antalya'nın en önemli tekne-yat turları merkezinden biri. Bu popüleritede plajlarının Maldivlere benzetilmesinin ve çok popüler olan Suluada tekne turlarının da etkisi var. Adrasan'dan Suluada tekne turları dışında Kemer yönünde yer alan cennet



Kastamonu - Gideros Koyu

koylara da tekne turu düzenleniyor. Bu koylar sırası ile Akseki Koyu, Korsan Koyu (Çoban Limanı), Sazak Koyu, Yalancı Koy ve Porto Ceneviz Koyu.

KASTAMONU - GİDEROS KOYU

Tatilciler tarafından çok fazla bilinmese de yatçıların en sevdiği yerlerden biri. Karadeniz’de sular hırçın bilinir ama Gideros Koyu tam aksine bir göl kadar durgun. Koya karadan da ulaşmak mümkün. Sessiz, sakin ve doğa ile iç içe bir tatil için vazgeçilmez bir yer. Bu koyda, yeşil ve maviyi bir arada görebilirsiniz.

DATÇA - OVABÜKÜ KOYU

Palamutbükü limanının doğusunda, güneye doğru uzanan Adatepe Burnu’nun kuzeydoğusunda, çok güzel bir manzaraya sahip Ovabükü yer alıyor. Ovabükü, geniş bir koy olması ile birlikte Akdeniz’e de açılıyor. Dolayısıyla açık deniz ferahlığına sahip. Datça merkeze 15 kilometre uzaklıkta, çocuklu aileler için güven veren bir konumda olan ve denizin güzelliği ile insanların hayran kaldığı koylarından biridir.

ÇANAKKALE - SUVLA KOYU

Ege Denizi’nin Gelibolu Yarımadası yakınlarında ve Saros Körfezi’nin güneyinde bulunan Suvla Koyu, gezilip görülmeye değer bir yer. Suvla Koyu’nun Çanakkale Savaşı sırasında da önemli bir yeri var. Tarihi yapısından çok doğal güzellikleriyle biliniyor. Bu koy Türkiye’nin en büyük ve en güzel havuzu olarak da anılıyor. Mavilik ve yeşillik bir arada. Muazzam sahilde; deniz, kum ve güneşin keyfini yaşayabilirsiniz. Koya, yaz aylarında çok sayıda yerli ve yabancı turist akın ediyor.

İZMİR - BADEMLİ KOYU

Bademli Köyü, İzmir’in Dikili ilçesine 10 kilometre mesafede yer alıyor. Bademli Köyü’ndeki deniz, koylar, doğa ve manzara bir gelenin yeniden gelmesi için yeterli. Bademli Köyü’nün koylarının keşfedilmemiş olmasının nedenlerinden biri, bölgeye ulaşımın zorluğu. Eğer özel

Yat kiralayarak koylarda kaliteli ve özel zaman geçirebilirsiniz. Sınırsız sayıda etkinliğe aile üyelerinizle birlikte katılabiliyorsunuz. Kalabalığa karışmadan yapabileceğiniz çok güzel etkinlikler mevcut.

aracınız yoksa, bölgeye ulaşmakta zorlanabilirsiniz. Killik Koyu, Bademli Köyü çevresinde denize girilebilecek en özel bölgelerden biri. Burada sizi huzurun doruklarına çıkaracak harika bir deniz var. Zindancık Koyu, kalabalıktan uzakta rahatça denize girebileceğiniz noktalardan bir başka Bademli sunağı. Koy, hayli küçük bir alanda yer alıyor ve güzel bir keşif noktası olarak sizi bekliyor.



YABANCILARIN TÜRK KOYLARINA İLGİSİ BÜYÜK

Yabancı turistlerin Türkiye’deki koylara çok büyük bir ilgisi var. Dünyanın birçok ülkesinden gelen insanlara, plajlarda ve koylarda rastlamak mümkün. İngiltere’nin en saygın gazetelerinden The Telegraph ve Amerikan New York Times gazetesi editörleri de her yıl Türkiye’de deniz tatili yapılacak ve koyları gezilecek yerleri belirliyor. Çeşme’deki Ayayorgi ve Delikli Koyu, Kalkan’daki Fırnaz Koyu, Dalyan’daki İztuzu Koyu en popüler yerler olarak göze çarpıyor. Bu yerlerde kalabalıktan uzak ve sessiz sakin bir tatil geçirebiliyorlar. Bodrum’a da yabancıların yoğun bir ilgisi mevcut. Muğla’da tapu alan yabancı sayısı 20 bini geçmiş durumda. Cennet Koyu yabancıların en yoğun ilgi gösterdiği yerlerden.

TÜRKİYE'NİN 2020 MAYIS AYINDAKİ İHRACATI BİR ÖNCEKİ AYA GÖRE %10,84 ARTIŞ İLE 9,964 MİLYAR DOLAR OLDU.

2020 MAYIS AYINDAKİ İTHALAT 13,4 MİLYAR DOLAR OLDU.

2020 MAYIS AYINDA 1,117 ŞİRKET İHRACAT AİLESİNE EKLENDİ.

İHRACATA YENİ BAŞLAYAN 1,117 ŞİRKET, MAYIS AYINDA 83,3 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ.

EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE (MİLYON \$)

2020 Mayıs ayında en fazla ihracat yapılan ülke 852 milyon dolar ile Almanya oldu. Almanya'yı 534 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 504,6 milyon dolar ile Irak izledi.

ABD
497,3

HOLLANDA
308,3

ALMANYA
852

İSPANYA
255

İTALYA
373,6

İRAK
504,6

FRANSA
402,5

İSRAIL
260

BELÇİKA
253,7

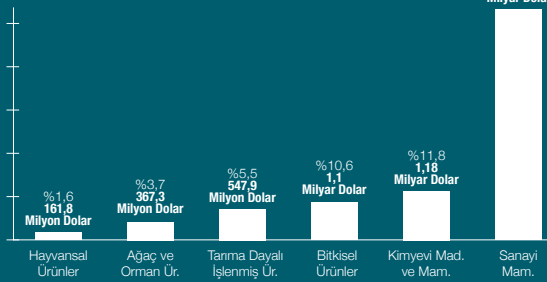
BİRLEŞİK KRALLIK
534

ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY

Sanayi: %79,34
Tarım: %17,62
Maden: %3,04



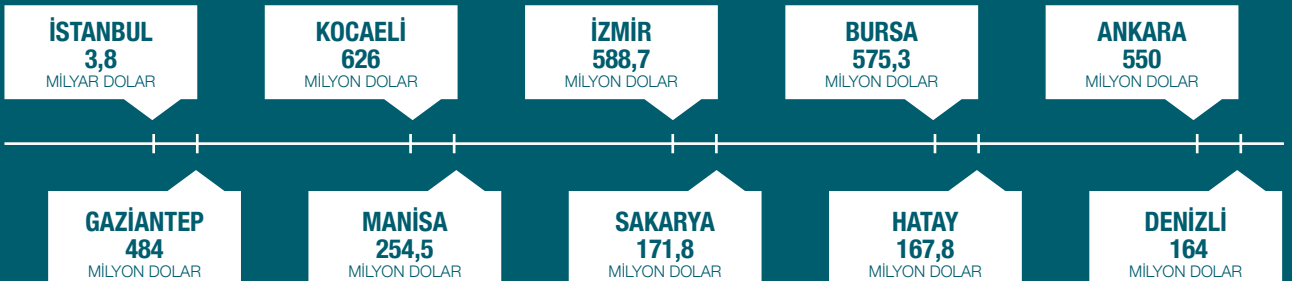
ANA ÜRETİM GRUPLARININ 2020 MAYIS AYINDA İHRACATTAN ALDIĞI PAY



2020 MAYIS AYI İHRACATINDA EN DİKKAT ÇEKİCİ ARTIŞI YAPAN İL



İLLERE GÖRE 2020 MAYIS AYINDAKİ İHRACAT DAĞILIMI



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

SEKTÖRLER	1 - 31 MAYIS				1 OCAK - 31 MAYIS			
	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)	2019	2020	Değişim ('20/'19)	Pay(20) (%)
I. TARIM	2,011,074	1,581,057	-21.4	15.9	9,578,347	9,367,595	-2.2	15.2
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,253,631	1,052,007	-16.1	10.6	6,180,879	6,388,991	3.4	10.4
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	590,709	500,274	-15.3	5.0	2,900,467	2,904,535	0.1	4.7
Yaş Meyve ve Sebze	140,745	159,560	13.4	1.6	762,616	915,368	20.0	1.5
Meyve Sebze Mamulleri	138,481	100,361	-27.5	1.0	639,288	665,339	4.1	1.1
Kuru Meyve ve Mamulleri	117,731	74,366	-36.8	0.7	580,537	515,230	-11.2	0.8
Fındık ve Mamulleri	132,553	120,816	-8.9	1.2	701,279	874,921	24.8	1.4
Zeytin ve Zeytinyağı	27,920	19,922	-28.6	0.2	141,648	121,837	-14.0	0.2
Tütün	96,526	69,794	-27.7	0.7	395,053	341,812	-13.5	0.6
Süs Bitkileri ve Mam.	8,965	6,914	-22.9	0.1	59,989	49,949	-16.7	0.1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	230,803	161,708	-29.9	1.6	1,117,779	945,857	-15.4	1.5
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	230,803	161,708	-29.9	1.6	1,117,779	945,857	-15.4	1.5
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	526,641	367,342	-30.2	3.7	2,279,689	2,032,747	-10.8	3.3
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	526,641	367,342	-30.2	3.7	2,279,689	2,032,747	-10.8	3.3
II. SANAYİ	12,998,081	7,120,709	-45.2	71.5	59,053,799	45,686,581	-22.6	74.1
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1,184,561	547,890	-53.7	5.5	5,306,004	3,962,659	-25.3	6.4
Tekstil ve Hammaddeleri	786,344	369,134	-53.1	3.7	3,519,906	2,580,769	-26.7	4.2
Deri ve Deri Mamulleri	162,501	61,365	-62.2	0.6	743,373	530,288	-28.7	0.9
Halı	235,716	117,391	-50.2	1.2	1,042,725	851,602	-18.3	1.4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1,933,606	1,177,318	-39.1	11.8	8,718,080	7,216,726	-17.2	11.7
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1,933,606	1,177,318	-39.1	11.8	8,718,080	7,216,726	-17.2	11.7
C. SANAYİ MAMULLERİ	9,879,914	5,395,501	-45.4	54.2	45,029,714	34,507,196	-23.4	56.0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,621,098	840,203	-48.2	8.4	7,624,724	5,634,864	-26.1	9.1
Otomotiv Endüstrisi	2,753,078	1,202,942	-56.3	12.1	13,124,754	8,778,684	-33.1	14.2
Gemi ve Yat	53,979	58,173	7.8	0.6	435,648	412,236	-5.4	0.7
Elektrik Elektronik	1,041,385	671,842	-35.5	6.7	4,656,916	3,811,472	-18.2	6.2
Makine ve Aksamları	780,365	432,330	-44.6	4.3	3,324,961	2,772,966	-16.6	4.5
Demir ve Demir Dışı Metaller	827,434	499,214	-39.7	5.0	3,552,103	3,081,746	-13.2	5.0
Çelik	1,355,663	817,769	-39.7	8.2	6,289,286	4,851,998	-22.9	7.9
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	353,999	250,369	-29.3	2.5	1,500,251	1,396,227	-6.9	2.3
Mücevher	360,377	225,456	-37.4	2.3	1,434,487	1,265,536	-11.8	2.1
Savunma ve Havacılık Sanayii	248,697	112,428	-54.8	1.1	1,060,448	755,671	-28.7	1.2
İklimlendirme Sanayii	473,295	278,650	-41.1	2.8	1,976,991	1,711,003	-13.5	2.8
Diğer Sanayi Ürünleri	10,545	6,124	-41.9	0.1	49,145	34,793	-29.2	0.1
III. MADENCİLİK	458,634	272,798	-40.5	2.7	1,810,752	1,538,133	-15.1	2.5
Madencilik Ürünleri	458,634	272,798	-40.5	2.7	1,810,752	1,538,133	-15.1	2.5
T O P L A M (TİM*)	15,467,790	8,974,564	-42.0	90.1	70,442,897	56,592,309	-19.7	91.8
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat	1,387,322	989,354	-28.7	9.9	6,286,714	5,033,691	-19.9	8.2
GENEL İHRACAT TOPLAMI	16,855,112	9,963,919	-40.9	100.0	76,729,611	61,626,000	-19.7	100.0

Birlik adresleri



AKİB 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

BAİB 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

DAİB 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

DKİB 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

EİB 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

GAİB 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

İİB İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Diş 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

İMME İstanbul Maden Ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Diş 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

İTKİB İstanbul Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Diş 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

DAİB 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

UIB 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 V.
Senem Sanal Sezener

Genel Sekreter Yrd.
Ayşe Eser Erginoğlu

Diş 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



İlk hidrolik hibrit sistemli römorkör



İlk LNG yakıtlı römorkör



İlk uzaktan kumandalı römorkör

Dünyada İlklere

imza atmaya devam ediyoruz...





TURKISH CARGO YÜKSELMEMEYE DEVAM EDİYOR.

TURKISH CARGO, HAVA KARGO SEKTÖRÜNÜN EN PRESTİJLİ SERTİFİKALARINDAN IATA CEIV PHARMA, IATA CEIV ANIMALS VE IATA CEIV FRESH'E SAHİP TEK HAVA KARGO MARKASI OLDU.



TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr